

Irena Kropsz

Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu

ROLA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W ROZWOJU OBSZARÓW WIEJSKICH
DOLNEGO ŚLĄSKA

Wstęp

W Polsce istnieje ogromne zróżnicowanie pomiędzy poszczególnymi regionami w zakresie poziomu rozwoju przedsiębiorczości. Na jednych obszarach można obserwować wzrost liczby podmiotów gospodarczych, a na innych masowym zjawiskiem jest bezradność i oczekiwanie pomocy z zewnątrz. Od aktywności społeczności lokalnej zależy sytuacja miejscowości czy też gminy i dobrobyt mieszkańców. I chociaż zróżnicowaną sytuację dochodową w ramach województwa lub regionu przede wszystkim należy tłumaczyć czynnikiem położenia bądź wyposażenia w odpowiednią infrastrukturę, to i zasób ludzki odgrywa niebagatelną rolę (5, 6).

Podstawowym warunkiem aktywizacji społeczno-gospodarczej obszarów wiejskich jest rozwój szeroko rozumianej przedsiębiorczości w agrobiznesie. Potrzeba rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie wynika z pilnej konieczności modernizacji rolnictwa i jego otoczenia oraz wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Powszechnie jest wiadomo, że przedsiębiorcze wychowanie mieszkańców wsi i rozwój przedsiębiorczości stanowi główny warunek osiągnięcia sukcesu w podnoszeniu standardu i jakości życia ludności wiejskiej. Podstawowym celem przedsiębiorczego wychowania mieszkańców wsi jest znalezienie odpowiedzi na pytanie – jak założyć i z sukcesem prowadzić małą firmę na obszarach wiejskich? (7).

Szczególną rolę w gospodarce wiejskiej odgrywają małe i średnie firmy (9). Są one fundamentem kształtowania procesów ekonomicznych w skali lokalnej, pozwalają zmniejszyć bezrobocie, zaopatrują lokalne rynki w produkty i usługi oraz ożywiają gospodarkę lokalną. Są również istotnym źródłem podatków (2). Przedsiębiorstwa bowiem wywierają wpływ na otoczenie i są od niego uzależnione (4). Rola przedsiębiorczości w rozwoju obszarów wiejskich została dodatkowo przedstawiona na rysunku 1.

Cel, zakres i metodyka badań

Celem opracowania było określenie roli przedsiębiorczości w rozwoju obszarów wiejskich i ocena funkcjonowania przedsiębiorców wiejskich na Dolnym Śląsku. Za-



Rys. 1. Rola przedsiębiorczości w rozwoju obszarów wiejskich

Źródło: opracowanie własne.

kres badań obejmował charakterystykę przedsiębiorstw, analizę rynku na jakim działali, głównych odbiorców, stosowane formy promocji oraz klasyfikację barier rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Opracowanie jest fragmentem szerszych badań finansowanych w ramach projektu badawczego KBN pt. „Procesy dostosowawcze obszarów wiejskich Dolnego Śląska do wymogów UE”, nr 2 P06 R 0522.

Do określenia stanu przedsiębiorczości na wsi dolnośląskiej wykorzystano materiały statystyki powszechnej za lata 2004–2006 (1). Na ich podstawie oszacowano liczbę i strukturę przedsiębiorstw zlokalizowanych we wszystkich gminach wiejskich Dolnego Śląska. W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji źródłowych przeprowadzono badania na terenie 15 celowo wybranych gmin, które zostały wytypowane dla 5 regionów funkcjonalnych Dolnego Śląska wyodrębnionych w ramach strategii dolnośląskiej. Zgodnie ze Strategią Rozwoju Dolnego Śląska są to regiony: I – intensywnego rolnictwa, II – rolniczo-rekreacyjny, III – przemysłowo-rekreacyjno-turystyczny, IV – rolniczo-przemysłowy, V – rolniczo-przemysłowo-rekreacyjny (8).

Kryterium celu stanowiła liczba jednostek zarejestrowanych w systemie Regon w przeliczeniu na 1000 mieszkańców za rok 2004. W poszczególnych regionach funkcjonalnych wybrano po 3 gminy o największej, przeciętnej i najmniejszej liczbie tych jednostek w przeliczeniu na 1000 mieszkańców. Szczegółowe materiały źródłowe zbierane były w 2005 roku metodą ankietową. Informacje źródłowe zebrano wykorzystując dwie ankiety, jedną skierowaną do władz gminy, a drugą do przedsiębiorców wiejskich.

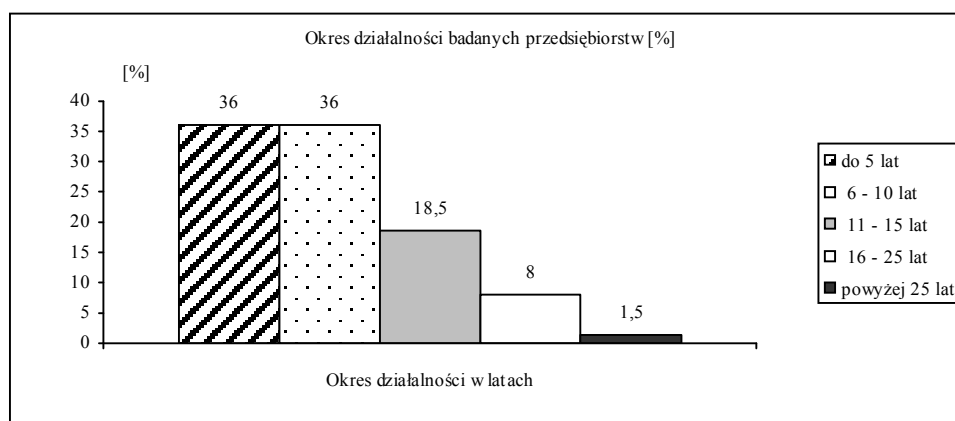
Łącznie ankietowano 15 przedstawicieli władz lokalnych i 538 przedsiębiorców (10% ogółu w regionie). Ankietyzacji dokonano drogą pocztową. Uzyskano 37% zwrot ankiet, w związku z tym badania oparto na danych z 200 ankiet uzyskanych od przedsiębiorców. Do opracowania danych wykorzystano metodę opisową i porównawczą, zestawiając wyniki w tabelach (3).

Wyniki badań

Mając na uwadze dużą rolę przedsiębiorczości na obszarach wiejskich dokonano analizy grupy przedsiębiorstw prowadzących tam swoją działalność. Ważnym aspektem pozwalającym na dalszy rozwój tych przedsiębiorstw oraz utrzymanie się ich na rynku jest współpraca z władzami lokalnymi. Istotne jest również to, by wspierać rozwój takich przedsiębiorstw na danym obszarze, których obecność wynika ze specyfiki danego regionu, ale także takich, których obecność wynika z potrzeb konsumentów.

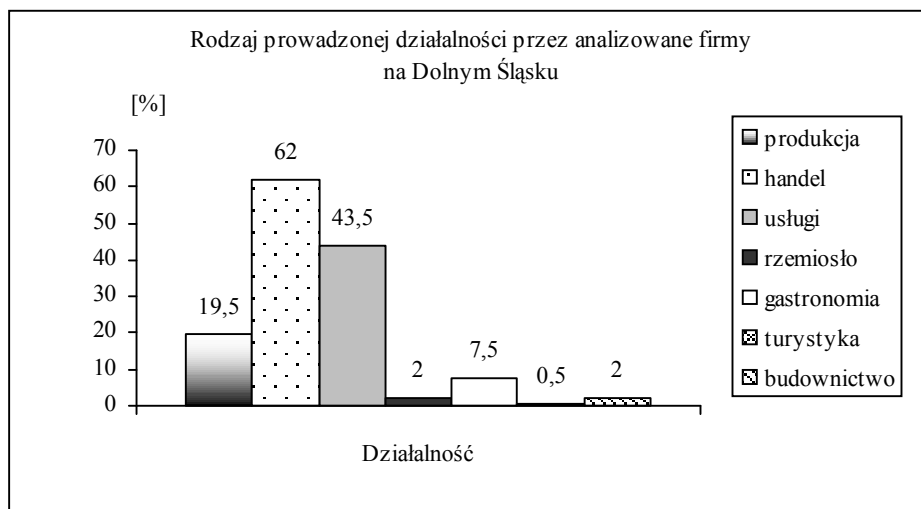
Badane przedsiębiorstwa to w 36% młode firmy, które funkcjonują na rynku do 5 lat, jak również z takim samym udziałem firmy, których okres działalności na rynku wynosił do 10 lat. Stwierdzono, że na rynku powyżej 10 lat prowadziło działalność 28% firm (rys. 2). Analizowane firmy są to w 95% przedsiębiorstwa małe, zatrudniające do 9 osób oraz osiągające w 88% roczne przychody ze sprzedaży w wysokości do 2,4 mln zł (tab. 1 i 2). Głównym rodzajem prowadzonej działalności badanych przedsiębiorstw był handel (62% firm), ponad 43% prowadziło usługi, natomiast około 20% badanych firm zajmowało się produkcją. Gastronomię, turystykę i budownictwo prowadziło 12% badanych przedsiębiorstw (rys. 3).

Bardzo ważny z punktu widzenia prowadzenia działalności jest rynek, na którym firma funkcjonuje. W dalszej kolejności określono więc rynek na jakim działały badane przedsiębiorstwa wskazując jednocześnie ich głównych odbiorców. Przeprowadzone badania wśród przedsiębiorców działających na obszarach wiejskich Dolnego



Rys. 2. Okres działalności badanych przedsiębiorstw (%)

Źródło: badanie własne.



Rys. 3. Rodzaj prowadzonej działalności przez analizowane firmy na Dolnym Śląsku
Źródło: badanie własne.

Tabela 1

Liczba zatrudnionych w badanych przedsiębiorstwach na Dolnym Śląsku

Przedział zatrudnienia (liczba osób)	Ogółem badana populacja (%)
1-9	94,5
10-25	5,0
26-49	0,0
50-100	0,5
101-250	0,0
Powyżej 250	0,0

Źródło: badanie własne.

Tabela 2

Roczny poziom przychodów uzyskiwanych ze sprzedaży w analizowanych przedsiębiorstwach na Dolnym Śląsku

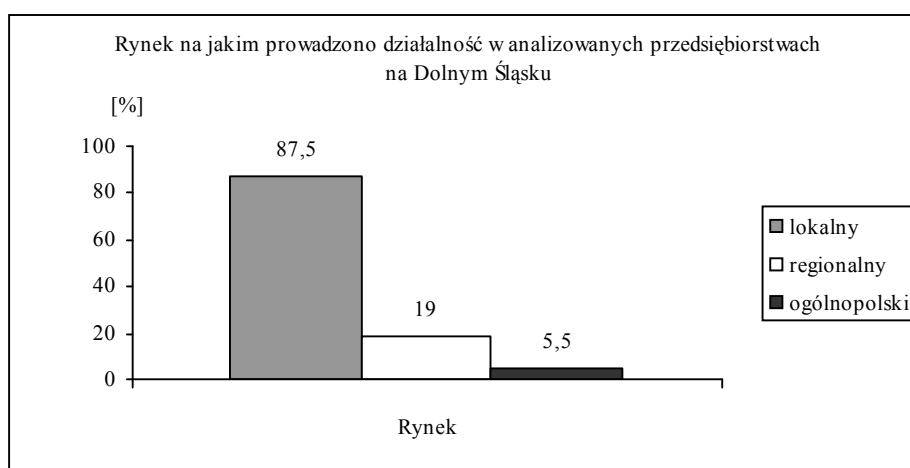
Przedział uzyskiwanych przychodów ze sprzedaży (mln zł)	Ogółem badana populacja (%)
do 2,4	88,0
2,5-6,9	9,0
7-14,9	2,0
15-34,9	0,0
35-69,9	0,5
70 i więcej	0,5

Źródło: badanie własne.

Śląska wykazały, że firmy wiejskie w około 90% funkcjonowały głównie na rynkach lokalnych oraz w 19% na rynkach regionalnych. Niecałe 6% tych firm sprzedawało swoje produkty na rynku ogólnopolskim. Według uzyskanych informacji od badanych przedsiębiorców głównymi odbiorcami ich produktów i usług byli odbiorcy indywidualni, którzy stanowili 95% badanej populacji. Małe firmy krajowe były odbiorcami 1/3 świadczonych usług, a firmy średnie stanowiły ponad 10% odbiorców. Dużym krajowym firmom sprzedawało swoje produkty ponad 6% badanych firm, natomiast 10% odbiorców stanowił sektor publiczny oraz 4% firmy międzynarodowe (rys. 4 i 5).

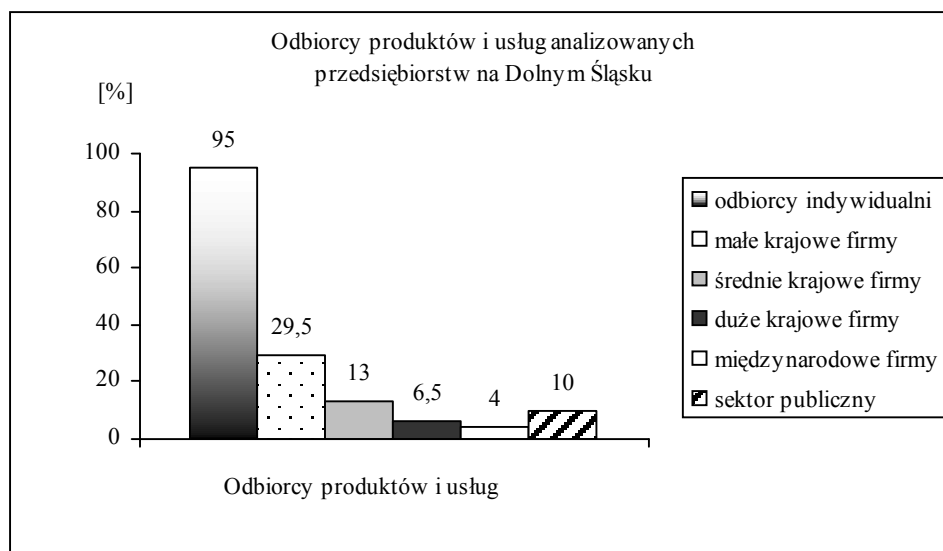
Funkcjonująca na rynku firma działa aktywizująco na ludność lokalną oraz wpływa na rozwój obszarów wiejskich. Jednak sama działalność nie wystarczy by się rozwijać, a co ważniejsze utrzymać się na rynku przy obecnej konkurencji. Bardzo ważna dla każdej firmy jest promocja jej produktów. Promować swoją firmę można na wiele sposobów. W związku z powyższym kolejnym poruszonym zagadnieniem jest forma promocji stosowana w firmie. Informacje na ten temat zawarto w tabeli 3.

Z przeprowadzonych w wybranych przedsiębiorstwach badań wynika, że funkcjonujący na rynku dolnośląskim przedsiębiorcy stosowali różnorodne formy promocji. Najpowszechniejszą formą promocji okazało się kreowanie marki firmy na szyldach i plakatach. Taką formę promocji stosowała prawie połowa badanych przedsiębiorców. W dalszej kolejności – 40% analizowanych firm stosowało upusty cenowe, a w ponad 1/3 firm prowadzono promocję sprzedaży. Około 1/5 badanych przedsiębiorców stosowało reklamę w prasie lokalnej, natomiast w 13% firm dolnośląskich stosowano reklamę w internecie. Ponad 10% ankietowanych przedsiębiorców nie prowadziło żadnych działań promocyjnych, co wpływa oczywiście na niekorzyść ich działalności na rynku. Zatem przy konkurowaniu z innymi firmami bardzo ważna jest promocja.



Rys. 4. Rynek na jakim prowadzono działalność w analizowanych przedsiębiorstwach na Dolnym Śląsku

Źródło: badanie własne.



Rys. 5. Odbiorcy produktów i usług analizowanych przedsiębiorstw na Dolnym Śląsku
Źródło: badanie własne.

Tabela 3

Stosowane formy promocji w analizowanych przedsiębiorstwach na Dolnym Śląsku

Wyszczególnienie	Ogółem badana populacja (%)
Reklama w prasie lokalnej	21,5
Reklama w prasie specjalistycznej	4,0
Upusty cenowe	36,5
Promocja sprzedaży	34,0
Kreowanie marki firmy na szyldach, plakatach	49,0
Strony w internecie	13,5
Inne (przekaz ustny, rekomendacja)	1,5
Wiarygodność, czas istnienia firmy	0,5
Brak	11,5

Źródło: badanie własne.

W warunkach dużej konkurencji na rynku istotne znaczenie w podejmowaniu wszelkich działań dotyczących prowadzenia działalności oraz jej dalszego rozwoju na obszarach wiejskich mają występujące bariery rozwoju przedsiębiorstw. W opracowaniu określono procent wskazań poszczególnych barier rozwoju oraz dodatkowo dokonano ich klasyfikacji pod względem mniej lub bardziej istotnym z punktu widzenia przedsiębiorcy (tab. 4). Z analizy wskazań wynika, że przedsiębiorcy za największą barierę (według ponad 70% badanych) uznali zły system podatkowy, ponad 60% badanych wskazało na skaplikowany system przepisów prawnych, brak doradztwa w zakresie ekonomiki i finansów oraz niewystarczające zasoby kapitałowe. Spośród wskazań większość badanych (61-70%) zaklasyfikowało owe bariery w przyjętym

Tabela 4

Bariery rozwoju przedsiębiorstw na Dolnym Śląsku

Wyszczególnienie	Wskazania "tak" (%)	Klasyfikacja barier (%)			
		1-5	6-10	11-15	16-20
Zły system podatkowy	71	77	14	6	4
Skomplikowany system przepisów prawnych	64	58	29	6	6
Brak doradztwa w zakresie ekonomiki i finansów	62	28	55	5	12
Zasoby kapitału	62	76	15	6	4
Intensywna konkurencja	58	65	26	6	3
Brak doradztwa prawnego	57	31	48	10	11
Brak centrów informacji	54	57	24	13	6
Zły system kredytowy	52	75	12	10	4
Brak preferencji do prowadzenia działalności	52	25	52	12	11
Sprawna administracja	47	45	35	12	9
Dostęp do rynków zbytu	46	65	20	5	10
Brak informacji	42	33	31	23	13
Brak planów rozwoju gminy z uwzględnieniem przedsiębiorczości	41	19	49	20	12
Brak lub niedostateczna promocja gminy	41	20	46	17	17
Zła infrastruktura techniczna i społeczna	40	14	49	18	20
Osobowość człowieka	40	47	24	15	14
Trudności w przepływie informacji	38	26	47	15	12
Brak szkoleń	33	32	31	26	11
Wykształcenie	32	36	19	25	20
Niedokładnie opracowane plany strategiczne firmy	31	10	44	23	23
Możliwości korzystania z nowych technologii	29	32	44	11	14

Źródło: badania własne.

przedziale od 1-5, uznając je jako najbardziej istotne. Według opinii badanych przedsiębiorców za najmniej ważne bariery uznano: możliwość korzystania z nowych technologii, niedokładnie opracowane plany strategiczne firmy, wykształcenie i brak szkoleń. Klasyfikując najmniejsze bariery w przedziałach bardziej lub mniej istotnych wykazano ich dość równomierne rozłożenie pomiędzy przyjętymi przedziałami.

Podsumowanie i wnioski

Podstawowym warunkiem ożywienia rozwoju obszarów wiejskich, mimo barier szeroko rozumianej przedsiębiorczości na wsi, jest kreowanie i pobudzanie. Rola przedsiębiorczości w rozwoju obszarów wiejskich Dolnego Śląska jest bardzo duża. Zjawisko pozytywnego wpływu na rozwój obszarów wiejskich można zaobserwować szczególnie na terenach mniej rozwiniętych rolniczo, ale posiadających duże możliwości do działalności pozarolniczej. Ważnym aspektem jest również posiadanie odpowiednich zasobów przyrodniczych, będących podstawą do rozwoju przedsiębiorczości w mniejszych miejscowościach wiejskich. Walory przyrodnicze rejonu Dolnego Śląska sprzyjają rozwojowi agroturystyki i turystyki wiejskiej, a to z kolei przyczynia się do rozwoju

drobnej przedsiębiorczości w postaci handlu, gastronomii i usług powiązanych lub wręcz niezbędnych ze względu na potrzeby turystów odwiedzających te tereny w celach rekreacyjnych.

Rozwój przedsiębiorczości na terenach wiejskich Dolnego Śląska może być podstawowym czynnikiem wzrostu dochodów ludności wiejskiej, unowocześniania warunków pracy, a także alternatywą dla wielu rodzin rolniczych na polepszenie jakości i standardu życia. W pracy poddano analizie przedsiębiorców, którzy prowadzili swoją działalność na terenach wiejskich Dolnego Śląska. Wielu z nich nie zamierza rezygnować z tej działalności pomimo trudnej sytuacji na rynku. Często mała firma jest dla nich dodatkowym źródłem uzyskiwanych dochodów, pozwalających osiągać wyższy poziom życia, ale także stanowi źródło zatrudnienia dla właściciela i członków jego rodziny.

Analiza badań przeprowadzonych na Dolnym Śląsku, a także rozważania dotyczące rozwoju obszarów wiejskich i roli przedsiębiorczości w tym procesie pozwalają na sformułowanie następujących wniosków:

1. Przedsiębiorczość w znacznym stopniu wpływa na tworzenie nowych miejsc pracy oraz zmniejszanie bezrobocia na wsi, a także poprawia warunki życia ludności wiejskiej oraz zapewnia im dodatkowe dochody.
2. Warunkiem wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich jest kreowanie oraz pobudzanie przedsiębiorczości na wsi pomimo istniejących barier w zakresie odpowiedniego wyposażenia infrastrukturalnego.
3. Odpowiednie wyposażenie w infrastrukturę jest czynnikiem decydującym o potencjale i atrakcyjności bądź nieatrakcyjności danego regionu lub gminy oraz wpływa na pobudzanie rozwoju przedsiębiorczości i aktywizację społeczności lokalnej.
4. Istotne znaczenie w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich ma planowanie strategiczne z uwzględnieniem rozwoju przedsiębiorczości.
5. Ożywienie rozwoju obszarów wiejskich wymaga aktywnego wspomaganie przez władze centralne i lokalne, zwłaszcza w zakresie podatków i subwencji.
6. Zjawiska zachodzące w szybko zmieniającym się otoczeniu konkurencyjnym wymuszają dostosowywanie się przedsiębiorstw do nowych wymagań.

Literatura

1. Dane GUS i WUS we Wrocławiu. Wrocław, 2004, 2006.
2. K o ł o d z i e j c z y k D.: Uwarunkowania Społeczno-gospodarcze lokalnego rozwoju gospodarczego. Studia i Monografie, IERiGŻ, Warszawa, 2002, **113**.
3. K o p e ć B.: Metodyka badań ekonomicznych w gospodarstwach rolnych. Skrypt AR Wrocław, 1983, 166-199.
4. K u c i ń s k i D.: Przestrzeń operacyjna firmy a jej otoczenie lokalne. W: Lokalne uwarunkowania przedsiębiorczości. Praca pod red. K. Kucińskiego. Monografie i Opracowania, SGGW Warszawa, 1999, **459**.
5. M i c k i e w i c z B.: Funkcjonowanie gospodarstw rolnych w województwie zachodniopomorskim w pierwszych miesiącach po integracji z Unią Europejską w opiniach rolników. Folia Univ. Agric. Stetin., Oeconomica, 2005, **44**: 251-256.

6. M i c k i e w i c z B.: Pozarolniczą aktywność zawodowa rolników w regionie przygranicznym województwa zachodniopomorskiego. Prace Kom. Nauk Rol. Biol. Bydgoskie Towarzystwo Naukowe. Ser. B, 2005, **58**: 375-380.
7. P a w l e w i c z A., L e w c z u k A.: Źródła sukcesu w rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej i wschodniej polski. Zesz. Probl. Post. Nauk Rol., 2006, **514**: 331-343.
8. S t r u ż y c k i M.: Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce lokalnej. W: Marketing w rozwoju regionu. Praca po red. J. Karwowskiego, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 2002.
9. Studia nad rozwojem Dolnego Śląska: Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Wrocław, 2001, **5**: 21-22.

Adres do korespondencji:

dr Irena Kropsz
Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu
Katedra Ekonomii i Zarządzania
pl. Grunwaldzki 24 A
50-363 Wrocław
tel. 071-3201768
e-mail: irenka812@tlen.pl

