



**Izabella Steinerowska-Streb**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach  
Wydział Zarządzania  
Katedra Ekonomii Politycznej  
streb@ue.katowice.pl

## **WEWNĘTRZNE CZYNNIKI DETERMINUJĄCE ZACHOWANIA RYNKOWE MIKROPRZEDSIĘBIORSTW**

**Streszczenie:** W opracowaniu podjęto się rozpoznania podstawowych wewnętrznych czynników, które determinują reakcje mikroprzedsiębiorstw na sygnały rynkowe. Ponadto celem podjętych prac była konstrukcja katalogu silnych i słabych stron mikroprzedsiębiorstw rozpatrywanych z perspektywy ich reakcji na impulsy dochodzące z rynku. Mając na względzie oszacowanie znaczenia wytypowanych czynników oraz zapewnienie wysokiego poziomu obiektywizmu i trafności wnioskowania w podjętym postępowaniu badawczym wykorzystano metodę delficką.

**Słowa kluczowe:** przedsiębiorstwo, mikroprzedsiębiorstwo, zachowania rynkowe.

**JEL Classification:** D22, L20.

### **Wprowadzenie**

Struktura przedsiębiorstw gospodarek rynkowych na całym świecie jest obecnie zdominowana przez mikroprzedsiębiorstwa. W Unii Europejskiej podmioty te stanowią w przybliżeniu 93% w całej populacji przedsiębiorstw [Wymenga i in., 2012, s. 15]. Tymczasem w Polsce odsetek mikroprzedsiębiorstw jest jeszcze wyższy. Na przestrzeni ostatnich lat sięga on 96% [Główny Urząd Statystyczny, 2015, 2016; Tarnawa i Zadura-Lichota (red.), 2015, s. 39].

Znaczenie mikroprzedsiębiorstw w obrębie poszczególnych gospodarek uwidacznia się nie tylko w tworzeniu miejsc pracy oraz generacji produktu krajowego brutto [Wilimowska i Urbańska, 2009, s. 13-18]. Podmiotom tym przy-

pisuje się bowiem znaczącą rolę w ożywianiu regionów oraz w efektywnej alokacji regionalnych zasobów. Dowodzi się również, że mikroprzedsiębiorstwa przyczyniają się do likwidacji ubóstwa i aktywizacji różnych grup społecznych, a w szczególności do aktywizacji kobiet. Dlatego też w krajach trzeciego świata w mikroprzedsiębiorstwach poszukuje się źródeł wzrostu i rozwoju gospodarczego [Kidane i in., 2015].

Zarówno w polskiej, jak i zagranicznej literaturze przedmiotu mikroprzedsiębiorstwom poświęca się coraz więcej uwagi. W większości przypadków prace badawcze prowadzone w tym obszarze koncentrują się na znaczeniu mikroprzedsiębiorstw dla gospodarki, ich innowacyjności oraz przyjmowanych przez nie strategii. W prowadzonych badaniach eksploruje się również czynniki determinujące zachowania rynkowe tych podmiotów. Większość analiz, które wykonano na tej płaszczyźnie, skupia się jednakże na determinantach zewnętrznych, w tym głównie finansowych, rzadko prowadzi się natomiast badania dotyczące czynników wewnętrznych. Dostrzegając tę lukę w bieżącym opracowaniu podjęto się rozpoznania podstawowych wewnętrznych czynników, które determinują reakcje mikroprzedsiębiorstw na sygnały rynkowe. Głównym celem podjętych prac była konstrukcja katalogu silnych i słabych stron mikroprzedsiębiorstw rozpatrywanych z perspektywy ich reakcji na impulsy dochodzące z rynku. Realizację wyznaczonych celów osiągnięto na podstawie badań wtórnych oraz eksperckich.

Artykuł został podzielony na trzy zasadnicze części. W pierwszej, którą poprzedza wprowadzenie, sprecyzowano pojęcie mikroprzedsiębiorstwa i przedstawiono kryteria wyodrębniania tej grupy podmiotów. Na podstawie studiów polskiej i zagranicznej literatury przedmiotu, zaprezentowano również cechy, którymi charakteryzują się współczesne mikroprzedsiębiorstwa. W drugiej części artykułu dokonano natomiast przeglądu atrybutów mikroprzedsiębiorstw z perspektywy ich reakcji na sygnały rynkowe. Rozważania te doprowadziły do konstrukcji katalogu silnych i słabych stron mikroprzedsiębiorstw determinujących ich reakcje na impulsy dochodzące z rynku. Katalog ten zamieszczono w trzeciej części artykułu zawierającej również wyniki badań eksperckich, w obrębie których eksperci nadali rangi poszczególnym silnym i słabym stronom mikroprzedsiębiorstw. Całość kończy podsumowanie, w którym przedstawiono syntetyczne wnioski z podjętego postępowania badawczego.

## 1. Specyfika mikroprzedsiębiorstw

W krajach Unii Europejskiej, w tym także w Polsce, w oficjalnych statystykach do zdefiniowania mikroprzedsiębiorstw zazwyczaj wykorzystuje się wytyczne sformułowane przez Komisję Europejską na potrzeby polityki ukierunkowanej na rozwój małych i średnich przedsiębiorstw. Obecnie obowiązujące wytyczne zostały ujęte w zaleceniu Komisji Europejskiej z dnia 6 maja 2003 r. Zdefiniowano tam mikroprzedsiębiorstwa jako przedsiębiorstwa zatrudniające mniej niż 10 pracowników, których roczny obrót oraz/lub całkowity bilans roczny nie przekracza 2 milionów EUR. Jednocześnie podmiot klasyfikowany jako mikroprzedsiębiorstwo musi spełniać warunki przedsiębiorstwa niezależnego, scharakteryzowanego dokładnie w przepisach [Komisja Europejska, 2003, s. 36-41].

Stosowanie wszystkich kryteriów wyznaczonych przez Komisję Europejską jest jednak w praktyce uciążliwe. Dlatego też w badaniach, nawet tych, które przygotowywane są na potrzeby Komisji Europejskiej, do identyfikacji mikroprzedsiębiorstw zazwyczaj wykorzystuje się wyłącznie kryterium zatrudnienia<sup>1</sup>. W większości przypadków zachowuje się jednocześnie ujęty w zaleceniu Komisji Europejskiej próg wielkościowy zatrudnienia – 9 osób. Kryterium to przyjęto również w bieżącym badaniu uznając z mikroprzedsiębiorstwo przedsiębiorstwo zatrudniające mniej niż 10 pracowników.

Mimo iż mikroprzedsiębiorstwa nie są jednorodną grupą podmiotów, to jednak charakteryzuje je pewien zestaw cech specyficznych. Podmioty te z reguły stanowią własność jednoosobową lub przybierają formę spółki osobowej [Wolański, 2013, s. 26]. W konsekwencji własność jest w nich mocno skoncentrowana w rękach zazwyczaj jednej osoby, która ponosi pełne ryzyko związane z realizowaną działalnością gospodarczą. Oznacza to, że właściciel może na własne ryzyko podjąć się realizacji każdego zamiaru, nie podlegając przy tym kontroli osób trzecich [Skowronek-Mielczarek (red.), 2015, s. 41].

Dla niektórych właścicieli mikroprzedsiębiorstw prowadzenie własnej firmy stanowi życiowy cel zawodowy. Poprzez utworzenie przedsiębiorstwa dążą oni do samorealizacji, osiągnięcia samodzielności oraz urzeczywistnienia swoich wizji i pomysłów. Inni właściciele mikroprzedsiębiorstw we własnym biznesie poszukują natomiast stabilności zatrudnienia lub/oraz źródła dochodów dla

---

<sup>1</sup> Wielkość zatrudnienia, jako jedyne kryterium identyfikacji wielkości przedsiębiorstwa, została przykładowo wykorzystana w badaniu przedstawionym w raporcie EU SMEs w 2012 r. [Wymenga i. in., 2012, s. 16].

nich i ich rodzin<sup>2</sup>. Jeszcze inni właściciele mikroprzedsiębiorstw rozpoczynając działalność gospodarczą mają na celu możliwość samodzielnego podejmowania decyzji i uniknięcia konieczności wykonywania poleceń osób będących na wyższym szczeblu w hierarchii organizacyjnej [Ignaciuk i Kątkowski, 2006, s. 11].

Motywy, jakimi właściciele mikroprzedsiębiorstw kierują się zakładając firmę, determinują cele i strategie przyjmowane w ich przedsiębiorstwach. Badania H. Reijonen, R. Komppuli oraz K. Glanceya wskazują, że przedsiębiorcy, którzy podjęli działalność gospodarczą nie kierując się chęcią maksymalizacji zysku, a mając na względzie podejmowanie decyzji niezależne od osób nadzorujących, najczęściej nie są zmotywowani do tego, aby rozwijać własną firmę. Oczekują oni przede wszystkim, aby przedsiębiorstwo przyniosło im zysk, który w satysfakcjonujący sposób będzie zaspokajał ich potrzeby zarobkowe [Glancey, 1998, s. 19; Reijonen i Komppula, 2007, s. 689].

Większość mikroprzedsiębiorstw prowadzi działalność na małą skalę, skoncentrowaną przede wszystkim na rynkach lokalnych [Juchniewicz i Grzybowska, 2010, s. 8.]. Rodzaj oferowanych przez nie produktów uzależniony jest w dużej mierze od potrzeb lokalnych i dostępnych zasobów. Zarówno w Polsce, jak i w gospodarkach innych krajów, podmioty te rzadko swoim zasięgiem obejmują natomiast rynki ponadlokalne, w tym rynki zagraniczne. Z badań przeprowadzonych na polskim rynku wynika, że jedynie 3% mikroprzedsiębiorstw sprzedaje swoje wyroby za granicę. Natomiast tylko 0,4% sprzedaje poza granicami kraju swoje usługi. Podobnie także wygląda ich zaangażowanie i import [Tarnawa i Zadura-Lichota (red.), 2015, s. 52].

Należy jednak zwrócić uwagę, że w przyszłości na tej płaszczyźnie mogą nastąpić pewne zmiany wynikające z rozwoju nowych technologii oraz internacjonalizacji i globalizacji rynków. Procesy te mogą bowiem spowodować, że mikroprzedsiębiorstwa mogą chętniej, niż obecnie, kierować swoją ofertą poza rynki lokalne i będą poszukiwać źródeł zaopatrzenia nawet na zagranicznych rynkach.

Aktywność mikroprzedsiębiorstw w rozszerzaniu rynków zbytu mogą jednakże ograniczać niedobory kapitałowe, jakich podmioty te doświadczają. Ich dostęp do kapitału obcego jest utrudniony ze względu na formę organizacyjno-prawną przedsiębiorstwa, jak i z powodu braku odpowiednich zabezpieczeń majątkowych [Harasim, 2010, s. 74; Chęciński, 2015, s. 397-398]. Jak wynika z badań problemy na tej płaszczyźnie mają zarówno polskie mikroprzedsiębiorstwa, jak i mikroprzedsiębiorstwa z innych gospodarek europejskich [Abel-Koch (red.), 2015, s. 12].

---

<sup>2</sup> Z badań przeprowadzonych na polskim rynku wynika, że wśród mikroprzedsiębiorstw najwięcej jest firm, których celem strategicznym jest zapewnienie pracy i dochodu właścicielowi oraz jego rodzinie [Starczewska-Krzysztożek, 2011, s. 56].

Większość mikroprzedsiębiorstw korzysta zatem z wypracowanych przez siebie i zakumulowanych oszczędności, a nie ze źródeł zewnętrznego finansowania [Żołnierski, 2005, s. 41]. W konsekwencji mikroprzedsiębiorstwa rzadko inwestują w badania i rozwój, a w prowadzonej działalności wykorzystują często przestarzałe, pracochłonne technologie. Swoją ofertę kierują więc przeważnie do klientów z rynków charakteryzujących się szerokim zróżnicowaniem struktury potrzeb konsumentów oraz niewymagających dużej podaży. Często są to rynki na tyle małe lub też charakteryzujące się tak różnorodną strukturą potrzeb konsumentów, że większe przedsiębiorstwa nie są nimi zainteresowane.

Właściciele mikroprzedsiębiorstw zazwyczaj osobiście uczestniczą w prowadzeniu biznesu biorąc udział w zachodzących w przedsiębiorstwie procesach organizacyjnych, administracyjnych i technicznych oraz w ich bezpośrednim nadzorowaniu. Ich więzi z firmą mają w konsekwencji nie tylko charakter finansowy lecz również emocjonalny.

W znamienitej większości przypadków w funkcjonowanie mikroprzedsiębiorstw są również zaangażowani członkowie ich rodzin<sup>3</sup>. Realizują oni zarówno funkcje szeregowy w przedsiębiorstwie, jak i wspierają właściciela w funkcjach zarządczych. Taki stan rzeczy w dużej mierze przesądza o tym, że w przeciętnym mikroprzedsiębiorstwie zatrudnianych jest niewielu pracowników. W Polsce średnio są to dwie osoby na firmę [Tarnawa i Zadura-Lichota, (red.), 2015, s. 18]. Niewielka liczba osób pracujących w obrębie mikroprzedsiębiorstw powoduje natomiast, że ich struktury organizacyjne są uproszczone a relacje wewnątrzorganizacyjne mają zazwyczaj charakter nieformalny.

Z badań wynika ponadto, że większość podmiotów należących do tej kategorii nie formułuje strategii i preferuje planowanie doraźne [Orłowski i in., 2010, s. 46-86]. Plany te są często tworzone w sposób przypadkowy, nieusystematyzowany, nie uwzględniają tendencji w rozwoju rynku i otoczenia. Nie weryfikuje się także ich realizacji [Bielawska, 2015, s. 252].

## 2. Cechy mikroprzedsiębiorstw a ich reakcje na sygnały rynkowe

Cechy, którymi charakteryzują się mikroprzedsiębiorstwa, można rozpatrywać z perspektywy ich reakcji na sygnały rynkowe. W tym ujęciu za podstawowe atrybuty mikroprzedsiębiorstw, które mogą wpływać na szybkość reakcji na dokonujące się na rynku zmiany, należy uznać proste i niesformalizowane struk-

<sup>3</sup> Badania wskazują, że znamienitą część mikroprzedsiębiorstw stanowią firmy rodzinne [Mandl, 2008, s. 50; Kowalewska (red.), 2009, s. 27].

tury organizacyjne. Prostota struktur oraz brak formalnych procedur powodują bowiem, że przepływ informacji w obrębie mikroprzedsiębiorstw jest krótki, a proces podejmowania decyzji uproszczony.

Na szybkość przepływu informacji z rynku w obrębie mikroprzedsiębiorstw ma ponadto wpływ osobiste zaangażowanie ich właścicieli w realizowane w firmie procesy. Z tego względu mogą oni bezpośrednio pozyskiwać informacje od zarówno pracowników, jak i od interesariuszy zewnętrznych, z którymi mają styczność – klientów, dostawców, konkurentów, a także przedstawicieli różnych instytucji otoczenia biznesu i władz samorządowych. W konsekwencji właściciele mikroprzedsiębiorstw mogą więc samodzielnie rozpoznać powstającą lukę rynkową, lub też zidentyfikować pojawiającą się w otoczeniu szansę albo zagrożenie i w związku z tym mogą w krótkim czasie podjąć stosowne działania organizacyjne.

Na przepływ informacji z rynku do właściciela mogą mieć także wpływ rodzaje relacji, jakie występują wewnątrz przedsiębiorstwa, jak i relacje pomiędzy właścicielami mikroprzedsiębiorstw a ich kontrahentami. Jak wskazują badania D. Johnson oraz S. Kells charakter tych relacji jest często nieformalny, a niekiedy nawet relacje te cechuje wysoki stopień zażyłości [Johnson i Kells, 1997, s. 216]. Taki stan rzeczy powoduje, że w mikroprzedsiębiorstwach oficjalne ścieżki przepływu informacji mogą być pomijane. Dzięki temu skraca się czas, jaki mija od impulsu rynkowego do uzyskania informacji o tym impulsie przez decydenta.

Czynników, które wpływają pozytywnie na szybkość przepływu sygnałów dochodzących z rynku w obrębie mikroprzedsiębiorstw, jest zatem wiele. Niemniej jednak dla mikroprzedsiębiorstw nie jest korzystne, że nie posiadają one wyspecjalizowanych komórek zajmujących się monitoringiem rynku. Niektóre informacje o zmianach dokonujących się na rynku mogą zatem dotrzeć do nich później niż do podmiotów, które monitorują rynek. Taki stan rzeczy może powodować, że działania mikroprzedsiębiorstw mogą mieć głównie charakter doradźny. Można się także spodziewać, że wskutek tego mikroprzedsiębiorstwa mogą nie wykorzystywać części szans pojawiających się w ich otoczeniu, a także nie przygotować się do występujących w nim zagrożeń.

Wykorzystanie okazji rynkowych przez mikroprzedsiębiorstwa zależy jednakże nie tylko od ich dostępu do informacji. Niekiedy skorzystanie z nadarżających się szans może okazać się dla mikroprzedsiębiorstw po prostu nieosiągalne. Przyczyny takiego stanu rzeczy mogą tkwić w niskim stopniu wykorzystania przez nie nowych technologii, ich niskiej produktywności, czy w niewystarczających zasobach, którymi podmioty te dysponują. Trzeba bowiem pamiętać, że mikroprzedsiębiorstwa nie posiadają licznej kadry oraz że ich zasoby kapitałowe są zazwyczaj niewielkie, a ich dostęp do zewnętrznych źródeł

finansowania jest utrudniony. Ograniczenia zasobowe, których doświadczają mogą więc powodować, że jeśli nawet mikroprzedsiębiorstwa rozpoznają nadarzające się okazje, to mogą nie być w stanie ich wykorzystać.

Nadarzające się i zidentyfikowane szanse mogą być również niewykorzystane przez mikroprzedsiębiorstwa, gdy zaangażowanie się w określone przedsięwzięcie jest obciążone wysokim ryzykiem. Tego typu okazje są skłonni wykorzystać tylko nieliczni mikroprzedsiębiorcy, ponieważ w większości przypadków firma stanowi podstawowe źródło dochodu dla nich oraz dla ich rodzin [Bielawska, 2015, s. 248]. Nie bez znaczenia jest również, że zazwyczaj mikroprzedsiębiorcy ponoszą pełną odpowiedzialność za prowadzoną działalność gospodarczą.

### **3. Silne i słabe strony mikroprzedsiębiorstw a ich reakcje na sygnały rynkowe**

Można zauważyć, że atrybuty, którymi charakteryzują się mikroprzedsiębiorstwa, oddziałują na ich reakcje na sygnały rynkowe w dwojaki sposób. Z jednej strony cechy mikroprzedsiębiorstw mogą stanowić o ich szybkiej reakcji na impulsy dochodzące z rynku. Z drugiej jednak strony cechy te mogą ograniczać te reakcje. Uwzględniając taki stan rzeczy można zatem skonstruować katalog silnych i słabych stron mikroprzedsiębiorstw rozpatrywanych z perspektywy ich reakcji na sygnały rynkowe. W świetle przeprowadzonej analizy do podstawowych silnych stron mikroprzedsiębiorstw rozpatrywanych z perspektywy ich reakcji na sygnały rynkowe można zaliczyć:

- proste struktury organizacyjne,
- niesformalizowane struktury organizacyjne,
- specyficzne więzi wewnątrzorganizacyjne,
- osobiste zaangażowanie właściciela w prowadzenie biznesu,
- uproszczony sposób podejmowania decyzji.

Natomiast za najważniejsze słabe strony mikroprzedsiębiorstw w ich reakcjach na sygnały rynkowe można uznać:

- ograniczone zasoby,
- brak wyspecjalizowanych komórek zajmujących się monitoringiem rynku,
- finansowanie działalności głównie na podstawie środków własnych,
- utrudniony dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania,
- niski stopień wykorzystania nowych technologii,
- niska produktywność,
- pełne ryzyko właściciela związane z realizowaną działalnością gospodarczą.

Rozpatrując wskazane silne i słabe strony mikroprzedsiębiorstw należy zwrócić uwagę, że niektóre z wymienionych czynników mogą ze sobą wchodzić we wzajemne autokorelacje. Niemniej jednak ostateczna reakcja mikroprzedsiębiorstw na sygnały rynkowe jest efektem oddziaływania wszystkich tych czynników razem wziętych.

Trzeba również podkreślić, że wybrane silne i słabe strony mikroprzedsiębiorstw nie wyczerpują katalogu wewnętrznych czynników, które determinują reakcje tych podmiotów na impulsy dochodzące do nich z rynku. Zaznaczenia wymaga także, iż siła oddziaływania tych czynników na zachowania rynkowe mikroprzedsiębiorstw może być zróżnicowana.

Mając na względzie oszacowanie znaczenia wytypowanych czynników w ich reakcjach na impulsy rynkowe oraz zapewnienie wysokiego poziomu obiektywizmu i trafności wnioskowania w podjętym postępowaniu badawczym wykorzystano metodę delficką. Metoda ta daje bowiem możliwość rozwiązania złożonych problemów w warunkach braku dostępu do pewnej wiedzy na podstawie konsensusu opinii ekspertów [Matejun, 2015, s. 143].

Do wzięcia udziału w badaniu zaproszono 10 ekspertów należących do czołowych ośrodków naukowych, którzy specjalizują się w problematyce dotyczącej przedsiębiorstw. Eksperci zostali poproszeni o nadanie rang wybranym czynnikom, które znalazły się w skonstruowanym na potrzeby bieżącego badania katalogu silnych i słabych stron mikroprzedsiębiorstw rozpatrywanych z perspektywy ich reakcji na sygnały rynkowe. Zgodę na udział w badaniu wyraziło 7 ekspertów, a wśród nich znaleźli się specjaliści z kraju oraz z zagranicy.

Każdy z ekspertów nadał rangę wybranym silnym i słabym stronom mikroprzedsiębiorstw w skali 1-5. W obrębie tej skali 1 oznaczał czynnik mało istotny, natomiast 5 – czynnik bardzo istotny. Zestawienie oszacowań ekspertów zawiera tab. 1.

**Tabela 1.** Silne strony mikro przedsiębiorstw rozpatrywane z perspektywy ich reakcji na sygnały rynkowe w opinii ekspertów w skali 1-5\*

SILNE STRONY	Ekspert 1	Ekspert 2	Ekspert 3	Ekspert 4	Ekspert 5	Ekspert 6	Ekspert 7	Suma punktów
proste struktury organizacyjne	5	2	4	3	4	5	2	25
niesformalizowane struktury organizacyjne	4	4	4	5	3	4	1	25
specyficzne więzi wewnątrzorganizacyjne	3	5	1	3	2	4	3	21
osobiste zaangażowanie właściciela w prowadzenie biznesu	3	1	5	5	3	5	5	27
uproszczony sposób podejmowania decyzji	4	3	5	4	5	5	4	30

\* 1 – czynnik mało istotny; 5 – czynnik bardzo istotny.



Otrzymane wyniki wskazują, że według ekspertów spośród wytypowanych silnych stron mikroprzedsiębiorstw największy wpływ na reakcje tych podmiotów na sygnały rynkowe ma uproszczony sposób podejmowania decyzji oraz osobiste zaangażowanie właściciela w prowadzenie biznesu. W dalszej kolejności są to proste i nieformalizowane struktury organizacyjne, a także specyficzne więzi wewnątrzorganizacyjne (tab. 1).

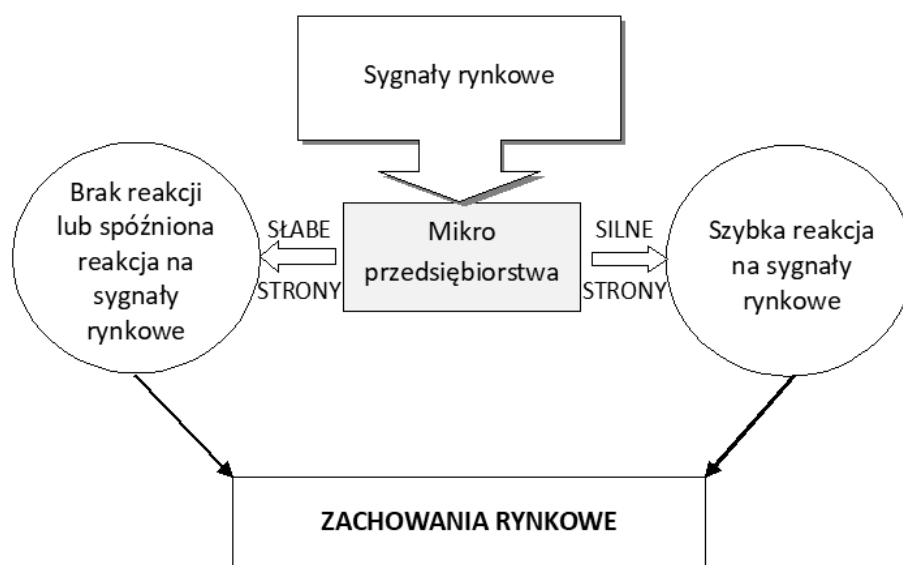
Tymczasem za najważniejszą słabą stronę mikroprzedsiębiorstw determinującą ich reakcje na impulsy z rynku eksperci uznali brak wyspecjalizowanych komórek zajmujących się monitoringiem rynku. W dalszej kolejności znalazły się natomiast następujące czynniki: pełne ryzyko właściciela związane z realizowaną działalnością gospodarczą, finansowanie działalności głównie na podstawie środków własnych oraz utrudnionego dostępu do zewnętrznych źródeł finansowania (tab. 2).

**Tabela 2.** Słabe strony mikro przedsiębiorstw rozpatrywane z perspektywy ich reakcji na sygnały rynkowe w opinii ekspertów w skali 1-5\*

SLABE STRONY	Ekspert 1	Ekspert 2	Ekspert 3	Ekspert 4	Ekspert 5	Ekspert 6	Ekspert 7	Suma punktów
finansowanie działalności głównie na podstawie środków własnych	3	3	5	3	4	3	3	24
utrudniony dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania	4	2	4	4	5	2	2	23
pełne ryzyko właściciela związane z realizowaną działalnością gospodarczą	5	5	1	3	3	3	5	25
brak wyspecjalizowanych komórek zajmujących się monitoringiem rynku	4	5	4	5	4	5	1	28
niski stopień wykorzystania nowych technologii	2	4	3	4	2	4	4	23

\* 1 – czynnik mało istotny; 5 – czynnik bardzo istotny.

Wskazane silne strony mikroprzedsiębiorstw przyczyniają się do tego, że ich reakcje na sygnały rynkowe mogą być szybkie. Słabe strony mogą natomiast opóźniać lub też powstrzymywać reakcje mikroprzedsiębiorstw na impulsy dochodzące do nich z rynku. Można zatem uznać, że silne i słabe strony mikroprzedsiębiorstw determinują ich reakcje na sygnały rynkowe. Mając natomiast na względzie, że przejawem tych reakcji są działania (lub ich brak) podejmowane przez mikroprzedsiębiorstwa w konkretnych okolicznościach rynkowych można wnioskować, iż silne i słabe strony mikroprzedsiębiorstw wpływają na ich zachowania rynkowe (rys. 1).



**Rys. 1.** Zachowania rynkowe mikroprzedsiębiorstw rozpatrywane z perspektywy ich silnych i słabych stron w reakcjach na sygnały rynkowe

## Podsumowanie

Zachowania rynkowe mikroprzedsiębiorstw mogą przejawiać się w działaniach jakie podmioty te podejmują w reakcji na sygnały rynkowe. Reakcje te następują częściowo pod wpływem uwarunkowań zewnętrznych, a częściowo są one uzależnione od czynników wewnętrznych wynikających ze specyfiki przedsiębiorstwa. Bieżące postępowanie badawcze wskazuje, że wśród czynników wewnętrznych, które determinują reakcje mikroprzedsiębiorstw na impulsy z rynku, można wyróżnić czynniki sprzyjające szybkości tych reakcji, jak i czynniki ograniczające lub hamujące te reakcje. Czynniki należące do pierwszej z wymienionych grup uznano za silne strony mikroprzedsiębiorstw w ich reakcjach na sygnały rynkowe, natomiast czynniki z drugiej grupy – za ich słabe strony w tym obszarze. Na podstawie przeprowadzonej analizy do silnych stron mikroprzedsiębiorstw zaliczono: proste i niesformalizowane struktury organizacyjne, specyficzne więzi wewnątrzorganizacyjne, osobiste zaangażowanie właściciela w prowadzenie biznesu, a także uproszczony sposób podejmowania decyzji. Z opinii ekspertów wynika, że wśród wyróżnionych silnych stron najbardziej istotną cechą mikroprzedsiębiorstw, decydującą o ich reakcjach na impulsy dochodzące z rynku, stanowi uproszczony sposób podejmowania decyzji.

Natomiast za słabe strony mikroprzedsiębiorstw uznano: ograniczone zasoby, utrudniony dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania, niski stopień wykorzystania nowych technologii, niską produktywność, a także pełne ryzyko, jakie właściciel ponosi w związku z realizowaną działalnością gospodarczą. W tym przypadku opinie ekspertów wykazały, że najistotniejszą cechą mikroprzedsiębiorstw z perspektywy ich reakcji na sygnały rynkowe jest brak wyspecjalizowanych komórek zajmujących się monitoringiem rynku.

Przeprowadzona analiza stanowi zatem o osiągnięciu przyjętych celów oraz o ograniczeniu zidentyfikowanej luki. Skonstruowany katalog silnych i słabych stron mikroprzedsiębiorstw rozpatrywanych z perspektywy ich reakcji na impulsy dochodzące z rynku może stanowić cenne źródło informacji zarówno dla mikroprzedsiębiorców, jak i dla instytucji, których celem jest wsparcie działalności mikroprzedsiębiorstw. Znajomość słabych stron może bowiem przyczynić się do podjęcia przez mikroprzedsiębiorców działań mających na celu ich ograniczenie (np. poprzez zmianę formy organizacyjno-prawnej na spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością). Instytucje otoczenia biznesu mogą natomiast wykorzystać wyniki badania w pracach nad efektywnymi instrumentami wsparcia mikroprzedsiębiorstw.

\* \* \*

Autorka pragnie serdecznie podziękować za poświęcony czas i udzielone wskazówki wszystkim ekspertom biorącym udział w badaniu: prof. dr hab. Marianowi Goryni, prof. dr hab. Stefanowi Lachiewiczowi, prof. dr hab. Markowi Matejunowi, prof. dr hab. Błażejowi Prusakowi, prof. dr hab. Annie Skowronek-Mielczarek, PhD. Arturowi Steinerowi, prof. dr hab. Krzysztofowi Wachowi.

## Literatura

- Abel-Koch J., red. (2015), *SME Investment and Innovation. France, Germany, Italy and Spain*, Bpifrance (BPI), Maisons-Alfort Cedex, France.
- Bielawska A. (2015), *Ryzyko w mikro i małych przedsiębiorstwach – między szansą a zagrożeniem*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 116, s. 245-253.
- Chęciński S. (2015), *Źródła finansowania inwestycji w polskich przedsiębiorstwach*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia”, nr 74(855), t. 1, s. 397-408.
- Glancey K. (1998), *Determinants of Growth and Profitability in Small Entrepreneurial Firms*, „International of Entrepreneurial Behaviour & Research”, Vol. 4, Iss. 1, s. 18-27.

- Główny Urząd Statystyczny (2015), *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2014 roku*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Główny Urząd Statystyczny (2016), *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2015 roku*, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Harasim J. (2010), *Zewnętrzne źródła finansowania mikroprzedsiębiorstw w warunkach kryzysu*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług”, nr 51, s. 71-80.
- Ignaciuk E., Kałkowski T. (2006), *Rozwój mikroprzedsiębiorstw jako sposób wychodzenia z ubóstwa* [w:] D. Kopycińska (red.), *Zachowania decyzyjne podmiotów gospodarczych*, Printgroup, Szczecin, s. 107-116.
- Johnson D., Kells S. (1998), *Small Business Data Sources in Australia*, “The Australian Economic Review”, Vol. 30(2), s. 215-224.
- Juchniewicz M., Grzybowska B. (2010), *Innowacyjność mikroprzedsiębiorstw w Polsce*, PARP, Warszawa.
- Kidane M., Mulugeta D., Adera A., Yimam Y., Molla T. (2015), *The Relationship between Microenterprises and Socioeconomic Development among Youth Group in Addis Ababa, Ethiopia*, “Journal of World Economic Research”, Vol. 4, No. 3, s. 61-70.
- Komisja Europejska (2003), Zalecenie z dnia 6 maja 2003 roku dotyczące definicji mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw, ujęte w ustawie z dnia 2 lipca 2004 o swobodzie działalności gospodarczej, Załącznik 1, art. 2.
- Kowalewska A., red. (2009), *Badanie firm rodzinnych. Raport końcowy*, PARP, Warszawa.
- Mandl I. (2008), *Overview of Family Business Relevant Issues Contract No. 30-CE-0164021/00-1 Final Report*, Austrian Institute for SME Research, Vienna.
- Matejun M. (2015), *Absorpcja wsparcia w zarządzaniu rozwojem mikro, małych i średnich przedsiębiorstw – podejście strategiczne*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź.
- Orłowski W., Pasternak R., Flaht K., Szubert D. (2010), *Procesy inwestycyjne i strategie przedsiębiorstw w czasach kryzysu*, PARP, Warszawa.
- Reijonen H., Komppula R. (2007), *Perception of Success and Its Effect on Small Firm Performance*, “Journal of Small Business and Enterprise Development”, Vol. 14, Iss. 4, s. 689-701.
- Skowronek-Mielczarek A., red. (2015), *Zmiany zachowań małych i średnich przedsiębiorstw w okresie spowolnienia gospodarczego*, SGH, Warszawa.
- Starczewska-Krzysztozek M. (2011), *Słabe i mocne strony mikro, małych i średnich przedsiębiorstw*, PKPP Lewiatan, Warszawa.
- Tarnawa A., Zadura-Lichota P., red. (2015), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013-2014*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Wilimowska Z., Urbańska K. (2009), *Uwarunkowania działalności mikroprzedsiębiorstw na polskim rynku*, Oficyna Wydawnicza Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Nysa.

- 
- Wolański R. (2013), *Wpływ otoczenia finansowego na konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Wymenga P., Spanikova V., Derbyshire J., Barker A. (2011), *Are EU SMEs Recovering from the Crisis?* Annual Report on EU SMEs 2010/2011, Rotterdam-Cambridge.
- Żołnierski A. (2005), *Innowacyjność polskich mikroprzedsiębiorstw*, PARP, Warszawa.

#### **INTERNAL FACTORS DETERMINING MICROENTERPRISES' MARKET BEHAVIORS**

**Summary:** The present study is aimed to identify the characteristic features of microenterprises that determine their reactions to the market signals. Moreover, this study aims to create a catalogue of strengths and weaknesses of micro enterprises taking into consideration their response to market changes. The investigation was based on secondary data.

**Keywords:** enterprise, microenterprise, market behavior.