

JERZY BAŃSKI¹

ROLA INSTYTUCJI OTOCZENIA BIZNESU W ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ

Streszczenie: Opracowanie poświęcone jest instytucjom otoczenia biznesu, a jego podstawowym celem jest ocena ich roli w rozwoju przedsiębiorczości na terenach wiejskich. Oceniona została przede wszystkim współpraca przedsiębiorstw wiejskich z instytucjami otoczenia biznesu oraz stopień przydatności oferowanych przez nie usług. Badanie wykonano w ramach projektu pt. *Rozwój przedsiębiorczości na terenach wiejskich – diagnoza, kierunki, rekomendacje dla polityki rozwoju obszarów wiejskich*.

Uzyskane wnioski wskazują, że potencjał instytucji otoczenia biznesu nie jest dostatecznie wykorzystany na wsi. Z ich usług korzysta tylko przeciętnie co 4–5 firma na wsi. Najlepiej znane wśród przedsiębiorców są ośrodki doradztwa rolniczego, z którymi współpracę deklaruje 56% przedsiębiorców. Ponad 30% pytanych stwierdziło, że informacja na temat oferty instytucji otoczenia biznesu jest niedostateczna. Poprawa efektywności wymaga przede wszystkim promocji oferowanych usług i likwidacji barier proceduralnych.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, otoczenie biznesu, obszary wiejskie, rozwój przedsiębiorczości

WPROWADZENIE

Pozarolnicza działalność gospodarcza na terenach wiejskich jest istotnym warunkiem rozwoju lokalnego, stwarzającym możliwości dywersyfikacji dochodów gospodarstw domowych i tworzenia nowych miejsc pracy [Kłodziński 2006; Szopiński 2004]. Potwierdzają to liczne studia wskazujące na silną zależność pomiędzy wzrostem poziomu przedsiębiorczości a rozwojem gospodarczym obszarów wiejskich [Kołodziejczyk 1995; Rosner 2007; Kamińska 2006, 2011; Wasilewski 2011]. Zdaniem Marka Kłodzińskiego [2010] przedsiębiorczość zasługuje na miano siły napędowej gospodarki wiejskiej. Z kolei Kazimierz Tabor [2010] upatruje w niej szans

¹ Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN (e-mail: jbanki@twarda.pan.pl).

na przewyższenie problemu niskich dochodów rodzin rolniczych, a zdaniem Anny Kołodziejczak [2013], przedsiębiorczość stwarza możliwość ograniczenia monofunkcyjności obszarów wiejskich. Według Jerzego Bańskiego [2008] przedsiębiorczość jest jednym z najważniejszych czynników stymulujących sukces gospodarczy na wsi, zaś Izabela Wojewoda [2002] widzi w niej ważny czynnik w walce z bezrobociem.

Według Wioletty Kamińskiej [2011] w 2009 r. wskaźnik aktywności gospodarczej² w Polsce wynosił 105, przy czym w miastach kształtował się na poziomie 125, a na obszarach wiejskich – 64. Ogólny obraz tego wskaźnika w ujęciu przestrzennym pozwala na stwierdzenie, że jego wartość wzrasta w miarę przesuwania się ze wschodu na zachód. Wysoka aktywność gospodarcza charakteryzuje też gminy położone w sąsiedztwie dużych miast i na obszarach atrakcyjnych turystycznie. Decyduje o tym renta położenia w stosunku do ważnych tras komunikacyjnych, bliskość dużych rynków zbytu, wysoki poziom rozwoju infrastruktury technicznej i społecznej oraz zasoby kapitału ludzkiego. Najniższy poziom tej cechy występuje na Lubelszczyźnie oraz w wielu gminach województw: podkarpackiego, podlaskiego i północnej części woj. warmińsko-mazurskiego. Przyczynami niskiego poziomu aktywności gospodarczej na tych terenach są: niski poziom wykształcenia ludności [Kamińska 2011], nadmierny udział zatrudnionych w rolnictwie [Gałązka, Mync 1999], niedorozwój infrastruktury finansowej i instytucji wspierania przedsiębiorczości [Dutkowski, Gawlikowska-Hueckel 2000].

Rozwój przedsiębiorczości jest wypadkową czynników zewnętrznych (np. aktywność instytucji wspierających biznes, otoczenie prawne i finansowe, możliwości współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami, trendy społeczno-ekonomiczne na rynku wewnętrznym i globalnym) i czynników wewnętrznych (wiedza, umiejętności i doświadczenie przedsiębiorcy, jego sytuacja materialna, lokalizacja działalności gospodarczej itp.). W niniejszym opracowaniu uwaga autora koncentruje się na instytucjach otoczenia biznesu. Należą do nich różnorodne instytucje, począwszy od samorządu lokalnego po wyspecjalizowane firmy doradcze i szkoleniowe. Na ogół instytucje otoczenia biznesu ujmuje się jako podmioty infrastruktury usługowej, które wspomagają prowadzenie działalności gospodarczej. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wymienia wśród nich jednostki administracji rządowej, jednostki samorządu terytorialnego, agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, zaplecze badawczo-rozwojowe, izby i stowarzyszenia producentów, instytucje szkoleniowe, konsultingowe i doradcze, instytucje wspierające przedsiębiorczość, sieci wspierające przedsiębiorczość i innowacyjność i instytucje finansowe [Górzyński i inni 2006].

Celem tego opracowania jest ocena roli instytucji otoczenia biznesu w rozwoju przedsiębiorczości na terenach wiejskich. Ich różnorodność sprawia, że wypełniają one wiele istotnych zadań, które powinny przyczyniać się do stymulowania rozwoju przedsiębiorczości. Oceniona została przede wszystkim współpraca przedsiębiorstw wiejskich z instytucjami otoczenia biznesu oraz stopień przydatności oferowanych przez nie usług.

W badaniu wykorzystano bazę danych przygotowaną w ramach projektu realizowanego na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi pt. *Rozwój przedsiębiorczości*

² Liczba podmiotów gospodarczych przeliczona na 1000 osób w wieku produkcyjnym.

na terenach wiejskich – diagnoza, kierunki, rekomendacje dla polityki rozwoju obszarów wiejskich. Zawiera ona wyniki ankiet przeprowadzonych z przedsiębiorcami wiejskimi oraz wyniki wywiadów z przedstawicielami otoczenia biznesu³. Materiałami źródłowymi są też wnioski wypracowane podczas 4 warsztatów z udziałem przedsiębiorców i ekspertów zajmujących się tematyką przedsiębiorczości wiejskiej.

RÓŻNORODNOŚĆ KOMPETENCJI I DZIAŁAŃ INSTYTUCJI OTOCZENIA BIZNESU

Instytucje otoczenia biznesu są najpowszechniej utożsamiane z wyspecjalizowanymi podmiotami zajmującymi się szkoleniem, doradztwem i szeroko rozumianym wsparciem przedsiębiorczości. W ich działalności szczególną rolę odgrywa edukacja i przepływ informacji, które są ważnymi czynnikami rozwoju społeczno-gospodarczego w ujęciu lokalnym, pozwalają też na lepsze wykorzystanie zasobów ludzkich oraz wewnętrznego potencjału ekonomicznego i środowiskowego. Wspieranie transferu wiedzy do sektora małych przedsiębiorstw jest szczególnie ważne na obszarach wiejskich, które dysponują dużymi ograniczeniami w zakresie jakości kapitału ludzkiego, w tym przede wszystkim mało zróżnicowanymi kwalifikacjami zawodowymi mieszkańców. Ponadto stosunkowo niski poziom wykształcenia ludności wiejskiej – chociaż w ostatnich dekadach uległ on wyraźnej poprawie – jest poważną barierą w rozwoju przedsiębiorczości [Czapiewski, Janc 2012; Floriańczyk i inni 2012].

Wśród instytucji doradczo-szkoleniowych pierwszoplanową rolę odgrywają ośrodki doradztwa rolniczego (ODR), których zadanie nie ogranicza się tylko do doradztwa rolniczego, lecz także obejmuje działania dotyczące rozwoju wsi, podnoszenia konkurencyjności gospodarstw rolnych, dywersyfikacji dochodów i zwiększania poziomu kwalifikacji zawodowych mieszkańców wsi. W ramach swoich kompetencji ODR-y zajmują się organizacją szkoleń podnoszących kwalifikacje i ułatwiających znalezienie pracy poza rolnictwem lub uruchomienie własnej działalności gospodarczej, pomocą w przygotowywaniu wniosków o dofinansowanie nowych przedsięwzięć z programów operacyjnych, doradztwem w zakresie wdrażeń nowych technologii lub podejmowania współpracy z innymi podmiotami itp.

Jednym z najważniejszych kreatorów rozwoju przedsiębiorczości na wsi, głównie poprzez podnoszenie poziomu konkurencyjności i innowacyjności gospodarki, jest samorząd terytorialny. Samorząd województwa kreuje rynek pracy, pobudza aktywność gospodarczą, rozwija infrastrukturę techniczną i społeczną, uzyskuje środki na działania użyteczności publicznej, promuje region oraz planuje i kształtuje jego rozwój. Ogólnie można stwierdzić, że jego zadaniem jest koordynacja działań w skali regionalnej. Kompetencje samorządu powiatowego w kontekście przedsiębiorczości są bardziej ograniczone i koncentrują się na aktywizacji lokalnego rynku pracy,

³ W trakcie badań uzyskano 570 ankiet wypełnionych przez przedsiębiorców mikro-, małych i średnich firm na obszarach wiejskich we wszystkich regionach kraju (po około 30 ankiet w każdym województwie) oraz 60 indywidualnych wywiadów pogłębionych z instytucji otoczenia biznesu. Każdy region był też reprezentowany przez co najmniej 8 gospodarstw rolnych, które prowadzą pozarolniczą działalność gospodarczą. W sumie badania objęły 443 mikroprzedsiębiorstwa (w tym 304 podmioty wieloosobowe i 139 – jednoosobowe), 68 małych przedsiębiorstw i 59 średnich firm.

promocji powiatu i organizacji niektórych elementów infrastruktury technicznej. Z kolei samorząd lokalny ma bardziej praktyczne i techniczne oddziaływanie na przedsiębiorczość, bo to właśnie na terenie gminy jest lokalizowana działalność gospodarcza wynikająca z oceny warunków organizacyjno-technicznych dokonanej przez przedsiębiorcę. Samorząd gminny oddziałuje bezpośrednio na podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej na jego terenie; np. wyznacza tereny służące działalności gospodarczej, kształtuje lokalną infrastrukturę, udziela ulg podatkowych.

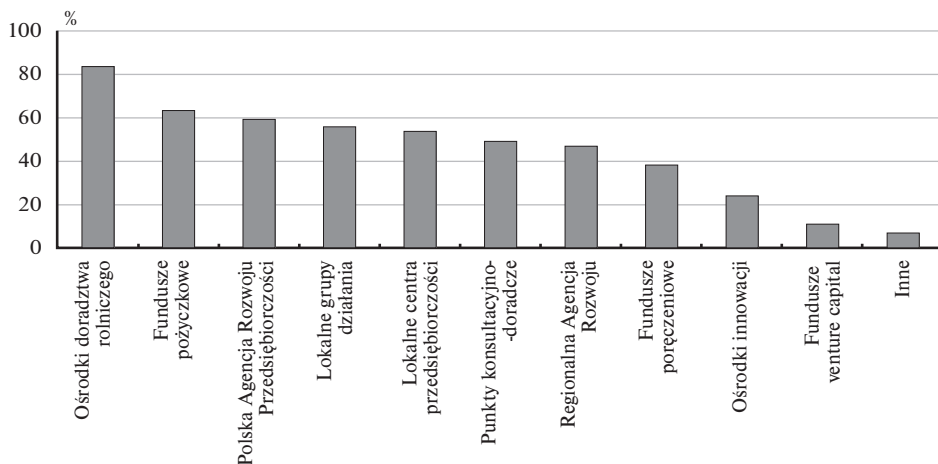
Istotną rolę w rozwoju biznesu wiejskiego odgrywa sektor bankowy, który przede wszystkim umożliwia uzyskanie kapitału zewnętrznego. Dostępność banków ułatwia również otrzymanie przez przedsiębiorców środków oferowanych w ramach pomocy publicznej. Na obszarach wiejskich szczególnie istotną rolę w świadczeniu usług finansowych w dalszym ciągu odgrywa bankowość spółdzielcza.

Inne instytucje bezpośrednio powiązane z biznesem na wsi obejmują: fundacje, stowarzyszenia i inkubatory – będące lokalnymi centrami promocji przedsiębiorczości, punkty konsultacyjno-doradcze, lokalne grupy działania (LGD), ośrodki innowacji, fundusze pożyczkowe itp. Należy do nich także samorząd gospodarczy reprezentujący środowisko przedsiębiorców; zrzesza bowiem osoby połączone wspólnymi interesami gospodarczymi, które na ogół prowadzą podobną działalność gospodarczą. Jego działalność ma charakter organizacyjno-regulacyjny, w tym np. reprezentowanie interesów swoich członków i podmiotów gospodarczych, współorganizowanie specjalnych obszarów gospodarczych, organizowanie kursów i szkoleń lub integrowanie środowiska przedsiębiorców.

WSPÓLPRACA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ Z INSTYTUCJAMI OTOCZENIA BIZNESU

Przedsiębiorczość wiejska może być wspierana przez szeroki wachlarz instytucji otoczenia biznesu o różnorodnych kompetencjach i metodach działania. Aby ich potencjał był należycie wykorzystywany przez lokalny biznes, konieczne jest upowszechnianie informacji na temat ich działalności i oferowanych usług. Przeprowadzone badania umożliwiły zbadanie poziomu wiedzy o instytucjach otoczenia biznesu wśród przedsiębiorców wiejskich (rys. 1). Jednakże jeszcze ważniejszym zadaniem tych badań była ocena poziomu współpracy pomiędzy instytucjami otoczenia biznesu i przedsiębiorcami działającymi na wsi.

Najlepiej znane wśród przedsiębiorców (84% pytanych) są ośrodki doradztwa rolniczego; są one szczególnie popularne wśród mikroprzedsiębiorstw jednoosobowych – współpracuje z nimi ponad 70% takich podmiotów (tab. 1). Ogółem około 56% przedsiębiorców zadeklarowało jakąś formę współpracy z ODR. Im większe przedsiębiorstwo, tym mniejszy udział korzystających z ich usług. Z ośrodkami doradztwa rolniczego współpracują więc przede wszystkim firmy najmniejsze i działające na rynku lokalnym, bez względu na rodzaj działalności. Można w dużym uproszczeniu przyjąć, że ośrodki doradztwa rolniczego odgrywają najważniejszą rolę wśród wszystkich analizowanych instytucji otoczenia biznesu działających na terenach wiejskich. Należy przy tym uwzględnić fakt, że ODR-y należą do najstarszych instytucji otoczenia biznesu, dzięki czemu mają ugruntowaną pozycję



RYSUNEK 1. Udział przedsiębiorców znających usługi instytucji otoczenia biznesu
 FIGURE 1. The share of entrepreneurs who are aware of the services of business support institutions

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania kwestionariuszowego.
 Source: Own study based on a questionnaire survey..

wśród przedsiębiorców. Inne instytucje powstały na ogół niedawno, dlatego wiedza o ich działalności i korzystanie z ich usług nie są jeszcze tak powszechne.

Co najmniej połowa przedsiębiorców ma wiedzę na temat działalności Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, lokalnych centrów przedsiębiorczości, lokalnych grup działania i funduszy pożyczkowych. Jednakże nie przekłada się to w wystarczającym stopniu na poziom współpracy z nimi; zaledwie co 4–5 przedsiębiorca (zależnie od instytucji) korzysta z ich usług.

TABELA 1. Współpraca z instytucjami otoczenia biznesu wg wielkości przedsiębiorstwa (%)*
 TABLE 1. Cooperation with the business support institutions by size of enterprise (%)

Wyszczególnienie	Mikroprzedsiębiorstwa wieloosobowe	Mikroprzedsiębiorstwa jednoosobowe	Małe przedsiębiorstwa	Średnie przedsiębiorstwa
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	8,6	2,2	10,3	25,5
Regionalna Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	6,6	1,4	13,2	14,9
Lokalne centra przedsiębiorczości	34,2	18,7	14,7	14,9
Punkty konsultacyjno-doradcze	28,0	20,1	19,1	23,4
Ośrodki innowacji	3,3	0,0	4,4	12,8
Ośrodki doradztwa rolniczego	52,6	72,7	38,2	27,7
Lokalne grupy działania lub Lokalne grupy rybackie	19,1	21,6	11,8	4,3
Fundusze pożyczkowe	34,5	17,3	30,9	0,0
Fundusze doręczeniowe	5,9	1,4	11,8	2,1
Fundusze venture capital	0,3	0,0	0,0	0,0
Inne	1,0	1,4	1,5	0,0

* przedsiębiorcy byli pytani o współpracę z każdą z wymienionych instytucji

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych.

Source: Own study based on a questionnaire survey.

Współpraca z instytucjami otoczenia biznesu jest zróżnicowana w zależności od wielkości firmy. Mikroprzedsiębiorstwa korzystają najchętniej, poza ośrodkami doradztwa rolniczego, z usług lokalnych centrów przedsiębiorczości, funduszy pożyczkowych, punktów konsultacyjno-doradczych i lokalnych grup działania. Małe przedsiębiorstwa korzystają z usług bardziej różnorodnych, ale poza ODR najważniejszą rolę odgrywają fundusze pożyczkowe (31% przedsiębiorców). Z kolei średnie przedsiębiorstwa korzystają najpowszechniej z usług Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, Regionalnej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, punktów konsultacyjno-doradczych, lokalnych centrów przedsiębiorczości i ośrodków innowacji.

Z przeprowadzonych badań wynika, że przedsiębiorcy mają bardzo ograniczoną wiedzę na temat instytucji mogących wspierać ich działalność i z tej zapewne przyczyny stosunkowo niewielu korzysta z ich usług lub różnorodnych form współpracy. Przyczyn takiego stanu jest więcej; będzie o nich mowa w dalszej części opracowania. Z wywiadów z przedstawicielami instytucji otoczenia biznesu wynika, że identyfikują oni więcej barier niż czynników sprzyjających współpracy z przedsiębiorstwami wiejskimi. Wśród czynników sprzyjających wymieniali najczęściej możliwość uczestniczenia przedsiębiorców w bezpłatnych szkoleniach oraz wzrost ich świadomości z korzyści płynących ze współpracy; natomiast barierami są: brak regulacji prawnych dotyczących partnerstwa publiczno-prywatnego, ograniczona dostępność komunikacyjna i informacyjna, brak dostatecznej wiedzy o działalności instytucji otoczenia biznesu, brak wyodrębnionej oferty dla przedsiębiorstw wiejskich oraz „tradycyjna mentalność” przedsiębiorców. Z drugiej jednak strony, oceniają raczej pozytywnie same efekty współpracy z przedsiębiorcami. Wśród 60 wywiadów, w których zapytano m.in. o ocenę współpracy z przedsiębiorcami na wsi, w zdecydowanej większości była ona bardzo dobra lub dobra; tylko w kilku przypadkach pytani oceniali ją nisko.

O ocenę współpracy z instytucjami otoczenia biznesu zapytano też przedsiębiorców. Duża grupa korzystających z usług oferowanych przez te firmy wskazała na ich wysoką lub bardzo wysoką przydatność w prowadzonej działalności gospodarczej. Stosunkowo najwyżej oceniono przydatność ośrodków doradztwa rolniczego. W przypadku innych firm szkoleniowych, doradczych, konsultingowych i finansowych przeważała grupa przedsiębiorców przeciętnie oceniających ich przydatność, ale tylko nieznacznie ustępowała ona grupie osób wskazujących na wysoką i bardzo wysoką przydatność. Niską i bardzo niską przydatność usług oferowanych przez instytucje otoczenia biznesu wskazało (w zależności od badanej grupy instytucji) od około 10% do 20% ankietowanych przedsiębiorców.

Przedsiębiorcy wskazali też na trudności, jakie napotykają we współpracy z otoczeniem instytucjonalnym. Stosunkowo duża grupa, bo ponad 30% pytanym stwierdziło, że informacja na temat ofert instytucji otoczenia biznesu jest niedostateczna, a 22% pytanym wskazało na brak informacji o istnieniu takich instytucji. Należy więc wypracować metodę i formę upowszechnienia informacji o tego typu organizacjach. Istotny jest także sposób bezpośredniego dotarcia do przedsiębiorcy i przekonanie go o korzyściach wynikających ze współpracy; około 27% pytanym zwróciło uwagę na brak doświadczenia we współpracy z instytucjami otoczenia biznesu. Są oni ich potencjalnymi klientami, ale prawdopodobnie nie uczynią „pierwszego kroku”. Dla około 22% przedsiębiorców współpraca taka jest zbyteczna.

Wiedza i kwalifikacje zawodowe są zasadniczym czynnikiem sukcesu gospodarczego. Umiejętność wykorzystania informacji, otwartość na nowoczesne technologie, stosowanie optymalnych procedur zarządzania, stałe rozpoznawanie rynku itp. są elementami codziennej pracy przedsiębiorcy. Dlatego podnoszenie kwalifikacji zawodowych jest warunkiem koniecznym w każdym rozwijającym się przedsiębiorstwie. Z przeprowadzonych badań ankietowych można wysnuć wniosek, że szkolenia realizowane przez instytucje otoczenia biznesu są ważniejsze dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą, niż tych, które taką działalność już prowadzą. Przed rozpoczęciem działalności gospodarczej około 33% badanych uczestniczyło w różnych formach szkolenia, a tylko 17,5% osób zadeklarowało dokończanie się na własną rękę. Natomiast w szkoleniach podnoszących kwalifikacje zawodowe uczestniczyło już tylko 25% przedsiębiorców działających na rynku, ale aż 38% doszkałało się indywidualnie. Przedsiębiorcy z obszarów wiejskich podchodzą więc do szkoleń i innych form grupowego dokończania mających na celu poprawę ich kwalifikacji zawodowych raczej niechętnie. Należy zatem koncentrować większą uwagę na szkoleniach, które pomogą przygotować odpowiednie kwalifikacje dla nowych przedsiębiorców. Można też założyć, że wyspecjalizowane szkolenia mogą stymulować potencjalnych przedsiębiorców do podejmowania działalności, które są najbardziej pożądane w ujęciu lokalnym lub regionalnym.

Mniejsze zainteresowanie zorganizowaną formą szkolenia wśród aktywnych przedsiębiorców wynika prawdopodobnie z ich ograniczonych możliwości czasowych. Należy bowiem uwzględnić to, że najliczniejsza grupa firm to mikroprzedsiębiorstwa, których właściciele, poza kierowaniem podmiotem są często jego jedynym pracownikiem. Na uwagę zasługuje też fakt, że bardzo duża grupa przedsiębiorców podnosi swoje kwalifikacje indywidualnie. Prawdopodobnie wzrasta więc świadomość przedsiębiorców na wsi o konieczności stałej poprawy kwalifikacji zawodowych, gwarantujących powodzenie przedsięwzięcia gospodarczego. Niestety, istnieje nadal duża grupa właścicieli firm (ponad 30%), którzy nie widzą potrzeby podnoszenia swoich umiejętności.

Najmniejszy udział zdobywających dodatkowe kwalifikacje charakteryzował przedsiębiorców z wykształceniem średnim ogólnym, choć wyrażali oni największą potrzebę szkolenia. Zdecydowanie najwyższym odsetkiem dokończających się charakteryzuje się grupa z wykształceniem wyższym. Można przyjąć, że przedsiębiorcy dobrze wykształceni mają największą świadomość potrzeby podnoszenia swoich kwalifikacji. To też grupa tych przedsiębiorców przoduje np. w zakresie samodzielnego dokończania.

TABELA 2. Uzyskiwanie kwalifikacji przydatnych w prowadzeniu przedsiębiorstwa a wykształcenie przedsiębiorcy (%)

TABLE 2. Obtaining skills useful in managing of an enterprise and the level of education by entrepreneurs (%)

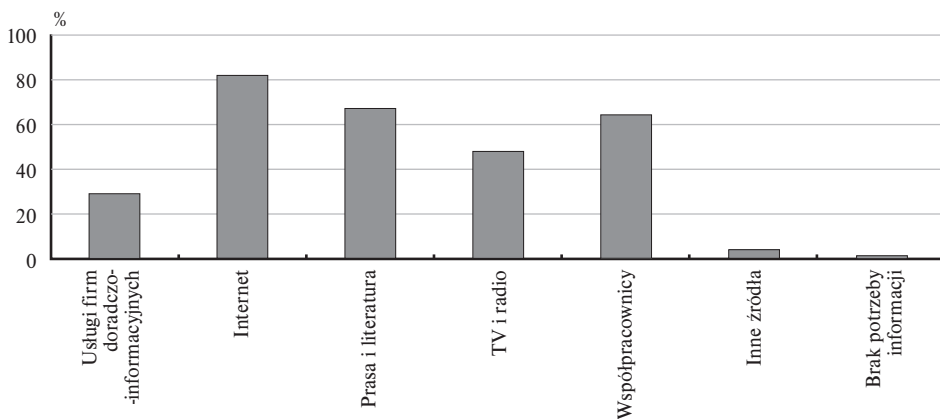
Wyszczególnienie	Wyższe	Średnie ogólne	Średnie techniczne	Zasadnicze zawodowe
1	2	3	4	5
Przed rozpoczęciem działalności przedsiębiorstwa				
Nie	24,6	43,9	30,5	29,6
Nie, kwalifikacje uzyskane w szkole były wystarczające	20,5	10,6	25,4	21,6
Tak, uczestnictwo w bezpłatnym szkoleniu lub szkoleniach	22,6	18,2	20,3	24,0

	1	2	3	4	5
Tak, uczestnictwo w płatnym szkoleniu		9,7	3,0	6,2	4,0
Brak uczestnictwa w szkoleniu, samodzielne doszkalanie		17,9	22,7	13,0	16,0
Tak, wykorzystywanie innych form przygotowania		4,6	1,5	4,5	4,8
Obecnie prowadzących firmy					
Nie		29,7	42,4	42,4	47,2
Tak, uczestnictwo w bezpłatnym szkoleniu lub szkoleniach		20,5	12,1	16,9	17,6
Tak, uczestnictwo w płatnym szkoleniu		7,2	7,6	3,4	4,0
Tak, dokształcanie na własną rękę		42,1	37,9	36,2	30,4
Tak, korzystanie z innych form uzupełniania kwalifikacji		0,5	0,0	1,1	0,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych.

Source: Own study based on a questionnaire survey.

Z formą podnoszenia kwalifikacji zawodowych przedsiębiorców wyraźnie korespondują źródła informacji przydatnych do prowadzenia firmy. Powyżej stwierdzono, że właściciele firm dokształcają się na własną rękę, w czym pomagają im przede wszystkim internet, fachowa prasa oraz media (telewizja i radio). Największą popularnością w zdobywaniu informacji cieszy się internet, z którego korzysta ponad 80% przedsiębiorców. Kolejne miejsca zajmują fachowa prasa i literatura oraz współpracownicy. Natomiast z usług firm doradczo-informacyjnych korzysta około 30% przedsiębiorców. Wartość ta w stosunku do innych podstawowych źródeł informacyjnych jest zdecydowanie niższa, ale trzeba dodać, że wymienione wcześniej źródła informacji są dostępne „pod ręką”, zaś skorzystanie z usługi wyspecjalizowanej firmy wymaga czasu i dodatkowych działań. W tym kontekście należy przyjąć, że firmy doradczo-informacyjne odgrywają bardzo istotną rolę w działalności przedsiębiorstw wiejskich. Można przypuszczać, że mają one przede wszystkim rolę doradczą, bo same informacje łatwiej uzyskać za pośrednictwem internetu, prasy i radia. Przedsiębiorca ma zatem bardziej złożone wymagania wobec tego typu instytucji otoczenia biznesu.



RYSUNEK 2. Źródła informacji wykorzystywane w prowadzeniu przedsiębiorstwa na wsi

FIGURE 2. Sources of information used in the running of the enterprise

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań kwestionariuszowych.

Source: Own study based on a questionnaire survey.

Z przeprowadzonych badań wynika też, że przedsiębiorcy w ograniczonym stopniu korzystają z usług instytucji finansowych. Blisko 60% badanych stwierdziło, że nie korzysta z oferowanych usług finansowych i zaledwie 22% skorzystało z doradztwa finansowego. Około 30% właścicieli firm korzystało z kredytu inwestycyjnego; nieco mniej wykorzystywało kredyty na rachunku bankowym i kredyty obrotowe.

Z jednej strony, nowe przedsiębiorstwa bez historii finansowej mają trudności w uzyskaniu kredytów inwestycyjnych. Z drugiej zaś strony, potencjalni kredytobiorcy mają obawy związane z możliwościami spłaty kredytu i jego zazwyczaj wysokim oprocentowaniem. Podkreśla się też skomplikowane procedury związane z uzyskaniem pomocy finansowej.

Przeprowadzone wśród przedsiębiorców badania umożliwiły ocenę szans i zagrożeń stojących przed instytucjami otoczenia biznesu. Właściciele firm zwracali przede wszystkim uwagę na poprawę i poszerzenie oferty tych instytucji, która jest wynikiem poprawy kompetencji i wiedzy zatrudnionych tam osób. Czynnikiem sprzyjającym otoczeniu instytucjonalnemu jest przede wszystkim dostępność unijnych środków wsparcia w perspektywie 2014–2020 oraz rosnąca świadomość przedsiębiorców o korzyściach płynących z usług oferowanych przez instytucje otoczenia biznesu. Rośnie kreatywność i poziom wykształcenia przedsiębiorców, co można nazwać zmianą pokoleniową w wiejskiej przedsiębiorczości. Do rozwoju otoczenia instytucjonalnego przyczynia się także rosnąca konkurencyjność pomiędzy organizacjami, w tym walka o klienta.

Z kolei zagrożeniem dla należytej współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami i otoczeniem biznesu jest brak stabilności regulacyjnej i finansowej oraz skomplikowane procedury i biurokracja, związane przede wszystkim z przygotowaniem aplikacji o pomoc finansową ze środków Unii Europejskiej. Procedury utrudniają, a w skrajnych przypadkach zniechęcają do przygotowywania takich aplikacji. Wskazywano także na słabą rozpoznawalność instytucji otoczenia biznesu, co jest także jednym z podstawowych wniosków wynikających z omawianych wcześniej badań kwestionariuszowych.

PODSUMOWANIE

Badania ankietowe wykazały jednoznacznie, że wiedza przedsiębiorców z terenów wiejskich na temat działalności instytucji otoczenia biznesu oraz oferowanych przez nie usług jest niedostateczna. Tylko połowa badanych właścicieli firm ma wiedzę o takich instytucjach. Z ich usług korzysta tylko przeciętnie co 4–5 firma na wsi. Wśród barier utrudniających współpracę z instytucjami otoczenia biznesu przedsiębiorcy wymieniają najczęściej: brak informacji o usługach oferowanych przez takie instytucje, niedostateczne doświadczenie we współpracy oraz brak środków finansowych. Przedstawiciele otoczenia biznesu dodają do tych barier także „mentalność” przedsiębiorców, rozumianą jako przywiązanie do starych zasad, nieufność wobec nowych rozwiązań, brak wiary w powodzenie itp.

Największą popularnością wśród przedsiębiorców cieszą się ośrodki doradztwa rolniczego, będące podstawową instytucją o funkcjach informacyjnych, doradczych i szkoleniowych. Popularność ODR wynika prawdopodobnie z długotrwałych tradycji

współpracy, bezpośredniego docierania do rolników i przedsiębiorców oraz gęstej sieci ośrodków. Wydaje się, że mogą one spełniać funkcję instytucji podstawowej, tj. miejsca pierwszego kontaktu przedsiębiorcy z instytucjami otoczenia biznesu.

W opinii przedsiębiorców instytucje otoczenia biznesu odgrywają ważną rolę w rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej. Nie potwierdza tego jednak stosunkowo niewielka grupa firm korzystających z ich oferty. Należy więc podkreślić konieczność wypracowania właściwej formy informacji o działalności otoczenia biznesu i dotarcia z nią do firm na wsi.

Instytucje otoczenia biznesu mają duże możliwości wspierania przedsiębiorców na wsi i kształtowania kierunków działalności gospodarczej, ale nie są one obecnie należycie wykorzystywane. Dlatego niezwykle istotne jest podjęcie kompleksowych działań w kierunku racjonalizacji ich działalności. Należy stworzyć taki system instytucjonalnego otoczenia przedsiębiorczości wiejskiej, jaki w sposób efektywny wykorzysta swoje możliwości wsparcia i kreowania działalności gospodarczej oraz przyczyni się do kształtowania struktury przedsiębiorstw zgodnej z potrzebami mieszkańców oraz z lokalną specyfiką wsi. Konieczna jest silna promocja systemu wspierającego biznes i upowszechnienie informacji o jego działalności, w tym przede wszystkim o konkretnych korzyściach płynących dla przedsiębiorców. Należy też poprawić poziom dostępności instytucji otoczenia biznesu.

BIBLIOGRAFIA

- Bański J., 2008: Wiejskie obszary sukcesu gospodarczego. *Przegląd Geograficzny* nr 80, 2, s. 199–222.
- Czapiewski K., Janc K., 2012: Rola wiedzy na wsi – edukacja a praca, [w:] *Wiejskie rynki pracy – zasoby, aktywizacja, nowe struktury*, W. Kamińska, K. Heffner (red.). Studia KPZK PAN, nr 145, s. 278–301, Warszawa.
- Dutkowski M., Gawlikowska-Hueckel K., 2000: *Sytuacja społeczno-gospodarcza nowych województw*. IBnGR, Gdańsk.
- Floriańczyk Z., Krzysztof J., Czapiewski K., 2012: The importance and diffusion of knowledge in the agricultural sector. *Geographia Polonica* nr 85, 1, s. 45–56.
- Gałązka A., Mync A., 1999: Zmiany społeczno-gospodarcze na obszarach przygranicznych w warunkach otwierających się granic, [w:] *Rola współpracy transgranicznej w rozwoju regionalnym i lokalnym*, A. Mync, R. Szul (red.). Europejski Instytut Rozwoju Regionalnego i Lokalnego UW, Warszawa, s. 42–111.
- Górzyński M., Pander W., Koć P., 2006: *Tworzenie związków kooperacyjnych między MŚP oraz MŚP i instytucjami otoczenia biznesu*. PARP, Warszawa.
- Kamińska W., 2006: Pozarolnicza indywidualna działalność gospodarcza w Polsce w latach 1988–2003. *Prace Geograficzne*, 2003, IGiPZ PAN, Warszawa.
- Kamińska W., 2011, Aktywność gospodarcza osób fizycznych na obszarach wiejskich w Polsce, [w:] *Obszary wiejskie. Wielofunkcyjność, migracje, nowe wizje rozwoju*, W. Kamińska, K. Heffner (red.). Studia KPZK PAN, 133, Warszawa, s. 103–127.
- Kłodziński M., 2006: *Aktywizacja społeczno-gospodarcza gmin wiejskich i małych miast*. IRWiR PAN, Warszawa.
- Kłodziński M., 2010: Mikroprzedsiębiorczość na obszarach wiejskich. *Wieś i Rolnictwo* nr 2 (147), IRWiR PAN, Warszawa, s. 20–34.
- Kołodziejczak A., 2013: *Wpływ wsparcia finansowego UE na poziom rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w województwie wielkopolskim w latach 2007–2012*. Studia KPZK PAN (w druku).

- Kołodziejczyk D., 1995: Pozarolnicza indywidualna działalność gospodarcza na obszarach wiejskich. *Wiadomości Statystyczne* nr 3.
- Rosner A. (red.), 2007: *Zróżnicowanie poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich a zróżnicowanie dynamiki przemian*. IRWiR PAN, Warszawa.
- Szopiński W., 2004: Działalność pozarolnicza wyrazem przedsiębiorczości na wsi. *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu*, 1015, 2, s. 311–316.
- Tabor K., 2010: Przestrzeń doradztwa i przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, [w:] *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju*, K. Krzyżanowska (red.). SSGW, Warszawa, s. 125–141.
- Wasilewski A. (red.), 2011: *Instrumenty polityki regionalnej i strukturalnej wspierające rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, Program Wieloletni 2011–2014. IERiGŻ, 14, Warszawa.
- Wojewoda I., 2002: Aktywizacja działalności pozarolniczej w walce z bezrobociem na wsi. *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu*, 941, 2, s. 476–482.

THE ROLE OF THE BUSINESS ENVIRONMENT IN THE DEVELOPMENT OF RURAL ENTREPRENEURSHIP

Abstract: There is the development of institutions supporting the business sector whose primary objective is to evaluate their role in the development of entrepreneurship in rural areas. These have been assessed in the context of the level of cooperation they have with rural businesses and the appropriateness of the services they provide. This study was performed within the project *Development of entrepreneurship in rural areas – diagnosis, trends, recommendations for rural development policy*.

The findings suggest that the potential of business support institutions is not sufficiently utilized in the countryside. Their services are used only on average by one in every 4-5 business in the country. The best known among these service providers are the agricultural advisory centres (of which 56% of serviced entrepreneurs declared cooperation). More than 30% of respondents said that the information concerning the range of services provided by these business support institutions was insufficient. Improving efficiency requires, above all, the promotion of services and elimination of procedural barriers.

Key words: Entrepreneurship, business, rural areas, the development of entrepreneurship