

materiały z badań

IRENA KROPSZ, BARBARA KUTKOWSKA¹

STAN PRZEDSIĘBIORCZOŚCI NA OBSZARACH WIEJSKICH DOLNEGO ŚLĄSKA²

Abstrakt. Rozwój przedsiębiorczości powinien stać się podstawowym kierunkiem rozwoju wsi. Podmioty gospodarcze funkcjonujące na terenach wiejskich pełnią istotne funkcje, a mianowicie zapewniają dodatkowe dochody ludności wiejskiej, tworzą nowe miejsca pracy i zmniejszają bezrobocie, aktywizują lokalną ludność oraz przyczyniają się do poprawy warunków życia. Rozwój działalności pozarolniczej to bardzo dobre rozwiązanie dla ludności zamieszkującej obszary wiejskie, a zwłaszcza dla pracujących w gospodarstwach rolniczych i poszukujących dodatkowych dochodów, mających zrekompensować brak dochodowości działalności rolniczej. W latach 2004–2006 na terenie wybranych gmin Dolnego Śląska przeprowadzono badania wśród właścicieli firm wiejskich oraz przedstawicieli lokalnych władz, dotyczące rozwoju przedsiębiorczości na tych terenach. Celem badań była analiza stanu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Badania pozwoliły również na określenie barier i ograniczeń rozwoju przedsiębiorczości w gminach, ocenę roli władz lokalnych we wspieraniu przedsiębiorczości oraz wpływu przedsiębiorczości na rozwój tych obszarów

Słowa kluczowe: województwo dolnośląskie, obszary wiejskie, przedsiębiorczość, bariery rozwoju, rola władz i instytucji lokalnych

WPROWADZENIE

Powszechną tendencją rozwoju obszarów wiejskich jest stopniowy spadek znaczenia rolnictwa w tworzeniu dochodów ludności wiejskiej i dywersyfikacja działalności gospodarczej. Procesy te przekształcają wsie dotychczas monofunkcyjne o dominacji produkcji rolniczej w wielofunkcyjne, gdzie obok gospodarstw rolniczych pojawiają się małe firmy wiejskie: handlowe, usługowe, drobnego przetwórstwa itp. Podstawą rozwoju terenów wiejskich są właśnie małe przedsięwzięcia, tzw. small business, które dzięki swojej elastyczności dostoso-

¹ Irena Kropsz jest pracownikiem naukowym Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu. Barbara Kutkowska jest pracownikiem naukowym Instytutu Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.

² Referat na ten temat został zaprezentowany na seminarium naukowym Zakładu Ekonomii Wsi IRWiR w dniu 18 kwietnia 2007 roku.

wują się do istniejących warunków ekonomicznych i odgrywają znaczącą rolę w gospodarce. Dzięki małym firmom angażującym swój kapitał następuje ożywienie obszarów wiejskich. Bywa też tak, iż rolnicy, szczególnie ci, którzy prowadzą gospodarstwa rolne o niezbyt dużych arealach, podejmują dodatkowe działalności, alternatywne do produkcji rolniczej [Kutkowska 1998]. To właśnie małe i średnie przedsiębiorstwa kojarzą się z pojęciem przedsiębiorczości [Woźniak 2006, Zuzek 2006]. To ta skala działalności gospodarczej jest podstawą rozwoju krajów członkowskich UE. Strategiczne ustalenia UE, dotyczące rozwoju obszarów wiejskich w latach 2007–2013³ koncentrują się na rozwoju lokalnej infrastruktury i kapitału ludzkiego w celu tworzenia miejsc pracy we wszystkich sektorach przedsiębiorczości oraz dywersyfikacji działalności gospodarczej (tego dotyczy trzecia oś priorytetowa rozwoju obszarów wiejskich na lata 2007–2013). W dokumentach unijnych zwraca się szczególną uwagę na rozwój małej przedsiębiorczości i podniesienie wskaźnika zatrudnienia w szeroko rozumianej gospodarce wiejskiej, zwłaszcza w turystyce, rekreacji, rzemiośle, usługach, w tym także usługach środowiskowych.

Małe i średnie firmy odgrywają szczególną rolę w gospodarce wiejskiej [Strużycki 2002]. Są one fundamentem kształtowania procesów ekonomicznych w skali lokalnej, pozwalają zmniejszyć bezrobocie, zaopatrują lokalne rynki w produkty i usługi oraz ożywiają miejscową gospodarkę. Są one również istotnym źródłem podatków dla gmin [Kołodziejczyk 2002]. Przedsiębiorstwa te wywierają wpływ na ich otoczenie, są także od wielu elementów otoczenia uzależnione [Kuciński 1999]. W bieżącej działalności firmy wchodzą w związki z innymi przedsiębiorstwami, organizacjami i instytucjami oraz z lokalną administracją. Jak zauważa Zwolińska-Ligaj [2007]: „Przedsiębiorstwa funkcjonujące na obszarach wiejskich charakteryzują szczególne związki z podmiotami tworzącymi ich bezpośrednie otoczenie, a ich wpływ na lokalną gospodarkę i ludność można rozpatrywać zarówno w szeroko rozumianym aspekcie ekonomicznym, jak i społecznym”.

Firmy MŚP skupią się w regionach gospodarczo rozwiniętych, wokół dużych aglomeracji miejskich przede wszystkim z powodu lepiej rozwiniętej infrastruktury technicznej, rynków zbytu oraz lepiej wykształconych pracowników. Relatywnie mniej firm znajduje się na terenach wiejskich, bardziej oddalonych od ośrodków miejskich. Badania wskazują, iż największa koncentracja MŚP w przeliczeniu na 1 km² powierzchni występuje w województwie śląskim, a najmniejsza w podlaskim i warmińsko-mazurskim [Hybel 2001]. Koncentracja małych i średnich firm występuje w regionach o relatywnie małym bezrobociu.

Rozwijanie przedsiębiorczości na wsi może przybierać różne formy. Są to działalności związane z turystyką wiejską i usługami okołoturystycznymi, drobne firmy rzemieślnicze, punkty świadczące usługi produkcyjne dla rolników, zakłady przetwórcze, firmy specjalizujące się w lokalnym handlu żywnością itd. Powstawanie i harmonijny rozwój MŚP zależy od wielu czynni-

³ Rozporządzenie Rady (WE) nr 1698/2005 z dnia 20 września 2005 r. w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (DzU UE L277 21.10.2005).

ków, zarówno od lokalnych surowców i zasobów ludzkich oraz finansowych, od rozwiązań technologicznych, jak i od tradycji i kultury przedsiębiorczości. Na poziomie gmin ważnym czynnikiem wpływającym na ich rozwój jest stwarzanie korzystnego klimatu dla przedsiębiorczości poprzez inicjowanie i promowanie powiązań, współpracy i partnerstwa w sferze biznesu [Firlej 2002].

Jednoznaczne określenie przedsiębiorczości jest trudne, ponieważ funkcjonuje wiele definicji tego pojęcia. Definicje te mają cechę wspólną, a mianowicie łączą przedsiębiorczość z działalnością gospodarczą [Kapusta 2001]. Zdaniem Kłodzińskiego [1999], przedsiębiorczość należy kojarzyć z zaradnością, inicjatywą i podejmowaniem działań, mających na celu indywidualny sukces i zaspokajanie aspiracji osób, które je podejmują, a także animację zmian prowadzonych do sukcesu całej społeczności i rozwoju społeczno-gospodarczego. Przedsiębiorczość może być traktowana jako postawa i jako proces [Duczkowska-Piasecka 1998]. Przedsiębiorczość jako proces oznacza powstawanie i rozwój jednostek działalności gospodarczej. Przedsiębiorczość jako postawa określa sposób postępowania jednostek ludzkich, który polega na skłonności do podejmowania nowych działań, ulepszenia istniejących elementów środowiska, na twórczo aktywnej postawie wobec otaczającej jednostki rzeczywistości.

Istotne znaczenie w przemianach społeczno-ekonomicznych na obszarach wiejskich w Polsce miał ten rodzaj przedsiębiorczości, który skłaniał ludzi do podejmowania działań na rzecz zakładania i rozwoju różnorodnych działalności gospodarczych. Działalność firm pozarolniczych przyczynia się do wielofunkcyjnego rozwoju terenów wiejskich.

CEL, ZAKRES I METODYKA BADAŃ

Jak wykazały badania innych autorów, aktywność gospodarcza mieszkańców obszarów wiejskich jest przestrzennie zróżnicowana. Celem badań była analiza stanu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich Dolnego Śląska⁴. Zakres badań obejmował następujące zagadnienia:

- określenie stanu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich Dolnego Śląska z uwzględnieniem rodzajów działalności gospodarczych podejmowanych na terenie gmin wiejskich oraz charakterystyki przedsiębiorców i prowadzonych przez nich firm,
- określenie barier i ograniczeń rozwoju przedsiębiorczości w gminach,
- ocenę roli władz i organizacji lokalnych we wspieraniu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich.

Do określenia stanu przedsiębiorczości na wsi dolnośląskiej wykorzystano materiały statystyki powszechnej za lata 2004–2006 (GUS i WUS we Wrocławiu). Na ich podstawie oszacowano liczbę i strukturę przedsiębiorstw

⁴ Badania były finansowane w ramach projektu badawczego KBN pt. *Procesy dostosowawcze obszarów wiejskich Dolnego Śląska do wymogów UE*, nr 2 P06 R 0522. Kierownik projektu: Barbara Kutkowska.

zlokalizowanych we wszystkich gminach wiejskich Dolnego Śląska. W celu uzyskania bardziej szczegółowych informacji źródłowych przeprowadzono badania na terenie 15 celowo wybranych gmin, które wytypowane zostały dla 5 regionów funkcjonalnych Dolnego Śląska, wyodrębnionych w ramach strategii dolnośląskiej [*Studia...* 2001]. Kryterium celu wyboru gmin stanowiła liczba jednostek zarejestrowanych w systemie Regon w przeliczeniu na 1000 mieszkańców za 2004 rok. W poszczególnych regionach funkcjonalnych wybrano po 3 gminy o najwyższej, przeciętnej i najmniejszej liczbie tych jednostek na 1000 mieszkańców. Szczegółowe materiały źródłowe zbierane były w 2005 roku przy wykorzystaniu metody ankietowej. Informacje zebrano, posługując się dwiema ankietami jedną skierowaną do przedsiębiorców wiejskich, a drugą do władz gminy.

Łącznie ankietowano 15 przedstawicieli władz lokalnych i 538 przedsiębiorców (10% ogółu). Ankietyzacji dokonano drogą pocztową. Ankietę wypełnili wszyscy pracownicy wytypowanych gmin. W przypadku przedsiębiorców uzyskano 37% zwrot ankiet, w związku z czym badania oparto na informacjach pochodzących od 200 przedsiębiorców wiejskich.

WYNIKI BADAŃ

Analizę stanu przedsiębiorczości na terenach wiejskich Dolnego Śląska przeprowadzono na kilku płaszczyznach, a mianowicie:

- określono zmiany liczebności przedsiębiorstw działających na terenach wiejskich w latach 2004–2006 z podziałem na poszczególne sekcje,
- określono strukturę branżową firm działających na terenach wiejskich Dolnego Śląska pod względem takich cech, jak: okres działalności, forma prawna, forma własności, wielkość zatrudnienia.

Analizę tę przeprowadzono na terenie Dolnego Śląska z podziałem na pięć obszarów funkcjonalnych terenów wiejskich⁵. Uwzględnienie tego podziału dało możliwość oceny wpływu zróżnicowania uwarunkowań przyrodniczo-ekonomicznych, determinujących funkcje tych terenów na stan przedsiębiorczości na wsi.

Dalsze badania dotyczyły stanu przedsiębiorczości na obszarach wybranych gmin. Badania ankietowe przeprowadzone wśród przedsiębiorców działających na wsi umożliwiły ich wnikliwą charakterystykę, obejmującą między innymi: wiek i wykształcenie, obszar działalności, rynki, na jakich działają, liczbę zatrudnionych, materialne podłoże rozpoczęcia działalności, przychody ze sprzedaży, plany na przyszłość i inne. Ankietowani przedsiębiorcy wskazali również główne bariery rozwojowe. Oceniono także aktywność władz lokalnych i organizacji pozarządowych w zakresie wspierania przedsiębiorczości na wsi dolnośląskiej.

⁵ 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.

W latach 2004–2006 ogólna liczba przedsiębiorstw funkcjonujących na terenach wiejskich województwa dolnośląskiego zmniejszyła się o 8%. W 2006 roku w regionie funkcjonowały 4672 firmy wiejskie (tabela 1). Dominowały firmy związane z handlem oraz naprawami (prawie 37% ogółu) oraz z zakresu przetwórstwa przemysłowego (15,4%) i budownictwa (14,5%). Około 1% firm związanych było z działalnością transportowo-magazynową i pośrednictwem finansowym. Firmy zlokalizowane zostały nierównomiernie w poszczególnych regionach funkcjonalnych, co związane jest między innymi z gęstością zaludnienia i lokalizacją regionu funkcjonalnego. Najwięcej jest ich w regionie II i I (okolice aglomeracji wrocławskiej), natomiast najmniej w regionie IV i V (zachodnia część województwa). W regionie V (tereny przygraniczne) w latach 2004–2006 wystąpił najsilniejszy spadek liczby przedsiębiorstw wiejskich (tabela 1).

TABELA 1. Zmiany liczby oraz struktury w latach 2004–2006 na terenie Dolnego Śląska

Wy- szcze- gólnie- nie	Region funkcjonalny										Ogółem	
	I		II		III		IV		V		2004	2006
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006		
Liczba	1234	1210	1243	1233	1080	1094	564	575	959	560	5080	4672
Struktura udziału przedsiębiorstw w poszczególnych regionach funkcjonalnych w odniesieniu do ogólnej ich liczby na Dolnym Śląsku												
[%]	24,3	25,9	24,5	26,4	21,3	23,4	11,1	12,3	18,9	12,0	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

We wszystkich regionach funkcjonalnych dominują firmy sekcji G (handel hurtowy i detaliczny, naprawy pojazdów mechanicznych oraz artykułów użytku domowego i osobistego), stanowiąc 30–40% ogółu firm, następnie sekcji D (przetwórstwo przemysłowe), stanowiąc 10–25%, oraz sekcji K (obsługa nieruchomości, wynajem, nauka i usługi związane z prowadzeniem działalności), stanowiąc 6–13% (tabela 2).

Struktura przedsiębiorstw z podziałem na sekcje jest zróżnicowana w poszczególnych regionach. W rejonach o wiodących funkcjach rolniczych jest relatywnie więcej firm sekcji rolniczej A z tendencją wzrostową. W regionie III o funkcji turystycznej (Sudety i Polesie) jest nieco większy udział firm hotelarskich i gastronomicznych. W regionie V o wskazanej funkcji przemysłowej jest większy udział firm o tym charakterze. Region ten, obejmujący powiaty: zgorzelecki, bolesławiecki i lubański, cechuje różnorodny przemysł lokalny. Zatem można powiedzieć, iż istnieje pewna analogia pomiędzy kierunkami wiodącymi, wskazanymi jako priorytetowe w poszczególnych regionach funkcjonalnych terenów wiejskich, a strukturą działających tam przedsiębiorstw. Regiony te zostały wyodrębnione przy uwzględnieniu uwarunkowań przyrodniczo-ekonomicznych i społecznych, a czynniki te oddziałują na strukturę działających tam przedsiębiorstw.

TABELA 2. Struktura przedsiębiorstw z podziałem na poszczególne sekcje w latach 2004–2006 na terenach wiejskich Dolnego Śląska [%]

Sekcja-	Region funkcjonalny											
	I		II		III		IV		V		Ogółem	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006
A	0,2	0,8	0,5	0,6	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,5	0,2	0,5
D	15,6	16,3	15,9	16,1	15,2	13,5	10,5	9,2	24,5	21,8	16,7	15,4
E	0,0	0,0	0,1	0,1	0,5	0,4	0,0	0,0	0,0	0,2	0,1	0,1
F	15,2	13,1	13,4	15,2	13,9	15,0	14,4	18,3	8,6	11,1	13,1	14,5
G	38,4	37,4	40,3	39,2	36,2	32,7	38,5	37,2	36,7	38,0	38,1	36,8
H	2,2	2,0	3,1	2,5	6,9	7,5	3,5	2,8	3,9	4,8	3,9	3,9
I	9,7	8,8	10,8	9,7	9,7	10,0	13,7	13,4	9,7	10,5	10,4	10,1
J	2,8	2,9	2,5	2,7	2,4	3,1	2,3	1,6	2,3	2,9	2,5	2,7
K	11,5	13,1	6,8	6,0	9,8	11,2	12,1	11,8	8,7	6,1	9,5	9,8
M	0,9	1,5	0,6	1,5	0,6	0,9	0,0	0,2	0,9	1,6	0,6	1,2
N	1,5	2,1	3,1	3,0	1,8	1,7	3,4	3,7	1,4	1,6	2,1	2,4
O	1,6	1,7	2,9	3,2	3,1	3,9	1,6	1,7	3,3	0,9	2,6	2,5
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W latach 2004–2006 na terenach wiejskich województwa dolnośląskiego dominowały firmy działające 6–10 lat (37,4% ogółu) oraz firmy młode – do 5 lat (30,2%). Udział firm młodych w tym okresie wyraźnie wzrósł. Spada natomiast udział firm dłużej działających. W tym procesie znaczenie ma upadek i likwidacja firm starszych i ponowne zarejestrowanie nowej działalności. Podobnie jak w innych regionach kraju, są to firmy mikro i małe (tzw. small business). Jednostki gospodarcze o zatrudnieniu do 9 osób stanowią 97% ogółu firm, a tylko około 2,5% są to przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 40 osób (tabela 3).

Przedsiębiorstwa działające na wsi w większości przypadków mają charakter firm rodzinnych (w 51%). Jednak w gminach regionu I (okolice Wrocławia) oraz IV i V (zachodnia część województwa) przeważają przedsiębiorstwa niemające charakteru rodzinnego. Firmy rodzinne dominują w regionie II (północna część województwa) oraz III (Sudety) o wyraźnych funkcjach turystyczno-rekreacyjnych. Firmy te są prowadzone przede wszystkim przez ich właścicieli (tabela 4).

Przedsiębiorcy wiejscy mają doświadczenie zawodowe, na co wskazuje ich wiek i wykształcenie. W 82% znajdują się w przedziale wieku 35–55 lat, szczególnie w regionie IV i V. Więcej ludzi młodszych (20–35 lat) kieruje firmami działającymi na terenie regionu II i regionu III. Najstarsi wiekiem przedsiębiorcy wiejscy działają na terenie regionu I, w okolicach Wrocławia, o charakterze wybitnie rolniczym. Przeważają osoby z wykształceniem średnim (65%), 13% właścicieli legitymuje się wykształceniem wyższym. Zdecydowanie najwięcej osób z wykształceniem średnim i wyższym prowadzi firmy, działające w gminach regionu I i regionu II. W pozostałych regionach Dolnego Śląska kierownicy przedsiębiorstw są relatywnie gorzej wykształceni (tabela 5).

TABELA 3. Charakterystyka przedsiębiorstw z podziałem na regiony funkcjonalne Dolnego Śląska, uwzględniająca okres działalności i wielkość zatrudnienia w latach 2004–2006 [%]

Wyszczególnienie	Możliwe kryterium	Region funkcjonalny										Ogółem	
		I		II		III		IV		V		2004	2006
		2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006	2004	2006		
Okres działalności	do 5 lat	20,9	28,9	22,8	32,0	19,5	31,0	18,3	29,2	16,8	28,0	20,0	30,2
	6–10	41,9	36,4	44,2	37,7	41,4	35,2	43,4	37,9	48,1	42,5	43,7	37,4
	11–15	31,8	29,4	27,4	25,0	30,9	26,9	34,6	29,6	29,8	25,7	30,5	27,2
	16–25 lat	5,1	5,0	5,2	5,0	7,3	6,2	3,2	3,0	4,5	2,9	5,3	4,8
	powyżej 25 lat	0,2	0,2	0,4	0,2	0,8	0,7	0,5	0,3	0,8	0,9	0,6	0,4
Grupa zatrudnienia	0–9	97,3	97,2	96,9	96,2	97,9	97,4	97,0	97,2	97,6	97,1	97,4	97,0
	10–49	2,4	2,5	2,7	3,2	1,5	2,0	2,5	2,6	1,6	2,0	2,1	2,5
	50–249	0,2	0,3	0,3	0,6	0,6	0,5	0,4	0,2	0,6	0,7	0,4	0,4
	250–999	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2	0,0	0,2	0,2	0,1	0,0
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

TABELA 4. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw z podziałem na regiony funkcjonalne Dolnego Śląska w 2005 roku [%]

Wyszczególnienie	Obszar wypowiedzi przedsiębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem
		I	II	III	IV	V	
Firma rodzinna	tak	48,9	66,0	62,5	37,8	32,3	51,0
	nie	51,1	34,0	37,5	62,2	67,7	49,0
Przedsiębiorstwo prowadzone przez właściciela	tak	93,3	89,4	85,0	97,3	100,0	92,5
	nie	6,7	10,6	15,0	2,7	0,0	7,5

Źródło: Badania i opracowanie własne.

TABELA 5. Charakterystyka wieku oraz wykształcenia przedsiębiorców [%]

Wyszczególnienie	Obszar wypowiedzi przedsiębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem
		I	II	III	IV	V	
Przedział wiekowy	20–35 lat	11,1	29,8	22,5	16,2	6,5	18,0
	35–45 lat	33,3	31,9	42,5	54,1	54,8	42,0
	45–55 lat	46,7	42,6	32,5	29,7	48,4	40,0
	pow. 55 lat	15,6	4,3	7,5	0,0	0,0	6,0
Wykształcenie	podstawowe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
	zawodowe	26,7	23,4	27,5	27,0	25,8	26,0
	średnie	55,6	59,6	65,0	70,3	80,6	65,0
	wyższe	26,7	17,0	12,5	2,7	0,0	13,0

Źródło: Badania i opracowanie własne.

Dominującą formą własności jest własność krajowych osób fizycznych (87%). W rejonie III i IV ta forma własności obejmuje około 92% firm. Jako cel rozpoczęcia działalności przedsiębiorcy wskazywali przede wszystkim samozatrudnienie (78%), dodatkowe źródło dochodów (48%) oraz stworzenie miejsc pracy dla członków rodzin (17,5%).

Przedsiębiorcy, działający na terenie badanych gmin, zajmowali się głównie handlem (62%), usługami (43,5%) oraz produkcją (19,5%). W regionach II (tereny Parku Kajobrazowego Doliny Baryczy) i III (Sudety), o funkcjach rekreacyjno-turystycznych, obszarem działania jest również gastronomia oraz turystyka (tabela 6).

Mała skala działania powoduje, iż w 56% w zarządzaniu uczestniczy jedna osoba, w 33% zarządzają firmami dwie osoby. W ponad 46% przedsiębiorstw w zarządzaniu biorą udział kobiety, natomiast w 48% przedsiębiorstw kobiety nie biorą udziału w zarządzaniu. Prawie w 60% zarządzający są w wieku powyżej 40 lat. Ponad 47% prowadzących firmy na wsi deklaruje znajomość języka obcego. Jest to zróżnicowane regionalnie, gdyż w rejonie II i IV udział kierowników firm posługujących się językiem obcym jest wyraźnie większy.

Przedsiębiorstwa funkcjonujące na wsi dolnośląskiej w 96% powstały dzięki wkładom własnym. Były to w 77% wkłady pieniężne i w 78% wkłady rzeczowe w postaci budynków i środków transportu. Środki obce na uruchomienie firm pochodziły w 18% z kredytów. Kredyty miały największe znaczenie w uruchamianiu przedsiębiorczości na wsi w regionach II i IV (północna i środkowa część województwa dolnośląskiego – tabela 7).

TABELA 6. Obszar działalności oraz rynek, na jakim działały badane przedsiębiorstwa na Dolnym Śląsku z podziałem na regiony funkcjonalne w 2005 roku [%]

Wyszczególnienie	Obszar wypowiedzi przedsiębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem
		I	II	III	IV	V	
Obszar działalności	produkcja	22,2	25,5	10,0	13,5	25,8	19,5
	handel	62,2	63,8	50,0	64,9	71,0	62,0
	usługi	40,0	44,7	50,0	43,2	38,7	43,5
	rzemiosło	0,0	0,0	2,5	2,7	6,5	2,0
	gastronomia	4,4	12,8	10,0	2,7	6,5	7,5
	turystyka	0,0	0,0	2,5	0,0	0,0	0,5
Rynek, na jakim działa firma	budownictwo	0,0	2,1	5,0	0,0	3,2	2,0
	lokalny	86,7	80,9	85,0	94,6	93,5	87,5
	regionalny	20,0	27,7	10,0	10,8	25,8	19,0
	ogólnopolski	4,4	6,4	10,0	2,7	3,2	5,5

Źródło: Badania i opracowanie własne.

TABELA 7. Charakterystyka źródeł finansowania wykorzystanych przez przedsiębiorców do powstania działalności na Dolnym Śląsku w 2005 roku [%]

Wyszczególnienie	Obszar wypowiedzi przedsiębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem	
		I	II	III	IV	V		
Materialne podłoże powstania działalności badanych przedsiębiorstw	wkłady własne		97,8	93,6	95,0	94,6	100,0	96,0
	wkłady obce		24,4	25,5	20,0	27,0	16,1	23,0
Struktura wkładów własnych	wkłady obce		24,4	25,5	20,0	27,0	16,1	23,0
	– pieniężne		71,1	83,0	65,0	75,7	93,5	77,0
	– rzeczowe		73,3	74,5	75,0	81,1	93,5	78,0
	+ budynki		64,4	59,6	65,0	56,8	77,4	63,0
	+ środki transportu		62,2	63,8	57,5	73,0	87,1	64,5
Struktura wkładów obcych	+ pozostałe środki trwałe		8,9	8,5	12,5	21,6	16,1	12,0
	– dzierżawione składniki majątku trwałego		4,4	6,4	0,0	8,1	3,2	4,5
	– kredyty		17,8	25,5	12,5	21,6	9,7	18,0
	– inne (pożyczka od rodziny, znajomych)		2,2	2,1	10,0	5,4	6,5	5,0

Źródło: Badania i opracowanie własne.

Tylko 10% ankietowanych przedsiębiorców wiejskich oprócz działalności pozarolniczej zajmuje się także rolnictwem. Przedsiębiorcy ci jednak tylko niewielką część dochodów uzyskiwanych z działalności pozarolniczej przeznaczają na rozwój gospodarstwa rolnego.

Firmy wiejskie działają głównie na rynkach lokalnych (87,5%) i na rynkach regionalnych (19%) – tabela 6. Średnio co dziesiąty przedsiębiorca z regionu III (tereny sudeckie) funkcjonuje także na rynku krajowym. Firmy położone na strefach przygranicznych (gmina Międzyzylesie i Olszyna) sprzedają także na eksport.

Mała skala działalności powoduje, iż 88% ankietowanych przedsiębiorców osiąga roczne przychody pieniężne ze sprzedaży do 2,4 mln zł, a 9% do 6,9 mln zł. Średni okres płatności faktur wynosił do 30 dni. Głównymi odbior-

cami są odbiorcy indywidualni (95%), małe firmy krajowe (29,5%) i średnie firmy krajowe (13%). W 60% badanych gmin odbiorcami są wyłącznie odbiorcy indywidualni (tabela 8).

TABELA 8. Główni odbiorcy przedsiębiorstw oraz zamierzenia co do prowadzonej działalności [%]

Wyszczególnienie	Obszar wy- wiedzi przed- siębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem
		I	II	III	IV	V	
Odbiorcy przedsiębiorstw	odbiorcy indywidualni	100,0	89,4	92,5	97,3	96,8	95,0
	małe krajowe firmy	28,9	38,3	25,0	21,6	32,3	29,5
	średnie krajowe firmy	13,3	21,3	12,5	5,4	9,7	13,0
	duże krajowe firmy	6,7	10,6	7,5	2,7	3,2	6,5
	międzynarodowe firmy (eksport)	2,2	8,5	2,5	0,0	6,5	4,0
	sektor publiczny	6,7	12,8	10,0	16,2	3,2	10,0
	pozostać przy obecnej działalności	86,7	89,4	90,0	89,2	93,5	89,5
Zamierzenia co do prowadzonej działalności	myślą o zmianie kierunku działalności	11,1	10,6	7,5	0,0	6,5	7,5
	zdecydowani na zmianę działalności	2,2	0,0	2,5	10,8	0,0	3,0

Źródło: Badania i opracowanie własne

Większość ankietowanych przedsiębiorców zamierza się rozwijać. Deklarują oni zamierzenia rozwojowe na rok przyszły i w dalszej perspektywie czasowej.

W około 40% przypadków modernizacja firm związana będzie ze zróżnicowaniem asortymentu produktów. Dywersyfikacja asortymentów to sposób rozwoju prawie 55% firm wiejskich regionu V (zachodnia część województwa). Około 30% przedsiębiorców chce rozwijać firmę poprzez nowe rynki. Niepokojące jest to, iż 20% respondentów nie ma planów na najbliższą przyszłość. W regionie I, w którym dominowali przedsiębiorcy najstarsi, takich firm jest ponad 30% (tabela 9).

Funkcjonując na rynku, przedsiębiorcy stosują różnorodne formy promocji. Najpowszechniejsze to: kreowanie marki firmy na szyldach i plakatach (49%), upusty cenowe (36,5%), promocje sprzedaży (34%) oraz reklama w prasie lokalnej (21,5%) i w Internecie (13,5). Rodzaje stosowanej promocji są różnicowane regionalnie. Reklama w prasie lokalnej ma relatywnie większe znaczenie w regionie V, II oraz w III, a na stronie internetowej w regionie I, II oraz w regionie III. Ponad 11% ankietowanych przedsiębiorców nie prowadzi żadnych działań promocyjnych (tabela 10).

Głównym sposobem komunikowania się na rynku jest cena (78,5% wskazań) oraz jakość (70% wskazań). Marka handlowa jest ważna dla 13,5% przedsiębiorców. Zdaniem badanych, poziom cen ich produktów i usług jest średni (79%) i niski (19%). Prawie 70% przedsiębiorców ocenia, iż konkurencyjność ze strony innych firm działających na rynku jest średnia, 22% uważa, iż konku-

TABELA 9. Plany rozwojowe badanych przedsiębiorstw wiejskich na Dolnym Śląsku z podziałem na regiony funkcjonalne [%]

Obszar wypowiedzi przedsiębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem
	I	II	III	IV	V	
Rozwój nowych rynków	24,4	36,2	20,0	35,1	22,6	28,0
Nabycie nowych firm	2,2	0,0	7,5	0,0	3,2	2,5
Sprzedaż przedsiębiorstwa	2,2	2,1	7,5	8,1	6,5	5,0
Zróżnicowanie asortymentu produktów	33,3	44,7	37,5	40,5	54,8	41,5
Racjonalizacja asortymentu produktów	2,2	4,3	5,0	5,4	9,7	5,0
Powiększenie sklepu / zakładu / hotelu	0,0	4,3	0,0	0,0	3,2	1,5
Pozyskanie nowych klientów	0,0	2,1	0,0	0,0	3,2	1,0
Inne (lokalu, samochodu, likwidacja firmy)	6,6	0,0	2,5	2,7	0,0	2,5
Brak planów	31,1	19,1	20,0	21,6	6,5	20,5

Źródło: Badania i opracowanie własne.

TABELA 10. Formy promocji stosowane w badanych przedsiębiorstwach w wybranych gminach w 2005 roku na Dolnym Śląsku z podziałem na regiony funkcjonalne [%]

Obszar wypowiedzi przedsiębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem
	I	II	III	IV	V	
Reklama w prasie lokalnej	6,7	34,0	12,5	21,6	35,5	21,5
Reklama w prasie specjalistycznej	4,4	6,4	2,5	2,7	3,2	4,0
Upusty cenowe	24,4	48,9	42,5	40,5	22,6	36,5
Promocja sprzedaży	11,1	34,0	52,5	43,2	32,3	34,0
Kreowanie marki firmy na szyldach, plakatach	44,4	40,4	42,5	59,5	64,5	49,0
Strony w Internecie	15,6	17,0	15,0	8,1	9,7	13,5
Inne (przekaz ustny, rekomendacja)	2,2	0,0	5,0	0,0	0,0	1,5
Wiarygodność, czas istnienia firmy	0,0	0,0	0,0	2,7	0,0	0,5
Brak promocji	20,0	21,3	5,0	2,7	3,2	11,5

Źródło: Badania i opracowanie własne.

rencja jest duża, a 12%, że mała. Na dużą konkurencję wskazują prowadzący firmy z gmin regionu II, III i regionu IV.

Oceniając możliwości rozwojowe firm działających na wsi dolnośląskiej, próbowano wskazać najważniejsze bariery tego rozwoju. Zapytano przedsiębiorców o bariery krótko- i długookresowe (tabele 11 i 12). Do najczęściej wymienianych barier krótkookresowych należały: koszty finansowania (43,5%), brak kapitału obrotowego (36,5), niedostatek zamówień (28,5%) oraz duża konkurencja ze strony innych firm (23%). W 20% firm barierą rozwoju było krajowe prawodawstwo (tabela 11). Analizując bariery długookresowe, zauważono, iż są one podobne jak w przypadku działań krótkookresowych. Do najczęściej wymienionych ograniczeń rozwojowych w skali dłuższego czasu zaliczono koszty finansowania, brak kapitału i krajowe prawodawstwo oraz ograniczenia popytu – w około 30% (tabela 12).

W trakcie badań ankietowych zebrano opinie przedsiębiorstw na temat barier ogólnych, niezależnych od perspektywy czasowej rozwoju. Bariery te poddano

klasyfikacji w skali 1–20 punktów pod względem ich istotności (1 – najbardziej istotna, 20 – najmniej istotna). Wyniki badań zawiera tabela 13. Większość ankietowanych (70%) za największą barierę rozwojową uznało zły system podatkowy oraz skomplikowany system przepisów prawnych (63,5%). Za równie istotne ograniczenie uznano brak doradztwa prawnego i doradztwa w zakresie ekonomiki i finansów oraz niskie zasoby kapitałowe (około 60%). Jako najmniej istotne bariery wskazano na wykształcenie i osobowość przedsiębiorcy oraz brak możliwości korzystania z nowych technologii czy złe plany strategiczne firmy (około 30% wskazań).

TABELA 11. Krótkookresowe bariery w planach rozwoju przedsiębiorstw wybranych gmin dolnośląskich [%]

Obszar wypowiedzi przedsiębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem
	I	II	III	IV	V	
Ograniczenia możliwości produkcyjnych	11,1	6,4	7,5	0,0	3,2	6,0
Brak wykwalifikowanej kadry zarządzającej	4,4	6,4	5,0	0,0	0,0	3,5
Brak wykwalifikowanej kadry pracowniczej	13,3	8,5	12,5	8,1	12,9	11,0
Koszty finansowania	53,3	46,8	50,0	24,3	38,7	43,5
Niedostatek zamówień	26,7	25,5	22,5	27,0	45,2	28,5
Brak kapitału obrotowego	26,7	34,0	37,5	40,5	48,4	36,5
Krajowe prawodawstwo	28,9	10,6	15,0	24,3	19,4	19,5
Prawodawstwo UE	6,7	6,4	7,5	10,8	9,7	8,0
Koszty badań i rozwoju	2,2	10,6	0,0	18,9	9,7	8,0
Duża konkurencja	24,4	34,0	20,0	18,9	12,9	23,0
Inne (brak cen min na usługi nauki jazdy, zużycie społeczeństwa)	2,2	0,0	0,0	2,7	0,0	1,0

Źródło: Badania i opracowanie własne.

TABELA 12. Długookresowe bariery w planach rozwoju przedsiębiorstw wybranych gmin dolnośląskich [%]

Obszar wypowiedzi przedsiębiorców	Region funkcjonalny					Ogółem
	I	II	III	IV	V	
Zmiany wśród kierowników	2,2	0,0	0,0	2,7	0,0	1,0
Ograniczenia eksportu	0,0	0,0	2,5	0,0	0,0	0,5
Koszty finansowania	33,3	38,3	27,5	18,9	32,3	30,5
Ograniczenia popytu	24,4	21,3	15,0	27,0	19,4	21,5
Ograniczenia długookresowego finansowania	6,7	8,5	7,5	13,5	6,5	8,5
Brak kapitału	26,7	27,7	30,0	29,7	22,6	27,5
Krajowe prawodawstwo	35,6	21,3	27,5	24,3	29,0	27,5
Prawodawstwo UE	11,1	8,5	20,0	5,4	29,0	14,0
Koszty badań i rozwoju	0,0	6,4	2,5	8,1	9,7	5,0
Trudności w zdobywaniu nowych rynków	4,4	29,8	2,5	10,8	9,7	12,0
Duża konkurencja na rynku	20,0	29,8	12,5	24,3	6,5	19,5
Inne (supermarkety)	2,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5

Źródło: Badania i opracowanie własne.

TABELA 13 Bariery rozwoju przedsiębiorstw wybranych gmin dolnośląskich [%]

Wyszczególnienie	Wskazania „tak”	Klasyfikacja barier			
		1–5	6–10	11–15	16–20
Zły system podatkowy	70,5	77,1	14,3	5,7	3,6
Skomplikowany system przepisów prawnych	63,5	58,3	29,1	6,3	6,3
Brak doradztwa w zakresie ekonomiki i finansów	62,0	28,2	54,8	4,8	12,1
Zasoby kapitału	61,5	75,6	14,6	5,7	4,1
Intensywna konkurencja	58,0	64,7	25,9	6,0	3,4
Brak doradztwa prawnego	57,0	30,7	48,2	9,6	11,4
Brak centrów informacji	54,0	57,4	24,1	13,0	5,6
Zły system kredytowy	52,0	75,0	11,5	9,6	3,8
Brak preferencji do prowadzenia działalności	51,5	25,2	52,4	11,7	10,7
Sprawna administracja	47,0	44,7	35,1	11,7	8,5
Dostęp do rynków zbytu	46,0	65,2	19,6	5,4	9,8
Brak informacji	42,0	33,3	31,0	22,6	13,1
Brak planów rozwoju gminy z uwzględnieniem przedsiębiorczości	40,5	18,5	49,4	19,8	12,3
Brak lub niedostateczna promocja gminy	40,5	19,8	45,7	17,3	17,3
Zła infrastruktura techniczna i społeczna	40,0	13,8	48,8	17,5	20,0
Osobowość człowieka	39,5	46,8	24,1	15,2	13,9
Trudności w przepływie informacji	38,0	26,3	47,4	14,5	11,8
Brak szkoleń	32,5	32,3	30,8	26,2	10,8
Wykształcenie	32,0	35,9	18,8	25,0	20,3
Niedokładnie opracowane plany strategiczne firmy	30,5	9,8	44,3	23,0	23,0
Możliwości korzystania z nowych technologii	28,5	31,6	43,9	10,5	14,0

Źródło: Badania i opracowanie własne.

Do harmonijnego rozwoju gospodarczego terenów wiejskich niezbędne są działania podejmowane przez władze administracyjne oraz inne instytucje lokalne. Działania propagujące współpracę wzajemną tworzą to, co określane jest kapitałem społecznym wsi. Przedsiębiorczość wiejska wspierana jest przez władze lokalne poprzez działania organizacyjne, ulgi w czynszach i podatkach, dofinansowanie oraz modernizację infrastruktury terenów wiejskich.

Przedsiębiorcy na ogół byli słabo zorientowani, czy takie działania w gminie są prowadzone. Uznali oni, że działania władz gmin na rzecz przedsiębiorców sprowadzają się głównie do realizacji inwestycji infrastrukturalnych, czyli modernizacji dróg, zaopatrzenia wsi w wodę oraz kanalizację (od 40 do 70% wskazań). Inną formą pomocy funkcjonującej na wsi jest kapitałowe wzmocnienie firm poprzez dotacje celowe, środki finansowe na walkę z bezrobociem, ochronę środowiska i rozwój turystyki (od 6,5–12,5% wskazań). Poniżej 10% wskazań dotyczyło stosowania systemu preferencji finansowych w zakresie inwestycji związanych z uruchomieniem przedsiębiorstw, czyli ulg podatkowych, dogodnych warunków dla dzierżawców (9,5%) oraz taniej sprzedaży gruntów budowlanych (5,5%). Tylko 4% przedsiębiorców wypowiedziało się, iż takim działaniem władz była organizacja centrów informacji dla przyszłych inwestorów, natomiast ponad 98% ankietowanych wskazało, iż działalność gminy sprowadzała się wyłącznie do organizacji szkoleń w zakresie przedsiębiorczości.

Działania w kierunku aktywizacji i rozwoju obszarów wiejskich prowadzone są również przez organizacje pozarządowe. Zdecydowana jednak większość ankieto-

wanych przedsiębiorców (średnio ponad 60%) nic nie wie na temat takich działań. Najmniej zorientowani w aktywności takich organizacji byli prowadzący firmy w regionie V (ponad 90%) i regionie II i III. Zdaniem przedsiębiorców, organizacje pozarządowe przede wszystkim udzielają pomocy w zdobywaniu środków pomocowych z UE, umożliwiają społeczności lokalnej uczestnictwo w podejmowaniu decyzji związanych z rozwojem regionu, stanowią ogniwo pośredniczące pomiędzy przedsiębiorcą, lokalną społecznością a innymi podmiotami, włączają się do działań społeczności lokalnych, pokazują nowe niekonwencjonalne metody rozwiązywania problemów, inspirują również kontaktowanie pozytywnych na rzecz współdziałania postaw mieszkańców obszarów wiejskich.

W badaniach dokonano próby konfrontacji aktywności władz administracyjnych, instytucji oraz organizacji pozarządowych pracujących na rzecz społeczności terenów wiejskich z oczekiwaniami przedsiębiorców prowadzących swoje firmy na wsi. Większość z nich miała liczne propozycje działań szczegółowych. Najczęściej sugerowane działania, jakie należy podjąć, aby wesprzeć sektor przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, to:

- ulgi w podatkach lokalnych i podatku dochodowym,
- usprawnienie i ujednoczenie przepisów prawnych,
- obniżenie kosztów utrzymania firmy (obniżenie kosztów ZUS),
- dotacje dla małych firm,
- organizowanie szkoleń specjalistycznych dla przedsiębiorców,
- łatwiejszy dostęp do kredytów,
- pomoc w pozyskiwaniu środków z UE,
- modernizacja infrastruktury,
- ograniczenie biurokracji i łatwiejszy kontakt przedsiębiorcy z urzędami gmin,
- promocyjna sprzedaż terenów budowlanych.

Większość tych oczekiwań leży w gestii władz i organizacji lokalnych. Wiele takich działań jest podejmowanych w terenie badanych gmin, być może w zbyt małym jeszcze zakresie. Znaczna liczba odpowiedzi „nie wiem” wśród ankietowanych przedsiębiorców na tematy tych działań wskazuje na słaby system informacyjno-szkoleniowy oraz na niedoskonałą jeszcze promocję przedsiębiorczości na obszarach wiejskich Dolnego Śląska.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

W województwie dolnośląskim, tak jak i w innych regionach kraju, dominują małe i średnie firmy o charakterze rodzinnym. Prowadzone są przez ich właścicieli o dostatecznym doświadczeniu zawodowym i dobrych kwalifikacjach. Powstały głównie dzięki finansowym i rzeczowym wkładom własnym z myślą o samozatrudnieniu i dodatkowych dochodach. Dominują firmy handlowe, przetwórstwa przemysłowego, związane z budownictwem i transportem. Przedsiębiorstwa te działają przede wszystkim na rynkach lokalnych, niekiedy na rynkach regionalnych. Jak wykazały badania, przedsiębiorcy wiejscy są słabo poinformowani o możliwościach rozwoju z wykorzystaniem środków z funduszy unijnych. Większość z nich nie uczestniczyła w żadnych szkoleniach specjalisty-

cznych, nic dziwnego, że wobec takiej sytuacji tylko 14% badanych właścicieli firm chce w przyszłości starać się o środki pomocowe z funduszy strukturalnych, a mówiąc o planach rozwoju, wskazują przede wszystkim na brak kapitału oraz wysokie koszty finansowe.

Inne poważne bariery rozwoju to: system prawny i podatkowy, ograniczenia popytu, ale także brak szkoleń. Władze i instytucje lokalne podejmują działania na rzecz rozwoju przedsiębiorczości, lecz działania te są słabo dostrzegane przez przedsiębiorców. Przedsiębiorcy ci mają wyraźnie sprecyzowane oczekiwania co do aktywności instytucjonalnego otoczenia biznesu wiejskiego. Sprowadzają się one do ulg podatkowych, szkoleń, doradztwa, ograniczenia biurokracji, pomocy w uzyskiwaniu środków unijnych, a przede wszystkim do stosunku urzędników do ich działań.

BIBLIOGRAFIA

- Duczowska-Piasecka M., 1998: *Encyklopedia agrobiznesu*. Fundacja Innowacja, Warszawa.
- Firlej K., 2002: *Rola kreowania przedsiębiorczości przez samorządy lokalne w agrobiznesie*. Roczniki Naukowe SERiA, IV, 1: 45–49.
- Hybel J., 2001: *Rola małych i średnich przedsiębiorstw w ograniczaniu bezrobocia w Polsce*. Roczniki Naukowe SERiA III, 1: 123–127.
- Kapusta F., 2001: *Teoria agrobiznesu*. Cz. I. Wydaw. AE we Wrocławiu, Wrocław.
- Kłodziński M., 1999: *Rozwój przedsiębiorczości na terenach wiejskich. Aktywizacja gospodarcza terenów wiejskich*. IRWiR PAN, Warszawa.
- Kołodziejczyk D., 2002: *Uwarunkowania społeczno-gospodarcze lokalnego rozwoju gospodarczego*. Studia i Monografie 113. IERiGŻ, Warszawa.
- Kropsz I., 2003: *Rola infrastruktury i przedsiębiorczości w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich*. Roczniki Naukowe SERiA V, 4.
- Kuciński D., 1999: *Przestrzeń operacyjna firmy a jej otoczenie lokalne*. W: *Lokalne uwarunkowania przedsiębiorczości*. Red. K. Kuciński. Monografie i opracowania 459, SGGW, Warszawa.
- Kutkowska B., 1998: *Wpływ działalności pozarolniczej na ekonomikę gospodarstwa rodzinnego*. Zeszyty Naukowe AR im. H. Kołłątaja w Krakowie 328: 185–195.
- Strużycki M., 2002: *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce lokalnej*. W: *Marketing w rozwoju regionu*. Red. J. Karwowski. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin.
- Studia nad rozwojem Dolnego Śląska*, 2001. Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, 5: 21–22.
- Woźniak A., 2006: *Sposoby wspierania przedsiębiorczości oraz innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw*. Zagadnienia Doradztwa Rolniczego 4 (48): 31–40.
- Zuzek C.K., 2006. *Małe i średnie przedsiębiorstwa jako istota przedsiębiorczości regionalnej*. Acta Agraria et Silvestria, Series Agraria, Sekcja Ekonomia XLVI/1.
- Zwolińska-Ligaj M., 2007: *Funkcje przedsiębiorstw w środowisku lokalnym na przykładzie wybranych gmin województwa lubelskiego*. W: *Społeczno-ekonomiczne aspekty rozwoju polskiej wsi*. Red. M. Bład, D. Klepacka-Kołodziejka. IRWiR PAN, Warszawa.

THE CONDITION ENTERPRISE ON RURAL AREAS ON THE EXAMPLE LOWER SILESIA

Abstract. The development of the enterprise should happen the basic direction of the rural areas development. They economic objects functioning on these terrains fulfill essential

functions, and namely assure the additional earnings of the country population, create the new place of the work and reduce unemployment, activate the local population and contribute to the improvement of the conditions of the life conditions in the country. The development of the non-agriculture activity is a very good solution for the population living on country areas, and especially looking for additional earnings having to make up low earnings from the agricultural activity for agricultural farms. The investigations were conducted on the terrain of the country areas of the chosen communes of Lower Silesia among businessmen and the powers of communes relating to the development of the enterprise. The analysis of the condition of the enterprise was the aim of investigations on these terrains. Investigations also allowed to the qualification of barriers and the limitations of the development of the enterprise in populaces, the opinion of the part of local powers in the support the enterprise and examining the influence of the enterprise on activity and the development of rural areas.

Key words: Lower – Silesian province, rural areas, the development of enterprise, the barrier of the development of the enterprise, the role of powers and local institutions