

Wstęp

Praktycznie od momentu, gdy wyodrębniono pojęcie przedsiębiorczości w życiu społecznym i w ramach zarządzania firmą, zaczęto identyfikować zachowania osób przedsiębiorczych na tle innych uczestników życia społecznego i gospodarczego. Szczególnie wiele uwagi poświęcono w literaturze tematowi cechom, zachowaniom oraz postawom osób przedsiębiorczych w firmach sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP). Temat przedsiębiorczości i firm sektora MSP stanowi stały punkt rozważań prowadzonych przez ekonomistów, psychologów, socjologów, polityków oraz samych zainteresowanych, czyli przedsiębiorców. Obecne czasy, uznawane za okres spowolnienia tempa rozwoju gospodarki światowej, dostarczają nowych informacji o przedsiębiorczości i funkcjonowaniu firm sektora MSP, a także odślaniają nowe wyzwania, jakie stoją przed przedsiębiorcami. Niezmiennie uznaje się, że przedsiębiorczość stanowi podstawę zmian w firmach sektora MSP. Cechy, zachowania i postawy przedsiębiorcze kształtują sposób zarządzania tymi firmami. Autorzy niniejszego podręcznika uznali, że w dyskusji nad zarządzaniem oraz przedsiębiorczością w małych firmach niezbędne jest odwołanie się do teorii i praktyki gospodarczej. Przyjęto zatem, iż celem podręcznika jest udostępnienie wiedzy na temat zasobów niezbędnych do powstania nowych firm, ich wzrostu i rozwoju. Wiedza ta często jest głównym zasobem, którego potrzebują przedsiębiorcy. W związku z tym struktura prezentowanych treści ma charakter horyzontalno-wertykalny. Z jednej strony, procesy inicjowane przez przedsiębiorców zostały opisane w rozdziałach podręcznika, które ukazują sekwencyjne działania niezbędne do przekucia pomysłu na biznes w dynamiczną firmę z sektora MSP, mającą ambicje dotyczące dalszego wzrostu i rozwoju. Z drugiej strony, konieczne jest wprowadzanie do firm sektora MSP nowoczesnych metod i technik zarządzania, integracji, umiędzynarodowienia. Do realizacji tych działań niezbędna jest świadomość potrzeby strategicznej orientacji firm, opartej na zdolności wykorzystywania przez przedsiębiorców krótkotrwałych okazji pojawiających się w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu, w powiązaniu ze zdolnościami osób zarządzających do skutecznego pozyskiwania zasobów.

Niniejszy podręcznik ilustruje wiele zagadnień odnoszących się do przedsiębiorczości i zarządzania firmami sektora MSP.

Rozdział pierwszy został poświęcony opisowi głównych pojęć z zakresu przedsiębiorczości. Zaprezentowane w nim definicje pozwalają zobaczyć, że przedsiębiorczość jest zjawiskiem wielowymiarowym, złożonym, nieustannie ewoluującym, a co za tym idzie – pozostającym w kręgu zainteresowań wielu dyscyplin naukowych. Jednocześnie ukazano miejsce, jakie zajmuje przedsiębiorczość we współczesnej gospodarce.

Celem drugiego rozdziału była identyfikacja determinantów rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, a także ocena ich wpływu na funkcjonowanie tych podmiotów. W pierwszej części rozdziału zdefiniowano małe i średnie przedsiębiorstwa, opierając się na kryteriach ilościowych i jakościowych, zaś w drugiej – dokonano klasyfikacji determinantów rozwoju MSP i przybliżono ich charakterystykę odnoszącą się do przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa oraz wymiarów otoczenia.

W trzecim rozdziale zaprezentowano zagadnienia dotyczące kompetencji decydujących o sukcesie przedsiębiorcy, ich źródeł i uwarunkowań oraz sposobów ich rozwijania. Opisano podstawy teoretyczne ujmujące istotę kompetencji przedsiębiorczych oraz zamieszczono wskazówki praktyczne, w jaki sposób można je w sobie odkrywać i doskonalić.

W rozdziale czwartym omówiono aspekty prawne i procedury formalno-prawne uruchomienia działalności gospodarczej. Wskazano przesłanki, na podstawie których powinna być podejmowana decyzja o wyborze formy prawnej prowadzenia działalności gospodarczej oraz przedstawiono podstawowe informacje, niezbędne do założenia działalności gospodarczej.

Piąty rozdział został poświęcony rachunkowości małych i średnich przedsiębiorstw. Omówiono istotę rachunkowości finansowej oraz nadrzędne zasady sporządzania sprawozdania finansowego. W dalszej części tekstu scharakteryzowano rachunkowość zarządczą, a także modele rachunku kosztów i metody kalkulacji kosztów.

W rozdziale szóstym omówiono procesy zarządzania podatkami w małych i średnich przedsiębiorstwach. Celem rozdziału było przedstawienie charakterystyki uproszczonych form opodatkowania podatkiem dochodowym i wskazanie przesłanek, na podstawie których powinna być podejmowana decyzja o wyborze formy opodatkowania w MSP.

Rozdział siódmy prezentuje podstawowe zagadnienia związane z finansami w MSP w obszarze oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa. Dokonano wstępnej analizy sprawozdań finansowych oraz analizy wskaźnikowej tych sprawozdań.

Rozdział ósmy poświęcono wycenie akcji i udziałów w małych i średnich przedsiębiorstwach. Przedstawiono istotę wartości przedsiębiorstwa oraz scharakteryzowano wybrane metody wyceny tej wartości.

W rozdziale dziewiątym zamieszczono analizę mechanizmów projektowania trajektorii wzrostu firm sektora MSP, ich przetrwania, a także wyboru określonej pozycji konkurencyjnej w ramach środowiska, w którym konkurują. Celem rozdziału było zapoznanie Czytelników z procesem zarządzania strategicznego w firmie wraz z metodyką projektowania strategii, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb małego i średniego przedsiębiorstwa.

Rozdział dziesiąty posłużył prezentacji zastosowania modeli biznesowych, sposobów ich budowania oraz palety rozwiązań, które wspomagają ich tworzenie, rozwijanie czy modyfikowanie. Punktem wyjścia była analiza źródeł konkurowania na współczesnym rynku i stwierdzenie, że to nie innowacje produktowe czy procesowe, lecz modele biznesowe są sposobem konkurowania.

Rozdział jedenasty został poświęcony wykorzystaniu podsystemu społecznego w zarządzaniu firmami sektora MSP, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania zasobami. Ponadto przedstawiono techniki, jakie warto wykorzystać w zarządzaniu ludźmi w firmach sektora MSP.

Rozdział dwunasty dotyczy innowacyjności firm sektora MSP. Omówiono zagadnienie zdolności i motywacji przedsiębiorstw do poszukiwania oraz komercyjnego wykorzystywania wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków do tworzenia nowych produktów i technologii, a także metod organizacji prowadzących do wzrostu poziomu nowoczesności i wzmocnienia pozycji konkurencyjnej firmy czy też realizacji ambicji technicznych przedsiębiorcy.

W rozdziale trzynastym przybliżono rodzaje inwestycji, jakie mogą być podejmowane w małych i średnich przedsiębiorstwach wraz z metodami oceny ich opłacalności. Czytelnicy mogą zapoznać się z charakterystykami inwestycji rzeczowych ze względu na ich przewagę w sektorze MSP oraz fazami cyklu życia projektów inwestycyjnych i metodami oceny ich opłacalności, ze szczególnym wskazaniem na metody dyskontowe.

W rozdziale czternastym podjęto zagadnienia z zakresu powstawania i transferu technologii. Nowe produkty, które pojawiają się na rynku, często powstają w wyniku współpracy przedsiębiorstw i ośrodków naukowo-badawczych – stanowią efekt zrealizowanego transferu wiedzy i technologii. Zaprezentowana w tym rozdziale analiza wskazuje, że transfer wiedzy i technologii odgrywa szczególną rolę w przypadku

małych i średnich firm, gdyż innowacje mogą być dla nich szansą na rozwój oraz niezależność od dużych przedsiębiorstw.

Celem rozdziału piętnastego było ukazanie istoty marketingu oraz podstawowych elementów profesjonalnego zarządzania marketingowego, które przekładają się na zakres i jakość prowadzonych działań marketingowych. Marketing został przeanalizowany jako proces zarządzania, obejmujący m.in. pozyskiwanie wiedzy rynkowej, analizę, planowanie i opracowanie strategii, która pozwoli określić i odpowiednio komunikować główne wyróżniki oferty do uprzednio zdefiniowanej grupy docelowej – pożądanym nabywców usług/produktów.

Rozdział szesnasty poświęcono wskazaniu miejsca logistyki we współczesnych firmach sektora MSP. Przybliżono kluczowe zasady logistyki w przedsiębiorstwie oraz proste metody i techniki ułatwiające bieżącą działalność małej czy średniej firmy. Analizę zagadnień z zakresu logistyki dostosowano do specyfiki firm analizowanego w podręczniku sektora.

Rozdział siedemnasty dotyczy problematyki działalności małego i średniego przedsiębiorstwa w sieci oraz zawiera analizę i ocenę wpływu zastosowania Internetu na rozwój tych podmiotów. Autorzy rozdziału zwracają uwagę na różne aktywności małych i średnich przedsiębiorstw w Internecie, szczególnie w mediach społecznościowych, przybliżają metody e-marketingu i e-handlu stosowane przez wspomniane podmioty.

W rozdziale osiemnastym poruszono zagadnienie przedsiębiorczości międzynarodowej oraz zaprezentowano dwa główne modele ekspansji międzynarodowej biznesu: model tradycyjny oraz model *born global*, z wyraźnym wskazaniem tego drugiego jako bardziej pożądanego, który należy rekomendować polskim przedsiębiorstwom innowacyjnym.

Rozdział dziewiętnasty, podejmujący kwestie finansowania firm sektora MSP, ukazuje zarówno ograniczenia w dostępie do źródeł finansowania (wynikające głównie z niewielkiej skali działalności i tego konsekwencji), jak też dostępne instrumenty dedykowane takim firmom. Zwrócono uwagę, że część istniejących narzędzi ma charakter interwencji publicznej, co po części wynika z ograniczania luki finansowej.

W kończącym publikację rozdziale dwudziestym przedstawiono szczegółową klasyfikację i charakterystykę jednostek instytucjonalnego otoczenia biznesu. Wskazano ich mocne i słabe strony, a także występujące szanse i zagrożenia. Istotny element rozdziału stanowiła prezentacja tych obszarów kraju, które dysponują zdywersyfikowaną ofertą wsparcia dla biznesu. Jako uzupełnienie rozważań zamieszczono

tabelę zawierającą szczegółową charakterystykę usług wsparcia (kategorie usług z podziałem na usługi szkoleniowe i doradcze) świadczonych przez poszczególne rodzaje podmiotów instytucjonalnego otoczenia biznesu.

Autorami publikacji są pracownicy naukowcy Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego oraz praktycy współpracujący z uczelnią. Opracowany podręcznik kierowany jest nie tylko do studentów zainteresowanych tematyką przedsiębiorczości i zarządzania firmami sektora MSP, lecz także do praktyków oraz badaczy tej tematyki. Wielość zagadnień odnoszących się zarówno do przedsiębiorczości, jak i funkcjonowania firm sektora MSP tworzy uniwersalny charakter prezentowanej książki – może stanowić podbudowę do dyskusji i przemysłów łączących studentów, naukowców i praktyków.

Renata Lisowska, Jarosław Ropęga