

EDYTA GAŚSIOROWSKA-MĄCZNIK¹

STAN I MOŻLIWOŚCI ROZWOJU POZAROLNICZEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI NA OBSZARACH WIEJSKICH WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO W ŚWIETLE BADAŃ ANKIETOWYCH

Abstrakt. W opracowaniu przedstawiono stan i możliwości rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego. Na podstawie kwestionariusza wywiadu z wiejskimi przedsiębiorcami uzyskano materiał badawczy, pozwalający scharakteryzować osoby prowadzące działalność pozarolniczą według cech demograficznych i osobowościowych. Wyniki badań własnych pozwoliły określić motywy podejmowania pozarolniczej działalności gospodarczej i korzyści wynikające z jej prowadzenia. Ponadto ukazano główne czynniki stymulujące i hamujące pozarolniczą przedsiębiorczość na obszarach wiejskich regionu oraz oczekiwania przedsiębiorców wobec władz samorządowych w zakresie pomocy przy podejmowaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej. Przedstawiono mocne i słabe strony badanych przedsiębiorstw oraz opinie respondentów na temat szans i zagrożeń rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego.

Słowa kluczowe: pozarolnicza przedsiębiorczość, obszary wiejskie, województwo świętokrzyskie

WPROWADZENIE

Pozarolnicza przedsiębiorczość na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego jest przedmiotem badań z kilku powodów. Po pierwsze stanowi aktualny i ważny problem badawczy ze względów poznawczych i aplikacyjnych. Województwo świętokrzyskie od lat należało do słabo rozwiniętych gospodar-

¹ Autorka jest pracownikiem naukowym Politechniki Świętokrzyskiej w Kielcach (e-mail: epizod@poczta.onet.pl).

czo regionów, o zaniedbanej infrastrukturze i niskiej jakości zasobów ludzkich. Po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej Świętokrzyskie cechuje się jednym z wyższych wskaźników absorpcji środków finansowych na rozwój procesów modernizacyjnych na obszarach wiejskich.

Po drugie pozarolnicza przedsiębiorczość stwarza możliwość absorpcji istniejących nadwyżek siły roboczej i przysparza społeczności wiejskiej dodatkowych bądź alternatywnych dochodów w stosunku do dochodów z działalności rolniczej. W województwie świętokrzyskim rozwój pozarolniczej przedsiębiorczości ma szczególne znaczenie w warunkach rozdrobnionej struktury agrarnej i dużego udziału pracujących w rolnictwie w strukturze pracujących ogółem.

Po trzecie rozwój pozarolniczej przedsiębiorczości otwiera społeczność wiejską na nowe kierunki aktywności gospodarczej, pobudzając wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich. Uruchamia efekt mnożnikowy w dziedzinie inwestycji i konsumpcji, przyczyniając się do podnoszenia jakości życia mieszkańców obszarów wiejskich oraz podnoszenia poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego regionu i kraju.

METODA BADAŃ I CHARAKTERYSTYKA PRÓBY BADAWCZEJ

W badaniu pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego wykorzystano kwestionariusz wywiadu. Badaniami zostały objęte osoby fizyczne, prowadzące działalność gospodarczą na obszarach wiejskich regionu. Ankietowani zostali wybrani z wykazu REGON poprzez proporcjonalne dobranie firm do całości podanej liczby podmiotów gospodarczych. Konstrukcja kwestionariusza została podporządkowana celom badań oraz zweryfikowana w badaniu pilotażowym. Kwestionariusz składał się z 26 pytań i metryczki. Pierwsza część ankiety obejmowała informacje ogólne o przedsiębiorstwie i jej właścicielu, druga zawierała pytania dotyczące indywidualnych uwarunkowań aktywności gospodarczej, trzecia zaś obejmowała warunki zewnętrzne, które wyznaczają szanse lub bariery prowadzenia działalności gospodarczej. Kwestionariusz zawierał zarówno pytania zamknięte, jak i otwarte. Na część pytań można było wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Analiza materiału badawczego została przeprowadzona dzięki zastosowaniu ilościowych i jakościowych metod przetwarzania danych. Do weryfikacji niezależności wybranych zmiennych niemierzalnych wykorzystano test niezależności chi-kwadrat Pearsona. Dzięki wykorzystaniu tego testu można odpowiedzieć na pytanie, czy zestawione zmienne są od siebie niezależne, czy między nimi istnieje związek [Luszniewicz i Słaby 2003].

Badania zostały przeprowadzone w 2008 roku. Objęto nimi 940 podmiotów, co stanowi blisko 3% podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON na obszarach wiejskich regionu. Zbadano proporcjonalnie do ogólnej liczby: 50 podmiotów w powiatach: starachowickim, skarżyskim, ostrowieckim, kazimierskim, pińczowskim, 70 podmiotów w powiatach: koneckim, jędrzejowskim, buskim, sandomierskim, staszowskim, opatowskim, włoszczowskim i 200 podmiotów w największym powiecie – kieleckim ziemskim. Wśród

respondentów było 36% kobiet i 64% mężczyzn, co odpowiada rozkładowi osób prowadzących działalność gospodarczą na obszarach wiejskich Świętokrzyskiego.

Charakterystyka osób objętych badaniem wskazuje, iż najwięcej przedsiębiorców należało do grupy wiekowej: 46–55 lat (33,5%) oraz 36–45 lat (30,6%), najmniej zaś do grupy wiekowej: 66 lat i więcej (1,2%). Optymistyczny wydaje się fakt, że co czwarty przedsiębiorca na obszarach wiejskich regionu nie ukończył 35 lat. Nabyte doświadczenie życiowe i umiejętności zawodowe przekładają się na dużą aktywność osób w wieku 36–55 lat. Ponadto osoby w tym przedziale wieku w przypadku utraty pracy są bardziej skłonne (ze względu na potrzebę pozyskiwania środków na utrzymanie rodziny) do założenia firmy i samozatrudnienia się. Oszczędności lub odpawę pieniężną (w przypadku utraty pracy) mogą zainwestować we własną działalność gospodarczą.

Wśród badanych przedsiębiorców najwięcej legitymowało się wykształceniem średnim zawodowym (35%), najmniej – nieukończonym podstawowym (1%) – tabela 1.

TABELA 1. Struktura wykształcenia badanych przedsiębiorców na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego według płci i wieku [%]

TABLE 1. The structure of education of entrepreneurs surveyed in the rural areas of the Świętokrzyskie Voivodeship by sex and age

| Wyszczególnienie | Wykształcenie | | | | | | |
|------------------|-------------------------|------------|----------|------------------|------------------|------------|--------|
| | podstawowe nieukończone | podstawowe | zawodowe | średnie zawodowe | średnie licealne | policealne | wyższe |
| Kobiety | 60,00 | 52,63 | 26,17 | 26,11 | 61,79 | 51,61 | 38,55 |
| Mężczyźn | 40,00 | 47,37 | 73,83 | 73,89 | 38,30 | 48,39 | 61,45 |
| 18–25 lat | 0 | 10,53 | 2,34 | 3,86 | 6,50 | 4,84 | 7,82 |
| 26–35 lat | 20,00 | 10,53 | 14,02 | 15,13 | 26,02 | 29,03 | 32,40 |
| 36–45 lat | 20,00 | 21,05 | 31,77 | 32,64 | 31,71 | 38,71 | 23,46 |
| 46–55 lat | 40,00 | 36,84 | 36,45 | 36,80 | 30,89 | 25,81 | 27,93 |
| 56–65 lat | 20,00 | 5,26 | 14,02 | 10,98 | 4,07 | 1,61 | 7,82 |
| 66 i więcej lat | 0 | 15,79 | 1,40 | 0,59 | 0,81 | 0 | 0,57 |
| Razem | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Poziom wykształcenia, wiek i płeć ankietowanych nie wykazywał różnicowania terytorialnego. Badanie wykazało natomiast statystyczną zależność między wykształceniem badanych a płcią i wiekiem (odpowiednio: $\chi^2 = 69,67$, $df = 6$, $p = 0,0000^2$ i $\chi^2 = 101,55$, $df = 30$, $p = 0,0000$). Wykształceniem wyższym legitymowało się 61,45% mężczyzn i 38,55% kobiet, wykształceniem zaś podstawowym – 47,37% mężczyzn i 52,63% kobiet. Najwięcej osób (32,40%) z wyższym wykształceniem odnotowano w przedziale wieku 26–35 lat, najmniej (zaledwie 0,57%) – wśród przedsiębiorców w wieku 66 lat i więcej.

W strukturze rodzajowej pozarolniczej działalności gospodarczej prowadzonej przez respondentów dominowała działalność handlowa (sklepy stanowiły 40,5%, a hurtownie 8,9%). Działalność handlowa sprawdza się najlepiej w wa-

² Przyjęto poziom istotności $p = 0,05$.

runkach wiejskich, ponieważ zapewnia szybki obrót kapitału, nie angażując przy tym dużych środków finansowych i nakładów pracy. Nie wymaga też wysokich i specjalistycznych kwalifikacji do jej prowadzenia. Ten rodzaj działalności gospodarczej prowadzonej przez respondentów obejmował przede wszystkim sprzedaż artykułów spożywczych i przemysłowych oraz środków do produkcji rolnej.

W następnej kolejności uplasowały się budownictwo (11,3%) i usługi transportowe (8,2%). W strukturze rodzajowej nie wykazano usług agroturystycznych, gdyż nie podlegają one wpisowi do rejestru REGON. Należy jednak zaznaczyć, iż 5,8% respondentów prowadziło agroturystykę jako drugą działalność gospodarczą. Wśród rodzajów działalności gospodarczej, które zyskały najmniejsze zainteresowanie wiejskich przedsiębiorców, znalazły się: wywóz lub odzysk odpadów (0,9%), rękodzielnictwo (0,9%), elektrownie wodne i wiatrowe (0,8%) oraz usługi doradczo-finansowe (0,8%). Te ostatnie cieszą się na obszarach wiejskich niewielkim zainteresowaniem ze względu na kwalifikacje potrzebne do ich prowadzenia i niski poziom popytu zgłaszanego na tego rodzaju usługi.

W strukturze badanych przedsiębiorców 20,8% prowadziło więcej niż jedną działalność gospodarczą. Najczęściej łączono sprzedaż artykułów spożywczych z gastronomią, handel artykułami konsumpcyjnymi z agroturystyką oraz gastronomię z agroturystyką. Rozwijano również działalność zakładów mechaniki pojazdowej i handlu używanymi samochodami, handlu obwoźnego i usług transportowych, usług budowlanych i hurtowni materiałów budowlanych.

Wyniki badań własnych wskazują na ożywienie na obszarach wiejskich Świętokrzyskiego takiej aktywności, pomysłowości i przedsiębiorczości, która pozwala na wykorzystanie istniejących zasobów surowcowych przez firmy średnie, małe i mikro na relatywnie obniżonym poziomie kosztów własnych. Oszczędności na kosztach wynikają z korzystania z własnego zaplecza gospodarstwa domowego (dom, garaż, podwórko) w części przeznaczzonego na działalność handlową i usługową.

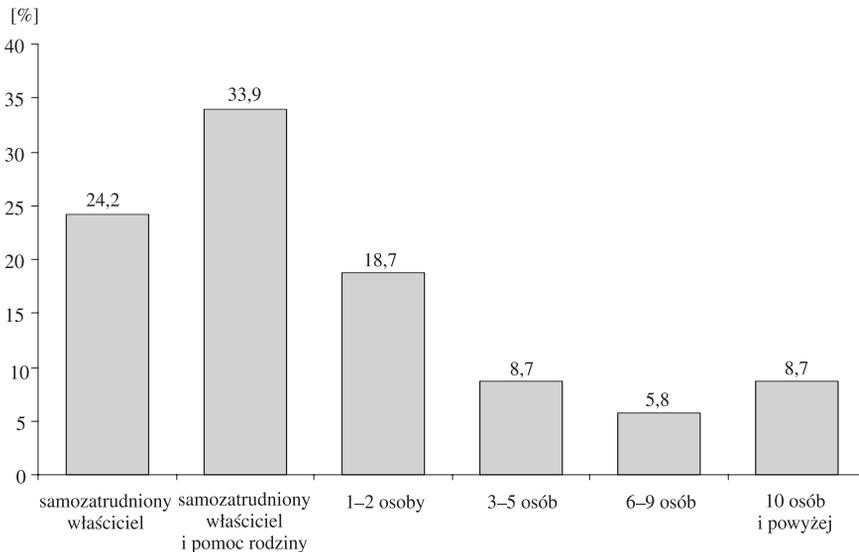
Działalność gospodarczą na obszarach wiejskich regionu podejmowały w większości (38,7%) osoby nieposiadające gospodarstw rolnych i prowadzące gospodarstwa rolne do 5 ha. Wśród właścicieli gospodarstw najczęściej, bo 16,7%, posiadało gospodarstwo rolne, którego powierzchnia wynosiła od 2 do 4,99 ha, 13,8% respondentów było właścicielami gospodarstw o powierzchni od 1 do 1,99 ha, 11,6% – od 5 do 9,99 ha, 10,3% – do 0,99 ha, 4,9% – 15 ha i więcej. Najmniej liczną grupę (4,1%) stanowili właściciele gospodarstw rolnych o powierzchni od 10 do 14,99 ha. Podjęcie dodatkowej działalności w gospodarstwach rolnych mniejszych obszarowo wynikało najczęściej z niskiej dochodowości produkcji rolniczej, natomiast w gospodarstwach dużych obszarowo – z rozszerzenia funkcji produkcyjno-przetwórczej.

Wykazano istotny statystycznie związek między posiadaniem gospodarstwa rolnego i jego wielkością a lokalizacją przedsiębiorstwa w poszczególnych powiatach ($\chi^2 = 161,579$, $df = 72$, $p = 0,0000$). Najwięcej (68%) przedsiębiorców nieposiadających gospodarstwa rolnego zamieszkiwało powiat skarżyski, naj-

mniej (22%) – pińczowski. Wyniki te odzwierciedlają specyfikę tych powiatów. Pierwszy jest powiatem o charakterze przemysłowym, drugi – typowo rolniczym. Największe obszarowo gospodarstwa rolne posiadali przedsiębiorcy w rolniczych powiatach: sandomierskim, opatowskim i pińczowskim (średnia gospodarstwa rolnego wynosi 6,60 ha), najmniejsze zaś – w północnych powiatach regionu, tj. skarżyskim, starachowickim i ostrowieckim (średnia gospodarstwa rolnego wynosi 2,33 ha).

Przedsiębiorstwa, których właściciele byli respondentami badania, w większości (549 firm z 940) działały na rynku ponad 5 lat, w tym 299 przedsiębiorstw funkcjonowało na rynku ponad 10 lat. W fazie uruchamiania działalności gospodarczej (do 1 roku) funkcjonowało 56 firm.

Wyniki badań własnych wskazują, że większość wiejskich firm Świętokrzyskiego należała do grupy przedsiębiorstw o ugruntowanej pozycji na rynku i stabilizacji ekonomicznej. W układzie terytorialnym najczęściej firm działających przez okres do 1 roku znajdowało się w przemysłowym powiecie ostrowieckim, w którym najczęściej respondentów prowadziło usługi budowlano-remontowe i działalność handlową. Najwięcej przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku ponad 10 lat odnotowano w rolniczym powiecie sandomierskim, w którym dominowały przedsiębiorstwa przetwórstwa spożywczego i hurtownie spożywcze. Wśród ogółu badanych przedsiębiorstw dominowały przedsiębiorstwa o charakterze rodzinnym (rysunek 1).



RYSUNEK 1. Struktura zatrudnienia w badanych przedsiębiorstwach
 FIGURE 1. The structure of employment in the surveyed enterprises

Wykazano istotny statystycznie związek pomiędzy lokalizacją przedsiębiorstwa a liczbą zatrudnionych ($\chi^2 = 122,51$, $df = 72$, $p = 0,0000$). W powiatach jędrzejowskim, włoszczowskim i staszowskim dominowały firmy samozatrudnia-

jących się właścicieli. Najwięcej rodzinnych przedsiębiorstw znajdowało się w rolniczych powiatach: kazimierskim, pińczowskim i kieleckim. Pracowników najemnych zatrudniały firmy z północnych powiatów: skarżyskiego, ostrowieckiego, starachowickiego.

Badane firmy w ponad 90% stanowiły mikroprzedsiębiorstwa (zatrudniały do 9 osób). Niespełna 9% firm zatrudniało 10 osób i więcej. Były to zazwyczaj przedsiębiorstwa zlokalizowane w sąsiedztwie miast regionu. Tak duży udział mikroprzedsiębiorstw w strukturze wielkości przedsiębiorstw na obszarach wiejskich Świętokrzyskiego wynikał z kilku uwarunkowań wewnętrznych regionu. Rodzimi, potencjalni przedsiębiorcy nie dysponowali dużym kapitałem, a zasoby oszczędności pieniężnych nie sięgały wysokich kwot. Urzędy pracy dysponowały niewielką liczbą ofert pracy o określonych i na ogół wyższych wymaganiach kwalifikacyjnych, niż oferowali poszukujący pracy. Struktura popytu na pracę nie odpowiadała strukturze podaży pracy. W takich warunkach znaczna liczba respondentów, zwłaszcza w powiatach rolniczych regionu, dokonywała racjonalnego wyboru między samozatrudnieniem się a pozostawianiem bez pracy.

Zasięg terytorialny badanych firm obejmował w większości miejscowość, w której firma miała siedzibę (38%), co potwierdza ich „statyczny” (trwale związany z miejscem funkcjonowania) charakter i tym samym w zakresie działania ograniczony wyłącznie do rynku lokalnego. Wśród badanych przedsiębiorstw 34% działało w obrębie gminy, 18% wskazało na powiat, 6% – na województwo, 3% – na kraj, zaledwie zaś 1% – na zagranicę (były to głównie firmy przetwórstwa spożywczego zlokalizowane w powiecie sandomierskim, działające na rynku wschodnim). O nielicznym biznesowym powiązaniu badanych firm z resztą kraju i z zagranicą zdecydował brak przepływu informacji o możliwościach lokowania produktów na odległych rynkach zbytu, trudności zdobywania rynków zbytu w warunkach konkurencji, słaba znajomość zasad i wykorzystania narzędzi marketingu, a także nieznanostwo języków obcych.

MOTYWY PODEJMOWANIA POZAROLNICZEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

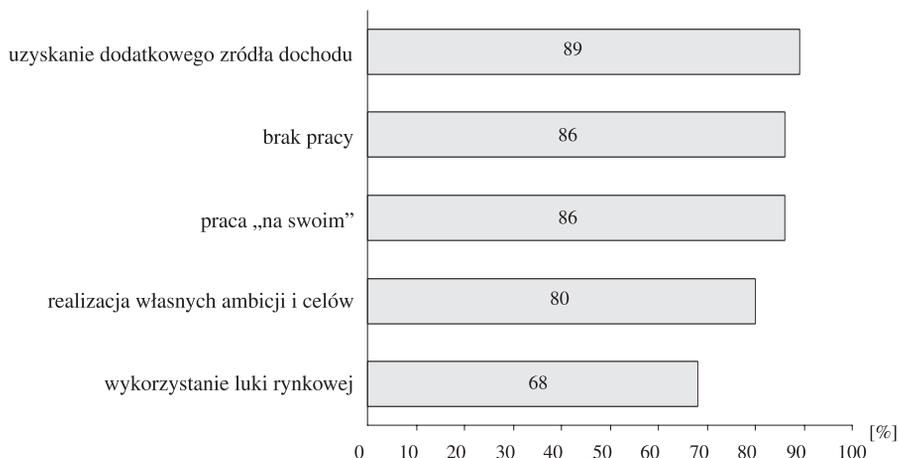
Podjęciu decyzji o prowadzeniu działalności gospodarczej towarzyszą określone motywy³ o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym. Te pierwsze wynikają z motywacji wewnętrznej, która skłania do wykonania danego zadania z powodu zainteresowania nim samym. Te drugie wynikają z motywacji zewnętrznej, która skłania do zaangażowania się w określone działanie ze względu na spodziewane korzyści.

Przedsiębiorcy uczestniczący w badaniu zapytani o bardzo ważne i ważne motywy, które skłoniły ich do uruchomienia pozarolniczej działalności go-

³ Motyw – hipotetycznie przyjęty dla wyjaśnienia ukierunkowania i dynamiki aktywności jednostki czynnik zewnętrzny (np. przynęta lub wartość) albo wewnętrzny (np. potrzeba lub popęd) [Siuta 2005, s. 151].

spodarczej, najczęściej wskazywali motyw zewnętrzny, tj. chęć uzyskania dodatkowego dochodu (dla 89% respondentów powód ten był bardzo ważny lub ważny). Następnym motywem założenia firmy był brak pracy zawodowej. Na motyw ten wskazało 86% badanych. Kolejnymi motywami uznanyymi przez respondentów za bardzo ważne i ważne były te, które można określić mianem wewnętrznych. Dla 86% ankietowanych była to praca „na swoim”, natomiast 80% przedsiębiorców założyło własną firmę dla realizacji własnych ambicji i celów.

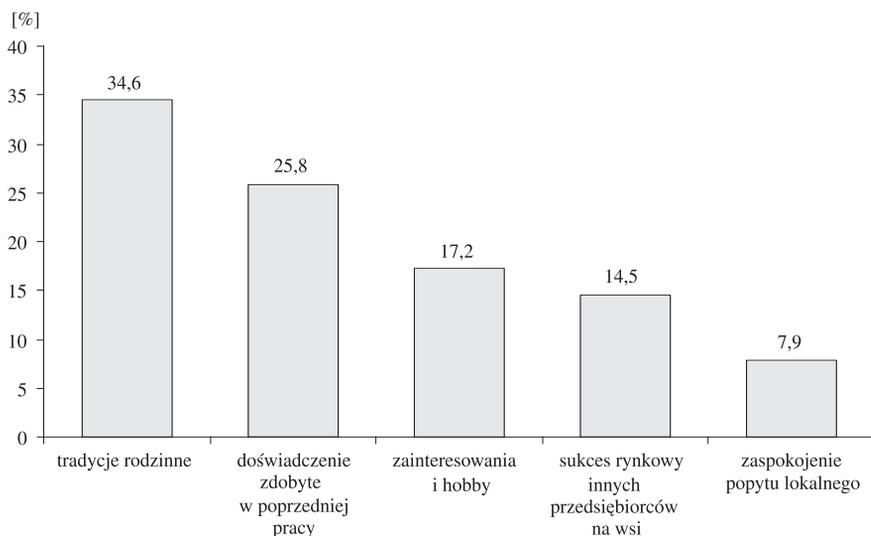
Bardzo ważnym i ważnym motywem okazało się też wykorzystanie luki rynkowej (68%). Wskazywać to może z jednej strony na dobre rozpoznanie rynku i wykorzystanie pojawiających się możliwości, a z drugiej strony za przejaw przedsiębiorczej postawy respondentów (rysunek 2).



RYSUNEK 2. Motywy podejmowania działalności gospodarczej przez respondentów
 FIGURE 2. Motives for taking up business by the respondents

Główne motywy podejmowania pozarolniczej działalności gospodarczej przez mieszkańców obszarów wiejskich Świętokrzyskiego potwierdzają dwie kategorie przedsiębiorczości: „zorientowaną na wykorzystywanie szans” i „wymuszoną” [Glinka 2008, s. 28]. Istotą pierwszej są działania przedsiębiorcze, które wynikają z pozytywnych przyczyn, takich jak: chęć realizacji własnych ambicji i celów, pracy „na swoim” dającej poczucie niezależności lub wykorzystania luki rynkowej i wykazania innowacyjności. Istotą drugiej są działania przedsiębiorcze podejmowane z konieczności, na przykład z chęci uzyskania dodatkowego dochodu lub z powodu utraty i braku satysfakcji z dotychczasowej pracy zawodowej.

Interesująco rozkładały się odpowiedzi na pytanie dotyczące motywów decydujących o rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej. Największy odsetek odpowiedzi nawiązywał do kontynuacji tradycji rodzinnych (34,6%) i wykorzystania doświadczenia zdobytego z poprzedniej pracy (25,8%) – rysunek 3.



RYSUNEK 3. Motywy podejmowania określonego rodzaju działalności gospodarczej
 FIGURE 3. Themes of making a particular type of business

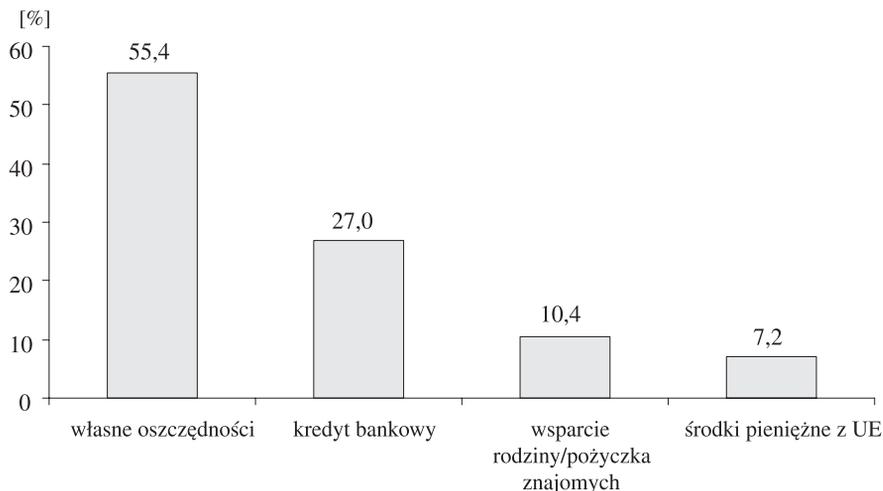
Ankietowani wskazywali także na swoje zainteresowania i hobby (17,2%). Pozytywne przykłady wywołują naśladownictwo. Sukces rynkowy innych przedsiębiorców był istotny dla 14,5% respondentów. Odpowiedź na pytanie: co produkować i jak zorganizować oraz prowadzić własną firmę, jest niezbędna przed rozpoczęciem działalności gospodarczej. Jednak tylko 7,9% przedsiębiorców starało się dostosowywać produkcję lub świadczone usługi do warunków i popytu lokalnego rynku, co wskazuje na profesjonalne podejście przedsiębiorców do działalności gospodarczej.

CZYNNIKI DETERMINUJĄCE POZAROLNICZĄ PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Jednym z ważniejszych warunków założenia i prowadzenia działalności gospodarczej jest konieczność posiadania środków finansowych. Środki finansowe na rozpoczęcie działalności gospodarczej badanych przedsiębiorców pochodziły głównie z własnych oszczędności i zasobów rodzinnych. Przy podejmowaniu przedsięwzięć gospodarczych 55,4% respondentów korzystało przede wszystkim z własnych oszczędności (rysunek 4).

Kredyt bankowy jako kolejne źródło finansowania działalności gospodarczej umożliwił start 27% przedsiębiorcom. Uzyskanie kredytu lub pożyczki ograniczone było względami zabezpieczenia i wysoką stopą oprocentowania. Banki niechętnie finansowały przedsiębiorców o nieugruntowanej pozycji na rynku. Ponadto 10,4% ankietowanych uzyskało pożyczkę od rodziny i znajomych, a 7,2% wykorzystało pieniądze pochodzące z programów unijnych.

Odnotowano istotny statystycznie związek pomiędzy źródłem finansowania działalności gospodarczej a wiekiem przedsiębiorców ($\chi^2 = 52,64$, $df = 15$,

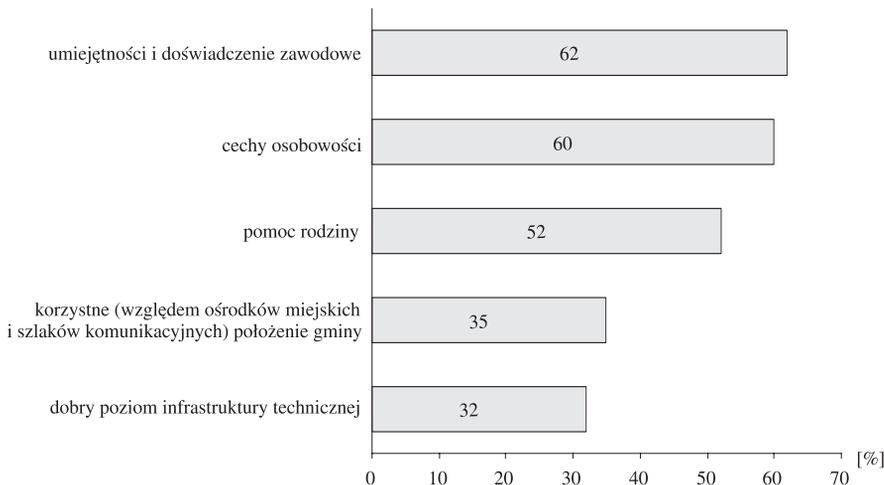


RYSUNEK 4. Źródło finansowania działalności gospodarczej przy jej podejmowaniu
 FIGURE 4. Source of financing economic activity at its taking

$p = 0,000$). Własne (zgromadzone w ciągu lat pracy) oszczędności były głównym źródłem finansowania działalności gospodarczej dla przedsiębiorców w wieku 56–65 lat. Kredyt bankowy wspomógł grupę osób w przedziale wiekowym 36–45 lat. Programy pomocowe z UE i pożyczka rodziny stały się podstawą finansowania przedsiębiorstwa dla osób najmłodszych wiekiem – 18–25 lat.

Wykazano również istotny statystycznie związek między strukturą źródeł finansowania działalności gospodarczej przy jej podejmowaniu a lokalizacją działalności gospodarczej ($\chi^2 = 51,87$, $df = 36$, $p = 0,042$). Szczególnie uwidoczniło się to w programach pomocowych UE, których udział w strukturze źródeł finansowania wynosił od 1,5% w powiatach skarżyskim i jędrzejowskim do 30% w powiecie kieleckim ziemskim. Uzyskane wyniki badań potwierdziły, że powiat kielecki należy do aktywniejszych powiatów województwa świętokrzyskiego pod względem ubiegania się i absorpcji pieniędzy pochodzących z funduszy unijnych.

O ile środki finansowe stanowiły czynnik determinujący założenie firmy, o tyle jej funkcjonowanie i rozwój były, w opinii znacznej większości respondentów, zdeterminowane czynnikami pozafinansowymi. W ocenie ankietowanych istotnymi czynnikami determinującymi rozwój pozarolniczej działalności gospodarczej okazały się te, które mają swe źródło w indywidualnych uwarunkowaniach przedsiębiorców. Za bardzo ważne i ważne czynniki respondenci uznali: w 62% umiejętności i doświadczenie zawodowe oraz w 60% ich cechy osobowości. Ponadto 52% ankietowanych wskazało pomoc rodziny, 35% – korzystne (względem ośrodków miejskich i szlaków komunikacyjnych) położenie gminy i 32% – dobry poziom infrastruktury technicznej (rysunek 5).



RYСУNEK 5. Czynniki determinujące rozwój pozarolniczej przedsiębiorczości w opinii respondentów
 FIGURE 5. Determinants of non-agricultural development of entrepreneurship in the opinion of the respondents

Uzyskane wyniki badań pozwoliły na wskazanie cech osobowości, które zdaniem przedsiębiorców pomagają im w prowadzeniu działalności gospodarczej⁴. Wypytowano następujące: pracowitość – 70%, zaradność – 50,74%, wytrwałość – 45,32%, potrzebę osiągnięć – 44,26% ambicję – 37,79%, przebojowość – 27,66%, zdecydowanie – 24,04%, odwagę – 17,13%, pomysłowość – 17,02%, optymizm – 3,19%, ostrożność w biznesie – 1,60%.

Respondenci za najważniejsze cechy osobowości, decydujące o powodzeniu w biznesie, uznali: pracowitość, zaradność i wytrwałość. Posiadanie tych cech jest szczególnie ważne dla przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w małych miejscowościach, gdzie uzyskiwanie dochodów z prowadzenia działalności gospodarczej jest trudne i długie ze względu na małą siłę nabywczą ludności wiejskiej. Dla przedsiębiorcy prowadzenie własnej firmy oznaczało możliwość podejmowania i realizowania nowych, trudnych i różnorodnych wyzwań, co pozwalało na zaspokojenie potrzeby osiągnięć. Ambicja i „przebojowość” wzmacniały determinację w realizacji celów. Zdecydowanie i odwaga pozwalały wykazać inicjatywę w działaniu i podejmować nowe wyzwania. Pomysłowość sprzyjała twórczemu myśleniu w poszukiwaniu nowych możliwości i rozwiązań. Optymizm w relacjach respondentów pomagał im przewidywać trudności, natomiast ostrożność ograniczała ich skłonność do ryzyka.

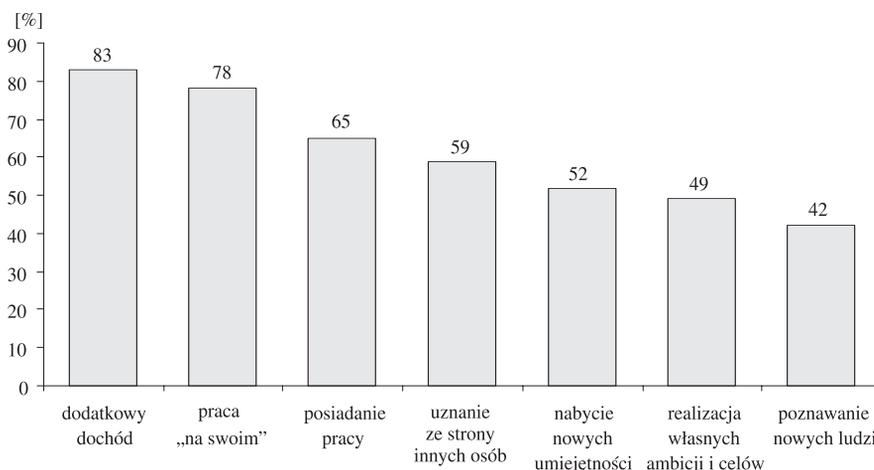
Odnotowano istotne statystycznie związki między wykształceniem respondentów a następującymi cechami osobowości: ambicją ($\chi^2 = 12,91$, $df = 6$, $p = 0,044$), pomysłowością ($\chi^2 = 22,57$, $df = 6$, $p = 0,000$), optymizmem ($\chi^2 = 17,51$, $df = 6$, $p = 0,007$). Najwięcej ambitnych (36,87%) i pomysłowych (40,22%) przedsiębiorców legitymowało się wykształceniem wyższym. Naj-

⁴ Można było wskazać 3 cechy osobowości.

mniej liczną grupę, odpowiednio 15,79 i 10,53%, stanowili respondenci z ukończoną szkołą podstawową. Najwięcej osób o uosobieniu optymistycznym było wśród absolwentów szkoły podstawowej (15,79%), a najmniej – wśród absolwentów szkoły zawodowej (1,4%).

KORZYŚCI Z PROWADZENIA POZAROLNICZEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Z przeprowadzonych badań wynika, że główną korzyścią z prowadzenia działalności gospodarczej na obszarach wiejskich jest uzyskanie dodatkowego dochodu (83% ankietowanych uznało tę korzyść za bardzo ważną lub ważną). Do pozostałych korzyści bardzo ważnych lub ważnych zaliczono: pracę „na swoim” (78%), posiadanie pracy (65%), uznanie ze strony innych osób (59%), nabycie nowych umiejętności (52%) realizację własnych ambicji i celów (49%) i poznanie nowych ludzi (42%) – rysunek 6.



RYСУNEK 6. Korzyści z prowadzenia działalności gospodarczej według ankietowanych
FIGURE 6. The benefits of doing business by the respondents

Uzyskane korzyści korespondują z charakterem motywów, które zadecydowały o podjęciu działalności gospodarczej, tj. z uzyskaniem dodatkowych dochodów, posiadaniem pracy zawodowej, pracy „na swoim” i realizacji własnych ambicji i celów. Korzyści z prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich regionu zaspokoiły wszystkie najważniejsze motywy, dla których podjęto działalność gospodarczą. Uzyskane przez respondentów korzyści można podzielić na dwie grupy. Pierwsza – dodatkowy dochód, posiadanie pracy, zaspokoiła motywy ekonomiczne podejmowania pozarolniczej działalności gospodarczej. Druga, obejmująca pozostałe korzyści, zaspokoiła motywy psychospołeczne.

Osiągnięte korzyści sugerowały, że respondenci będą kontynuować działalność gospodarczą. Wyniki badań potwierdziły to przypuszczenie. Pozytywnym zjawiskiem jest deklarowana przez większość respondentów chęć pozo-

stania przy dotychczasowej działalności gospodarczej. Wśród ankietowanych przedsiębiorców 590 i 242 z 940 odpowiedziało odpowiednio: zdecydowanie pozostaną przy dotychczasowej działalności gospodarczej i raczej pozostaną przy dotychczasowej działalności gospodarczej. Odpowiedzi świadczyć mogą, po pierwsze – o dobrej kondycji ekonomicznej badanych firm, po drugie – o osobistej determinacji kontynuowania wybranej działalności gospodarczej przez ich właścicieli.

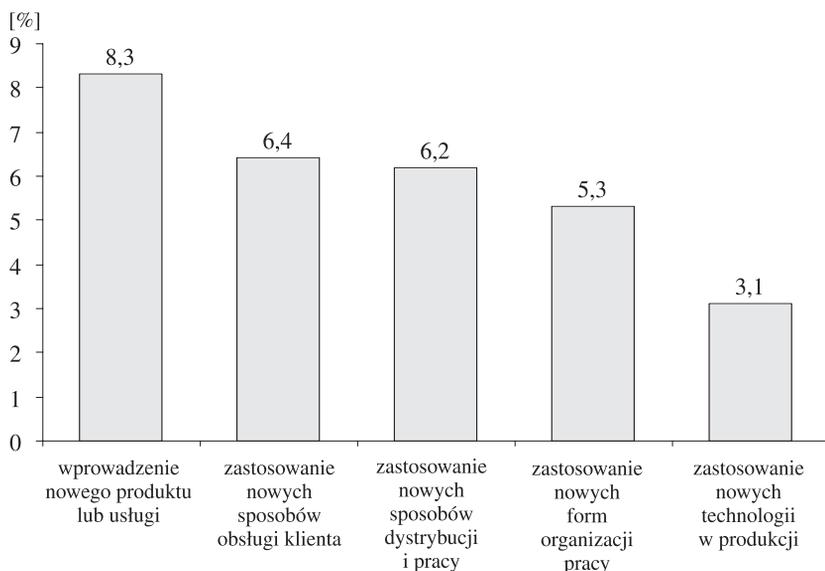
Wykazano zależność statystyczną między wiekiem przedsiębiorców a ich zamiarami dotyczącymi działalności gospodarczej ($\chi^2 = 82,17$, $df = 25$, $p = 0,000$). Najwięcej zdecydowanych na kontynuację działalności gospodarczej odnotowano wśród przedsiębiorców w grupie wiekowej 46–55 lat (36,44%). To przedział wieku, w którym trudno znaleźć pracę, szczególnie jeśli utraciło się miejsce dotychczasowego zatrudnienia. Założenie firmy i samozatrudnienie się jest często alternatywą dla pozostania bezrobotnym. Najmniej zdecydowanych przedsiębiorców w grupie wiekowej 66 lat i więcej (0,68%) postanowiło przekazać firmę następcy ze względu na wiek emerytalny.

Wykazano także statystyczny związek między lokalizacją przedsiębiorstwa a zamiarami właścicieli dotyczącymi przyszłości przedsiębiorstwa ($\chi^2 = 82,89$, $df = 60$, $p = 0,03$). Najwięcej zdecydowanych na kontynuowanie dotychczasowej działalności gospodarczej było w powiecie koneckim (84%), najmniej – w pińczowskim (48%). Na podstawie uzyskanych wyników można wyprowadzić prawidłowość w zakresie związku między planami respondentów, dotyczącymi działalności gospodarczej, a lokalizacją firmy. Przedsiębiorcy prowadzący firmy w południowej, rolniczej części regionu nie są zdecydowani na kontynuowanie działalności gospodarczej. Wynika to z uwarunkowań wewnętrznych tych powiatów (niskie dochody ludności, co negatywnie wpływa na lokalny popyt, oraz niski poziom infrastruktury technicznej).

Przedsiębiorców, którzy zamierzali pozostać przy dotychczasowej działalności gospodarczej, zapytano o zamierzenia dotyczące funkcjonowania ich firmy. Rozszerzeniem asortymentu oferowanych produktów i usług oraz rozszerzeniem rynku zbytu zainteresowanych było odpowiednio 27,5 i 20,2% respondentów. Znaczną grupę stanowili przedsiębiorcy zamierzający w najbliższej przyszłości podjąć działania ukierunkowane na rozwój innowacyjny swojej firmy. Wprowadzenie zmian organizacyjnych i technologicznych w firmie deklarowało odpowiednio 10,9 i 7,2% przedsiębiorców. Podjęcie współpracy z nowym kontrahentem planowało 27,1% ankietowanych. Swoich planów nie sprecyzowało 7,2% respondentów.

Zamierzenia przedsiębiorców, dotyczące funkcjonowania ich firm, uwarunkowane były możliwościami w zakresie środków finansowych, rzeczowych, kadrowych i technologicznych. Rozszerzenie asortymentu oferowanych produktów było najtańszą i najprostszą zmianą oraz jednocześnie najmniej ryzykowną.

Przedsiębiorczość wiąże się z systematycznym i planowym wdrażaniem zmian, nowych koncepcji i pomysłów, a także otwartością na sygnały płynące z zewnątrz. Wprowadzanie innowacji jest skutecznym środkiem uzyskiwania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa w jego strategicznych obszarach



RYSUNEK 7. Zmiany o charakterze innowacyjnym wprowadzone w badanych przedsiębiorstwach
 FIGURE 7. The innovative changes introduced in the surveyed enterprises

działalności. Wśród badanych przedsiębiorców 32% wprowadziło w firmie zmiany o charakterze innowacyjnym (rysunek 7).

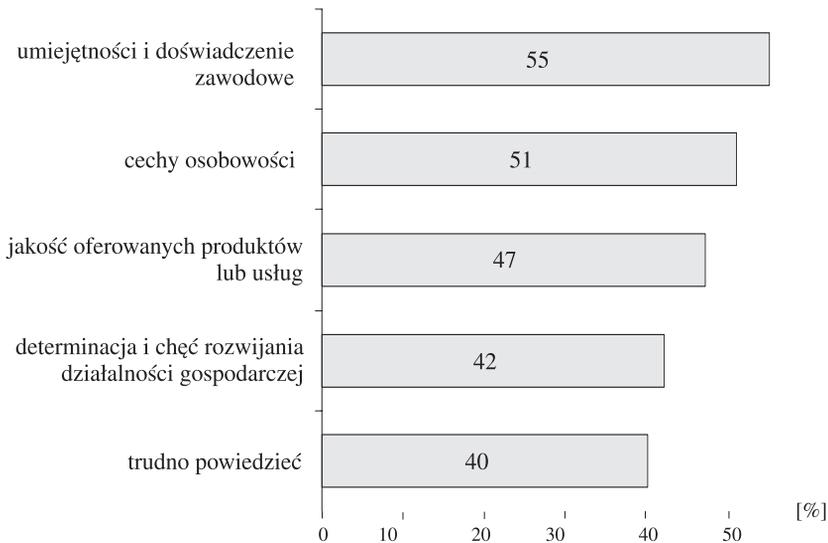
Najczęściej wdrażane były innowacje produktowe i usługowe (8,3%), w mniejszym zakresie technologiczne (3,1%). Nowe sposoby obsługi klienta zastosowało 6,4% respondentów, natomiast 6,2% zmian o charakterze innowacyjnym polegało na wprowadzeniu nowych sposobów dystrybucji i sprzedaży produktów bądź usług. Innowacje organizacyjne wdrożyło 5,3% przedsiębiorstw. W najmniejszym zakresie innowacje dotyczyły wykorzystania do produkcji nowych surowców (2,7%). Istotnym mechanizmem w procesie dyfuzji innowacji były kontakty osobiste przedsiębiorców. Przedsiębiorcy podkreślali, że wpływ na wprowadzenie innowacji w ich firmach miały informacje od znajomych przedsiębiorców i przykład godny naśladowania.

Innowacje wdrażane w przedsiębiorstwach odznaczały się niskim stopniem oryginalności. Najczęściej, znane na rynku krajowym, stanowiły nowość dla firmy. Właściciele wiejskich firm regionu największą przeszkodą dla innowacyjności upatrywali w wysokich kosztach zmian. Bariera finansowa jest trudna do pokonania, zwłaszcza dla przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą na wsi. Podmioty te nie mają dużych szans na kredytowanie innowacji, gdyż te, ze swej istoty, wiążą się ze znacznym ryzykiem niepowodzenia.

MOCNE I SŁABE STRONY POZAROLNICZEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Odpowiedź na pytanie o mocne i słabe strony przedsiębiorstw zlokalizowanych na obszarach wiejskich regionu sprawiła respondentom najwięcej problemu. Należy jednak podkreślić, iż większą trudnością było wskazanie mocnych niż słabych stron. Wynika to z mentalności mieszkańców wsi, przejawiającej się między innymi niezadowoleniem z rzeczywistości, dostrzeganiem trudności i narzekaniem na swój los.

Do mocnych stron więcej przedsiębiorcy zaliczyli: własne umiejętności i doświadczenie zawodowe (55%), cechy ich osobowości (51%), jakość oferowanych produktów lub usług (47%) oraz determinację i chęć rozwijania działalności gospodarczej (42%). Duża część respondentów (40%) nie potrafiła wskazać mocnych stron (rysunek 8).



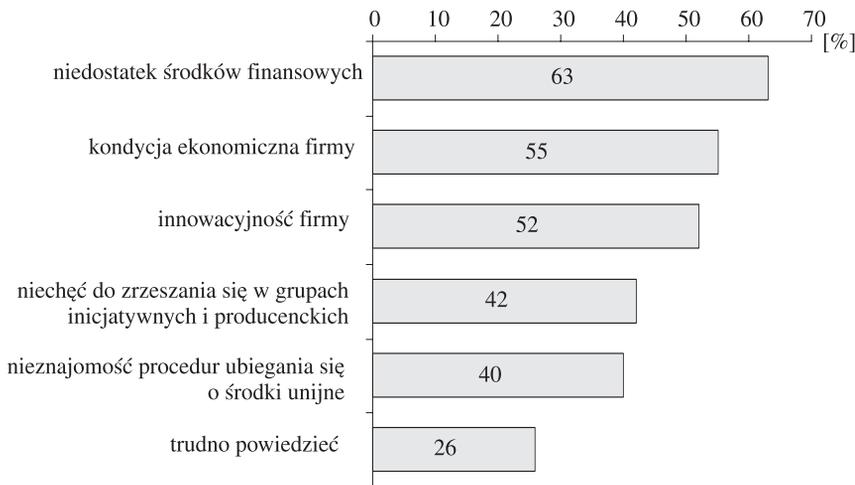
RYSUNEK 8. Mocne strony pozarolniczej przedsiębiorczości w opinii respondentów
FIGURE 8. Strengths of the non-agricultural enterprise in the opinion of the respondents

Wyniki badań własnych pozwalają odnieść mocne strony do takich cech osobowości, które ułatwiają wypracowanie sukcesu. Badani podkreślali, że realizacji celu służą przede wszystkim: pracowitość, zaradność, wytrwałość oraz ich doświadczenie życiowe i zawodowe.

Najbardziej świadomi mocnych stron byli przedsiębiorcy, którzy rozpoczęli działalność gospodarczą ponad 10 lat temu. Podkreślali swoje duże doświadczenie. Ponadto wieloletnie „utrzymywanie się” na rynku dawało im poczucie pewności siebie. Ich firmy należały do grupy przedsiębiorstw o długiej tradycji i ugruntowanej pozycji rynkowej, osiągających zadowalające zyski, zorientowanych prorozwojowo, deklarujących rozszerzenie asortymentu i rynku zbytu oraz wdrażanie nowych produktów i usług.

Przedsiębiorcy podkreślali, iż podejmowanie przez mieszkańców obszarów wiejskich pozarolniczej działalności gospodarczej to jednocześnie podejmowanie dużego ryzyka, związanego z małą chłonnością wiejskiego rynku i wysokimi kosztami prowadzenia działalności gospodarczej. Przedsiębiorcy musieli wykazać się pomysłowością, a uruchamiając przedsięwzięcie bez badań rynku i kierując się przede wszystkim intuicją, minimalizowali ryzyko, tak aby nie ponosząc wysokich nakładów finansowych, osiągać zysk.

Wśród słabych stron respondentów wskazali: niedostatek środków finansowych (63%), słabą kondycję ekonomiczną firmy (55%), brak innowacyjności firmy (52%), niechęć do kooperacji oraz zrzeszania się w grupach inicjatywnych i producenckich (42%) oraz nieznaną procedur ubiegania się o środki pomocowe (40%). Słabych stron nie potrafiło wskazać 26% ankietowanych (rysunek 9).



RYSUNEK 9. Słabe strony pozarolniczej przedsiębiorczości w opinii respondentów
 FIGURE 9. Weaknesses of non-agricultural enterprise in the opinion of the respondents

Na słabości wskazywali przede wszystkim prowadzący działalność gospodarczą do 1 roku na obszarze powiatów rolniczych. O ile cechy osobowości, które respondenci uznali za swoje mocne strony, pomagały im uruchomić firmę, o tyle słabe strony determinowały funkcjonowanie firmy. Pasywne postawy, niechęć do nowości, niski poziom innowacyjności w odniesieniu do produktu, technik sprzedaży i zarządzania firmą oraz niedostatek środków finansowych w decydującym stopniu wpływały na utrudnienia w prowadzeniu działalności gospodarczej. Ograniczały rozwój przedsiębiorstw i zaważyły ich działalność do miejscowości, w której funkcjonowały.

Wyniki badań nie wykazały statystycznych zależności między mocnymi i słabymi stronami pozarolniczej działalności gospodarczej a wiekiem, wykształceniem i płcią respondentów.

Analiza wyników badań prowadzi do wniosku, że główną słabością przedsiębiorczości wiejskiej Świątokrzyskiego jest niedostatek środków finansowych.

Dla dopełnienia oceny sytuacji finansowej wiejskich przedsiębiorców postawiono pytanie, co stanowi główne źródło dochodu ich gospodarstwa domowego. Większość badanych (72%) zadeklarowało, że prowadzona działalność gospodarcza. W następnej kolejności była to praca zawodowa członka rodziny (13%) i prowadzone gospodarstwo rolne (12%). Najmniej respondentów wskazało emeryturę lub rentę (3%).

Wyniki badań wykazały istotny statystycznie związek między lokalizacją przedsiębiorstwa a głównym źródłem dochodu gospodarstwa domowego ($\chi^2 = 114,14$, $df = 48$, $p = 0,000$). Prowadzona działalność gospodarcza była głównym źródłem dochodu dla 88% ankietowanych w powiecie starachowickim i zaledwie dla 48% respondentów w powiecie pińczowskim. Natomiast gospodarstwo rolne było podstawowym źródłem dochodu dla 30% przedsiębiorców w powiecie sandomierskim i pińczowskim. Żaden z ankietowanych nie wskazał gospodarstwa rolnego w powiecie starachowickim. Wykazano także statystyczny związek między wykształceniem a głównym źródłem dochodu gospodarstwa domowego ($\chi^2 = 49,703$, $df = 24$, $p = 0,01$). Prowadzona działalność gospodarcza była głównym źródłem dochodu dla 74% respondentów legitymujących się wykształceniem wyższym i średnim zawodowym.

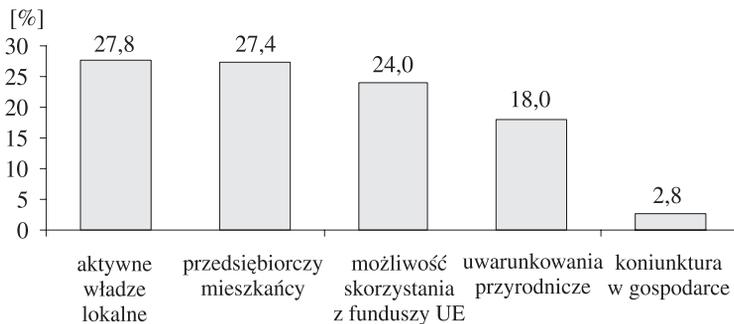
SZANSE I BARIERY ROZWOJU POZAROLNICZEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Ważnym zagadnieniem poruszonym w ankiecie skierowanej do przedsiębiorców było określenie szans i barier rozwoju przedsiębiorczości oraz wskazanie tych najbardziej i najmniej determinujących pozarolniczą działalność gospodarczą w regionie.

Aktywność władz lokalnych jest jednym z czynników stymulujących rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich [Kłodziński i Fedyszak-Radziejowska red., 2002]. Taką opinię wyraziło 27,8% respondentów. Szansę rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości 27,4% ankietowanych upatrywało w przedsiębiorczości mieszkańców. Ich aktywność, chęć działania i podjęcie ryzyka pracy na własny rachunek dały pozytywny przykład wywołujący naśladownictwo innych, co na zasadzie efektu mnożnikowego pobudziło lokalną gospodarkę. W dalszej kolejności wskazywano możliwość skorzystania ze środków finansowych z funduszy UE (24%). Wśród badanych przedsiębiorców 18% dostrzegało szansę rozwoju przedsiębiorczości w korzystnych uwarunkowaniach przyrodniczych. Bardzo niewielki wpływ na rozwój pozarolniczej przedsiębiorczości wywarła, zdaniem ankietowanych, koniunktura gospodarcza w kraju (2,8%) – rysunek 10.

Wyniki badań pozwalają stwierdzić, iż respondenci upatrują szansy rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości w uwarunkowaniach wewnętrznych gminy. Ich identyfikacja powinna stanowić podstawę dla władz gminnych do racjonalnego planowania przyszłości gminy oraz budowania strategii jej rozwoju i pobudzania przedsiębiorczości.

Nie wykazano statystycznej zależności między lokalizacją przedsiębiorstwa a oceną czynników sprzyjających rozwojowi działalności pozarolniczej, co



RYSUNEK 10. Szanse rozwoju pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich Świętokrzyskiego w ocenie respondentów

FIGURE 10. Chances of developing non-agricultural economic activities in rural areas of the Świętokrzyskie Voivodeship in the opinion of the respondents

wskazuje na to, że w obrębie Świętokrzyskiego występuje podobna identyfikacja szans dla rozwoju pozarolniczej działalności gospodarczej. Wykazano zaś statystycznie istotny związek między płcią respondentów a oceną czynników sprzyjających rozwojowi działalności pozarolniczej ($\chi^2 = 14,91$, $df = 4$, $p = 0,000$). W opinii 27% kobiet największe znaczenie miała przedsiębiorczość mieszkańców, podczas gdy tego zdania było 73% mężczyzn.

Jak wyżej wskazano, w działalności władz lokalnych przedsiębiorcy upatrują szansę dla rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości. Poproszono respondentów o ocenę aktywności władz lokalnych w tworzeniu warunków sprzyjających zakładaniu i rozwijaniu działalności gospodarczej. Zdaniem 42,3% badanych, samorząd gminny sprzyjał rozwojowi przedsiębiorczości. W ocenie 23,5% respondentów aktywność samorządów gminnych w tworzeniu warunków sprzyjających prowadzeniu i rozwijaniu działalności gospodarczej była niedostateczna. W opinii 11,3% ankietowanych w ogóle jej nie było. Zdaniem 2,3% przedsiębiorców, samorząd gminny utrudniał im funkcjonowanie na rynku. Natomiast 20,6% ankietowanych wskazało, że trudno im odpowiedzieć na to pytanie. Duży odsetek respondentów uchylających się od odpowiedzi na pytanie o ocenę działań władz gminnych był wynikiem ich nieufności wobec ankietera.

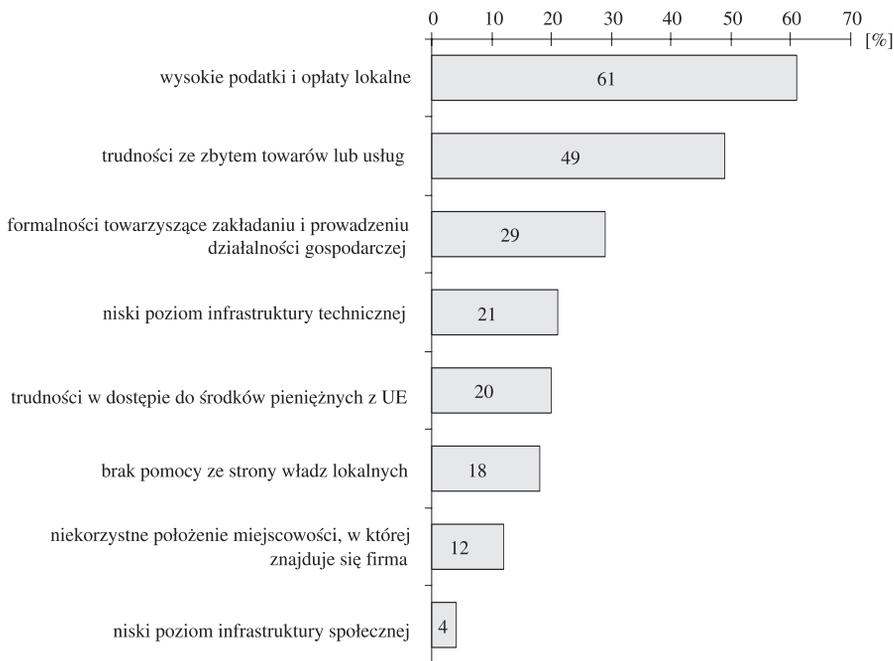
Wykazano statystycznie istotny związek pomiędzy oceną aktywności władz lokalnych a płcią przedsiębiorców ($\chi^2 = 12,46$, $df = 4$, $p = 0,014$). Wśród respondentów 43% kobiet uznało, iż władze lokalne sprzyjają przedsiębiorcom, podczas gdy 57% mężczyzn było odmiennego zdania. Zależność statystyczną wykazano także między oceną aktywności władz lokalnych a lokalizacją przedsiębiorstwa ($\chi^2 = 84,41$, $df = 48$, $p = 0,000$). Najwięcej (61%) przedsiębiorców udzieliło odpowiedzi pozytywnej w powiecie kieleckim ziemskim, najmniej (23%) – w powiecie koneckim.

Właściciele przedsiębiorstw objętych badaniem, którzy ocenili aktywność władz lokalnych w pobudzaniu przedsiębiorczości jako niedostateczną lub żadną, wskazali wiele działań, które powinny podjąć władze gminne, aby usprawnić funkcjonowanie prowadzonej przez nich działalności gospodarczej. Wacłarzar odpowiedzi na pytanie otwarte w ankiecie: jak władze gminne powinny

wspierać działalność gospodarczą, był szeroki i bardzo zróżnicowany, gdyż każdy z ankietowanych oczekiwał pomocy w innym zakresie. Działania władz gminnych na rzecz rozwoju przedsiębiorczości, zdaniem respondentów, powinny możliwe jak najszybciej i w jak najszerszym zakresie służyć realizacji inwestycji infrastrukturalnych, zwłaszcza budowie i modernizacji dróg. Najczęściej oczekiwane przez przedsiębiorców działania ze strony władz lokalnych dotyczyły także: zwolnień podatkowych, taniej sprzedaży gruntów pod inwestycje i organizowanie szkoleń specjalistycznych dla przedsiębiorców, w tym szczególnie z zakresu pozyskiwania środków z UE.

Obszary wiejskie cechuje wiele barier rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości [Brdulak i Jakubik 2010, s. 84]. Wynikają one między innymi z rozproszenia rynku i małej siły nabywczej ludności wiejskiej. Bariery ograniczające prowadzenie działalności gospodarczej osłabiają dynamikę powstawania nowych przedsiębiorstw, zmniejszają szanse rozwoju firm istniejących lub przyspieszają ich upadek.

Przedsiębiorcy pytani o bariery napotymane podczas prowadzenia firmy wymieniali przede wszystkim bariery gospodarcze, wśród których za najważniejszą uznano wysokość podatków i opłat lokalnych (61%) – rysunek 11.



RYСУNEK 11 Bariery w rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich Świętokrzyskiego w ocenie respondentów

FIGURE 11. Barriers to non-agricultural development of entrepreneurship in rural areas of the Świętokrzyskie Voivodeship in the opinion of the respondents

Wśród ankietowanych, 49% przedsiębiorców wskazało na trudności ze zbytem swoich towarów lub usług. Bariera popytowa, wynikająca z lokalnego charakteru działalności, stosunkowo małej liczby potencjalnych klientów i niskiego poziomu dochodów ludności wiejskiej, była najczęstszą przyczyną upadku firm lub ich stagnacji we wczesnej fazie rozwoju. Blisko co trzeci przedsiębiorca (29%) wskazał na kłopoty z formalnościami związanymi z założeniem i prowadzeniem przedsiębiorstwa. Na niejasne przepisy prawne dotyczące reguł działania i rozwoju firmy oraz na nadmiar spraw administracyjnych wskazywały głównie osoby o wykształceniu podstawowym i zawodowym. Zaledwie 21% badanych przedsiębiorców na obszarach wiejskich regionu zwróciło uwagę na niski poziom infrastruktury technicznej jako na barierę ograniczającą możliwości rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości. Niewiele mniej respondentów (20%) podkreśliło trudności w dostępie do środków unijnych i wskazało (18%) na brak pomocy ze strony władz gminnych. Wśród ankietowanych 12% za barierę prowadzenia przedsiębiorstwa uznało niekorzystne (odległe) względem miast i szlaków komunikacyjnych położenie miejscowości, w której zlokalizowana była firma. Najmniej (4%) respondentów upatrywało barierę w niskim poziomie infrastruktury społecznej, co może świadczyć o jej dobrym poziomie na obszarach wiejskich regionu lub małym znaczeniu dla pozarolniczej działalności gospodarczej (w opinii ankietowanych). Należy dodać, iż nie wykazano istotnych statystycznie zależności między lokalizacją działalności gospodarczej a jej barierami rozwoju.

Przedsiębiorcy zapytani o warunki, jakie musiałyby być spełnione, aby mogli w pełni rozwinąć działalność gospodarczą i stworzyć nowe miejsca pracy, za najbardziej istotne wskazali: uruchomienie preferencyjnych niskooprocentowanych kredytów (46,4%) oraz wprowadzenie ulg podatkowych (22,7%). Większość ankietowanych jednak była przekonana o niemożności wprowadzenia takich zmian. Ponadto 21% respondentów przypisywała dużą rolę w ożywieniu lokalnych rynków pracy powiatowemu urzędowi pracy i urzędowi gminy. Wśród osób badanych 40% wpływ konkurencji na terenie ich działania oceniło jako duży, 30% uznało, że jest on niewielki, tyle samo nie miało sprecyzowanego zdania. Najmniejsze znaczenie respondenci przywiązywali do takich czynników, jak inkubatory i centra rozwoju przedsiębiorczości. Przedsiębiorcy z obszarów wiejskich regionu przejawiali niechęć do nowości, wielu z nich prezentowało postawy oczekujące i roszczeniowe.

PODSUMOWANIE

W opinii respondentów możliwości rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich regionu uwarunkowane są wykorzystywaniem szans i pokonywaniem barier rozwojowych. Szanse rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości zależą przede wszystkim od aktywności władz lokalnych, a zwłaszcza podejmowania inicjatyw mających na celu udzielanie pomocy w rozwijaniu przedsiębiorczości w formie ulg podatkowych oraz wykorzystania środków finansowych z funduszy unijnych na inwestycje w gminie. Bariery determinujące

rozwój pozarolniczej przedsiębiorczości wyznaczają przede wszystkim uwarunkowania wewnętrzne regionu. Bariery rozwoju, w opinii przedsiębiorców, mogą być usunięte lub ich oddziaływanie może być osłabione dzięki wykorzystaniu instrumentów wsparcia, dostępnych samorządowi lokalnemu. Pomoc organizacyjna, prawna, doradcza, udzielanie poręczeń i gwarancji kredytowych, zmiana systemu podatkowego zachęcającego do inwestowania, mogą stać się siłą sprawczą rozwoju działalności pozarolniczej na obszarach wiejskich Świętokrzyskiego.

BIBLIOGRAFIA

- Brdulak J., Jakubik P., 2010: *Bariery i przesłanki przedsiębiorczości*. W: *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny*. Red. K. Kuciński. Wydawnictwo Difin, Warszawa.
- Duczowska-Piasecka M., 1997: *Małe i średnie przedsiębiorstwa na terenach wiejskich (ich rola, znaczenie oraz możliwości i bariery rozwojowe)*. W: *Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania i możliwości wielofunkcyjnego rozwoju wsi w Polsce*. Red. M. Kłodziński, A. Rosner. Wydawnictwo SGGW, Warszawa.
- Gaweł A., 2007: *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*. Wydawnictwo AE, Poznań.
- Glinka B., 2008: *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Hałasiewicz A., Kaleta A., 2000: *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*. Wydawnictwo FAPA, Warszawa.
- Kamińska W., 2011: *Kapitał ludzki i społeczny na obszarach wiejskich w Polsce. Przykład województwa świętokrzyskiego*. IG UJK, Kielce.
- Kamińska W., Heffner K. (red.), 2010: *Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich*. KPZK PAN, Warszawa.
- Kłodziński M., Fedyszak-Radziejowska B. (red.), 2002: *Przedsiębiorczość wiejska. Rozumienie terminu. Możliwości i bariery rozwoju*. W: *Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i w krajach Unii Europejskiej*. IRWiR PAN, Warszawa.
- Luszniewicz A., Słaby T., 2003: *Statystyka. Teoria i zastosowania*. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- Pałka E. (red.), 2004: *Pozarolnicza działalność gospodarcza na obszarach wiejskich*. IGiPZ PAN, Warszawa.
- Siuta I., 2005: *Słownik psychologii*. Wydawnictwo Zielona Sowa, Kraków.
- Sobiecki R., 2009: *Przedsiębiorca – przedsiębiorczość – przedsiębiorstwo*. W: *Przedsiębiorczość. Jak założyć własną firmę?* Red. H. Godlewska-Majkowska. Wydawnictwo SGH, Warszawa.
- Sudoł S., 2008: *Przedsiębiorczość – jej pojmowania, typy i czynniki ją kształtujące*. „Problemy Zarządzania” 2.

PRESENT STATE AND OPPORTUNITIES FOR NON-AGRICULTURAL ENTREPRENEURSHIP IN THE RURAL AREAS OF THE ŚWIĘTOKRZYSKIE VOIVODESHIP

Abstract. The paper presents the current state of and opportunities for developing non-agricultural entrepreneurship in the rural areas of the Świętokrzyskie voivodeship. Owing to interviews with rural entrepreneurs, conducted with the help of a questionnaire, materials have been collected which permit to characterize the personality and demographic features of individuals engaging in non-agricultural activity. The conducted investigations have made it possible to determine their motives for taking up economic activities and the benefits of

engaging in such activities. Basing on the research results the author of the paper also defines the main factors stimulating and impeding the development of non-agricultural entrepreneurship in the rural areas of the region.

Key words: non-agricultural entrepreneurship, rural areas, Świętokrzyskie voivodeship