



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

Eugeniusz Niedzielski

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

ROZWÓJ DROBNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI GOSPODARCZEJ NA OBSZARACH SŁABO ZURBANIZOWANYCH

DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN LOW URBANIZED AREAS

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, uwarunkowania przedsiębiorczości

Key words: entrepreneurship, entrepreneurship's conditions

Abstrakt. Celem badań była ocena uwarunkowań rozwoju drobnej przedsiębiorczości gospodarczej w środowisku małomiasteczkowym w otoczeniu wiejskim. Podstawą analizy były dane z badań ankietowych przeprowadzonych wśród 92 mikro- i małych przedsiębiorstw. Przedmiotem analizy była identyfikacja wewnętrznych i zewnętrznych barier rozwoju, źródeł finansowania i ich dostępności, samoocena przedsiębiorców dotycząca pozycji konkurencyjnej i źródeł konkurencyjności, zamierzeń rozwojowych dotyczących inwestycji i innowacji, oczekiwań dotyczących wsparcia rozwoju przedsiębiorczości.

Wstęp

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw odgrywa istotną rolę w gospodarce wszystkich krajów. Wyraża się to m.in. w dużym udziale tych przedsiębiorstw w tworzeniu produktu krajowego brutto, w dużej liczbie tych przedsiębiorstw (z reguły stanowią powyżej 98% wszystkich przedsiębiorstw) oraz w dużym udziale w zagospodarowaniu zasobów pracy. Mimo dużego znaczenia gospodarczego i społecznego, drobne przedsiębiorstwa (z reguły określane jako sektor MSP, co pomija mikroprzedsiębiorstwa i samozatrudnienie) napotykać różnorodne bariery ograniczające możliwości rozwoju. Są to m.in. rozmaitego charakteru ograniczenia dotyczące pozyskania źródeł finansowania i zachowania przez te przedsiębiorstwa płynności finansowej. Zdolność do pokonania tych barier przez małe przedsiębiorstwa, mimo różnego rodzaju programów wsparcia eksponowanych w polityce gospodarczej większości krajów jest ograniczona, o czym świadczy m.in. niski wskaźnik przeżywalności tych firm. Co roku w Polsce rejestrowanych jest około 30 tys. nowych podmiotów gospodarczych, a mimo to ogólna liczba zarejestrowanych przedsiębiorstw w Polsce od kilku lat jest względnie stała i wynosi około 4 mln, w tym aktywnych około 1,7 mln. Oznacza to, że nowe przedsiębiorstwa, uzupełniają jedynie lukę po firmach, które z różnych przyczyn zaprzestały działalności. Jednocześnie, względnie duża liczba aktywnych podmiotów gospodarczych wskazuje na to, że mimo dużego ryzyka i wielu trudności w prowadzeniu biznesu, prawdopodobieństwo powodzenia wcale nie jest takie małe. O sukcesie przesądzają bowiem nie tylko uwarunkowania zewnętrzne o charakterze społecznym, ekonomicznym i instytucjonalnym, ale przede wszystkim uwarunkowania osobowościowe, w tym motywację, kompetencje, wytrwałość, itp. Czynniki zewnętrzne będące źródłem szans i okazji, ale także zagrożeń i ograniczeń, mogą te osobowe zdolności przedsiębiorcze jedynie wspierać lub ograniczać. Ważna jest tzw. „czujność przedsiębiorcza” polegająca na zdolności do postrzegania szans biznesowych i wola oraz zdolność robienia użytku z tych szans. W polityce gospodarczej przypisuje się duże znaczenie różnym programom wsparcia skierowanym do małych i średnich przedsiębiorstw. Nie dotyczy to wyłącznie wspierania finansowego, głównie w kontekście wykorzystania funduszy europejskich, ale także różnych mniej lub bardziej efektywnych działań mających tworzyć bardziej przyjazne otoczenie instytucjonalne. Poczynając od otoczenia prawnego (w tym głośna akcja „jedno okienko”), przez promocję przedsiębiorczości, doskonalenie i upowszechnianie wiedzy związanej z przedsiębiorczością, do wsparcia przez instytucje i organizacje współdziałające z biznesem, jak urzędy pracy, fundusze poręczeniowe, administracja samorządowa i państwowa [Filipiak, Ruszała 2009].

Celem badań była identyfikacja barier w funkcjonowaniu drobnych przedsiębiorstw na terenach słabo zurbanizowanych i oczekiwania przedsiębiorców, dotyczących zewnętrznego wsparcia. Podstawą analizy były opinie 92 przedsiębiorców z powiatu nidzickiego, prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą (34 firmy), mikroprzedsiębiorstwa (22 firmy) i małe przedsiębiorstwa (36 firm). Wśród badanych podmiotów gospodarczych, najwięcej (45) prowadziło działalność usługową, 35 zajmowało się handlem, a tylko 12 produkcją. Przedmiotem analizy były źródła finansowania działalności badanych przedsiębiorstw, samoocena pozycji konkurencyjnej, działalność inwestycyjna i innowacyjna, oczekiwania dotyczące wsparcia zewnętrznego. Badania ankietowe przeprowadzono na początku roku 2014. Dobór próby był losowy, a udział w badaniach zależał od zgody właściciela przedsiębiorstwa na udzielanie informacji objętych analizą. Próba badawcza nie była zatem w pełni reprezentatywna, co ograniczało możliwość uogólniania wyników badań.

Wyniki badań

Proces przedsiębiorczy obejmuje następujące elementy: motywację, pomysł, kompetencje i zasoby. Wszystkie te elementy muszą występować jednocześnie, bowiem na nic pomysł, gdy nie ma zasobów, kompetencji i motywacji, na nic zasoby, gdy nie ma pomysłu. Przy uruchamianiu działalności, jeśli jest już pomysł i motywacja pojawia się problem zasobów, w tym najczęściej zasobów finansowych. Źródła kapitału na rozpoczęcie działalności z reguły są zróżnicowane. Poza kapitałem własnym wspieranym czasami pożyczkami od rodziny często zachodzi potrzeba korzystania z zewnętrznych źródeł finansowania. Bariery finansowe należą do najczęściej wskazywanych przez przedsiębiorców ograniczeń tworzenia i rozwoju podmiotów gospodarczych [Kłodziński 2013, *Czarna lista...* 2010]. Wynika to z ograniczonych własnych zasobów finansowych oraz trudności w pozyskiwaniu środków zewnętrznych. Brak historii kredytowej ogranicza dostęp małych firm do kredytów bankowych lub/i prowadzi do wymagania wysokich zabezpieczeń spłacalności zobowiązań. Dochodzą do tego wysokie koszty korzystania z oferty bankowej oraz często podkreślana przez przedsiębiorców złożoność procedur.

Tabela 1. Samoocena poziomu wiedzy przedsiębiorców o zewnętrznych źródłach finansowania działalności gospodarczej

Table 1. *Entrepreneurs' self-assessment of the level of knowledge on external sources of business financing*

Źródło finansowania/ <i>Source of financing</i>	Ocena/ <i>Assesment*</i>
Fundusze unijne/ <i>EU funds</i>	3,09
Fundusze poręczeń kredytowych/ <i>Credit guarantee funds</i>	2,93
Fundusze pożyczkowe/ <i>Loan funds</i>	2,92
Faktoring/ <i>Factoring</i>	2,28
Leasing/ <i>Leasing</i>	2,25
Kredyty bankowe/ <i>Bank loans</i>	2,13
Agencje rozwoju regionalnego/ <i>Regional development agencies</i>	2,11
Franchising/ <i>Franchising</i>	2,07
Powiatowe urzędy pracy/ <i>Local labour offices</i>	1,89

* skala: 1 – zła znajomość, 4 – bardzo dobra znajomość źródła/*scale: 1 – poor knowledge, 4 – very good knowledge on the source*

Źródło: opracowanie własne
Source: own study

W badanej grupie przedsiębiorstw jedynie 6 skorzystało z kredytu bankowego na rozpoczęcie działalności gospodarczej, a tylko 18 rozpoczynało swą działalność jedynie wykorzystując środki własne. Natomiast duża część przedsiębiorstw skorzystała z dofinansowania funduszy pożyczkowych (48 wskazań) i ze środków funduszy unijnych (26 wskazań). Inne źródła finansowania (*factoring, franchising, agencje rozwoju, samorząd itp.*) występowały jedynie w nielicznych przypadkach. Struktura źródeł finansowania wynika nie tylko z ich dostępności, ale także z wiedzy przedsiębiorców dotyczące istnienia tych źródeł i warunków ich wykorzystania. Dokonując samooceny poziomu swojej wiedzy dotyczącej źródeł finansowania małych przedsiębiorstw, badani przedsiębiorcy uznali, że mają najwięcej wiedzy co do możliwości pozyskania środków z funduszy unijnych, natomiast najsłabiej oceniają rozpoznanie możliwości uzyskania wsparcia z urzędu pracy (tab. 1).

Dobra znajomość możliwości korzystania ze wsparcia funduszy pożyczkowych i poręczeniowych wynikała zapewne z bardzo aktywnej działalności na terenie objętym badaniami Nidzkiej Fundacji Roz-

woju „Nida” oraz Działdowskiej Agencji Rozwoju dysponujących funduszami pożyczkowymi i poręczeniowymi. Fundusze te pełnią bardzo ważną rolę w rozwoju regionalnej aktywności gospodarczej. Możliwość korzystania z oferty funduszy poręczeniowych umożliwia dostęp do kredytów bankowych, zmniejsza poziom kosztów i ryzyka. Oferta tych funduszy ma charakter lokalny, a przez to jest dostosowana do potrzeb podmiotów gospodarczych umiejscowionych na danym obszarze. Fundusze te stosują uproszczone, bardziej przyjazne dla drobnych przedsiębiorców procedury [Alińska 2011]. Informacja o ich działalności jest upowszechniana poprzez własne działania promocyjne, ale także przez instytucje i organizacje zainteresowane rozwojem regionalnej przedsiębiorczości.

Źródła wiedzy dotyczącej zewnętrznych źródeł finansowania są zróżnicowane. Badani przedsiębiorcy jako główne źródła informacji wskazywali regionalne i lokalne agencje/fundacje rozwoju (40 wskazań) oraz prasę specjalistyczną (29 wskazań). Wymienione agencje organizują szkolenia i konferencje, na których upowszechniają także wiedzę dotyczącą przedsiębiorczości i finansowania działalności gospodarczej. Przedstawiają również ofertę instytucji wspierających rozwój przedsiębiorczości, prowadzą także działalność doradczą. W badanym terenie działalność taką prowadzi Fundacja „Nida”, wyróżniając się swą aktywnością w skali ponadregionalnej. Badani przedsiębiorcy bardzo rzadko (7 wskazań) wskazywali internet jako źródło informacji o zewnętrznych źródłach finansowania. Ograniczone korzystanie z internetu, który jest współcześnie głównym medium komunikowania i przekazu informacji, może stanowić pewną barierę w rozwoju firmy. Badani przedsiębiorcy zdawali sobie sprawę z niedostatków swoich kompetencji i dlatego wśród instytucji mających największy wpływ na rozwój przedsiębiorczości wskazywali przede wszystkim organizacje doskonalenia i szkolenia zawodowego (41 wskazań) oraz ośrodki naukowo-badawcze (21 wskazań). Niedoceniana zdaje się rola fundacji (9 wskazań), lokalnych grup działania (6 wskazań) i banków (3 wskazania).

Dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania badani przedsiębiorcy oceniają jako trudny (3,74 pkt w skali od 1-łatwy, do 5-zdecydowanie trudny). Dzieje się tak z przyczyn wcześniej wymienionych, a więc małej wiarygodności kredytowej małych firm, braku zabezpieczeń, trudności proceduralnych.

Badani przedsiębiorcy oceniali swoją pozycję konkurencyjną w większości (51 wskazań) jako porównywalną z innymi firmami działającymi na lokalnym rynku, a część z nich (11 wskazań) uznała, że pozycja ta jest lepsza niż konkurentów. Jedynie ośmiu przedsiębiorców oceniło swoją pozycję jako gorszą od innych firm. Mimo różnych trudności przedsiębiorcy skutecznie radzili sobie z przewyciężaniem ograniczeń i utrwaliли swą pozycję na lokalnym rynku.

Jako główny czynnik wpływający na konkurencyjność respondenci uznali poziom cen (tab. 2). Był to niewątpliwie czynnik bardzo ważny na lokalnym rynku, charakteryzującym się dużym bezrobociem i niskimi dochodami potencjalnych klientów. Przedsiębiorcy doceniali także znaczenie jakości obsługi klienta i jakości oferowanych produktów lub usług. Były to bardzo ważne czynniki kształtujące wizerunek firmy, a w lokalnych małych społecznościach informacja o firmie („zła lub dobra sława”) rozchodzi się bardzo szybko. Korzystna samoocena respondentów dotycząca pozycji konkurencyjnej swoich przedsiębiorstw wskazuje, że przedsiębiorcy właściwie oceniali rozpoznanie potrzeb klientów i ich oczekiwań dotyczących sposobu zaspokajania tych potrzeb.

Tabela 2. Czynniki kształtujące pozycję konkurencyjną firmy
Table 2. Factors shaping the competitive position of a company

Czynnik/ <i>Factor</i>	Ocena/ <i>Assesment*</i>
Cena/ <i>Price</i>	4,36
Jakość obsługi klienta/ <i>Quality of customer service</i>	4,12
Jakość produktu/usługi/ <i>Product/service quality</i>	4,06
Lokalizacja firmy/ <i>Company's location</i>	3,56
Serwis/relacje z klientem/ <i>Service/relations with clients</i>	3,56
Marketing/ <i>Marketing</i>	3,24
Terminowość realizacji/ <i>Timely delivery</i>	3,19
Pozyskania finansowania/ <i>Finance obtaining</i>	2,76

* skala: 1 – zupełnie nieważne, 5 – najważniejsze/*scale: 1 – totally unimportant, 5 – the most important*
Źródło: opracowanie własne
Source: own study

Tabela 3. Przeznaczenie środków pozyskanych z zewnętrznych źródeł finansowania
Table 3. Allocation of funds obtained from external sources of financing

Przeznaczenie środków/ <i>Allocation of funds</i>	Ocena/ <i>Asses-ment*</i>
Zakup maszyn i urządzeń/ <i>Purchase of machinery and equipment</i>	40
Zakup środków transportu/ <i>Purchase of means of transport</i>	30
Zakup nieruchomości/ <i>Purchase of real estate</i>	28
Poprawa płynności finansowej/ <i>Financial liquidity improvement</i>	20
Wdrożenie nowej technologii/ <i>Implementation of new technology</i>	11
Szkolenia/ <i>Trainings</i>	3

* możliwość wskazania trzech celów/*ability to identify three objectives*

Źródło: opracowanie własne
Source: own study

Nakłady inwestycyjne finansowane są w dużej mierze z pozyskanych zewnętrznych źródeł finansowania (tab. 3). Rzadko środki te przeznaczane są na cele bieżące związane z poprawą płynności finansowej lub ze szkoleniami. Planowane działania innowacyjne dotyczyły przede wszystkim (29 wskazań) zastosowania nowych technik marketingowych. Rozumieć to zapewne należy jako podjęcie jakichkolwiek działań promocyjnych, gdyż małe firmy rzadko przywiązują wagę do działań marketingowych, a informacja o ich ofercie w stałym otoczeniu klienckim ma charakter przekazu ustnego. Żadnych działań innowacyjnych nie zakładało co czwarte z badanych przedsiębiorstw. Natomiast pozostałe firmy przewidywały wprowadzenie nowego produktu (14 wskazań) lub nowej usługi (14 wskazań). Oznaczało to nie tyle zmianę domeny działania, co rozszerzenie asortymentu, czyli dywersyfikację działalności. Wprowadzenie nowoczesnych technologii przewidywało zaledwie 8 badanych firm.

Główną przeszkodą we wdrażaniu innowacji była niechęć do podejmowania ryzyka (43 wskazania). Tymczasem sama istota przedsiębiorczości polega na zdolności do podejmowania ryzyka. Badani przedsiębiorcy ten warunek spełniali zatem tylko w ograniczonym zakresie. Inne podawane przyczyny unikania innowacji miały raczej charakter uzasadniania postawy niż rzeczywistego ograniczenia. Wskazywano bowiem na brak infrastruktury rozwojowej (niezależnie od tego co to znaczy), długi okres wdrażania innowacji, czy trudności proceduralne. Wskazywano także na niskie zapotrzebowanie rynkowe na innowacje, czyli na brak potrzeby wprowadzania innowacji i brak otwartości na innowacje.

Oczekiwania przedsiębiorców w zakresie działań wspierających przedsiębiorczość adresowane były przede wszystkim do lokalnej administracji samorządowej i miejscowego otoczenia biznesowego. Oczekiwania te dotyczyły możliwości wykorzystania mienia komunalnego (29 wskazań), ulg w podatkach i w opłatach lokalnych (24 wskazań) oraz rozszerzenia działalności doradczej (21 wskazań). Nie bez znaczenia było także uzbrojenie terenów inwestycyjnych i rozszerzenie działalności promocyjnej (po 6 wskazań) oraz zwiększenie dostępności gwarancji kredytowych (4 wskazania). Oczekiwania te nie odnosiły się do podkreślanych w wielu badaniach barier administracyjnych, formalno-prawnych [np. Kamińska 2011, Oliński 2009, Zbierowski i in. 2012]. Złożoność i niestabilność prawa oraz zróżnicowanie jego interpretacji były powszechnie postrzegane jako jedna z głównych przyczyn utrudniających uruchomienie i prowadzenie działalności gospodarczej i wywołujących lęk przed niepowodzeniem. Zapewne te powszechne uciążliwości

Pośród czynników zewnętrznych wpływających na konkurencyjność i rozwój firm przedsiębiorcy wskazywali przede wszystkim na wzrost popytu i stabilność makroekonomiczną, która wpływa na wzrost gospodarczy i w efekcie także na wzrost popytu. W badanym terenie było to zagadnienie bardzo ważne ze względu na ograniczoną moc nabywczą mieszkańców i depopulację terenu, będącą następstwem ujemnej migracji. Wśród zewnętrznych uwarunkowań rozwoju przedsiębiorstw respondenci wskazywali także na dostęp do finansowania bankowego, współpracę z innymi firmami. Mimo występowania różnorodnych ograniczeń i utrudnień w prowadzeniu biznesu o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym, zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw utrzymała w ostatnich latach rozmiary wydatków inwestycyjnych na zbliżonym poziomie (40 wskazań) lub zwiększyło wydatki na rozwój (35 wskazań). Jedynie w pięciu firmach nastąpił spadek nakładów inwestycyjnych, a w 11 firmach nie inwestowano. Świadczy to o pozytywnym postrzeganiu możliwości rozwojowych i o zdolności do pokonywania przeszkód w rozwoju.

prowadzenia działalności gospodarczej dotyczyły także badanej grupy przedsiębiorców, jednakże w wykazanych w badaniach oczekiwaniach ułatwiających prowadzenie biznesu skoncentrowali się na czynnikach lokalnych, na które w jakimś sensie mają mieć wpływ.

Podsumowanie

Wyniki badań w dużej mierze potwierdziły występowanie powszechnie podkreślanych ograniczeń i utrudnień w uruchamianiu i prowadzeniu działalności gospodarczej w małej skali. Dotyczyło to m.in. bariery kapitałowej wynikającej z ograniczonych zasobów środków własnych i utrudnionego dostępu do środków zewnętrznych. Badania wykazały duże znaczenie w pokonywaniu tych barier funduszy poręczeniowych i pożyczkowych. Głównym źródłem konkurencyjności drobnych przedsiębiorstw w środowisku małomiasteczkowym, w otoczeniu wiejskim są: cena, jakość obsługi klienta i jakość produktu lub usługi. Wynikało to z ograniczonych możliwości nabywczych miejscowej ludności i względnie stałej co do składu osobowego i liczbowego grupy klientów. Przedsiębiorcy zaczynają doceniać znaczenie działań marketingowych mogących tą grupę poszerzyć. Mimo występowania różnych wewnętrznych i zewnętrznych ograniczeń większość badanych przedsiębiorców zakłada rozwój firm. Oczekują przy tym wsparcia głównie ze strony miejscowej administracji samorządowej oraz lokalnych organizacji tworzących otoczenie biznesowe. Dotyczyło to rozszerzenia usług doradczych, ulg w podatkach i opłatach lokalnych, promocji regionu. Przedsiębiorcy oczekiwali także wzrostu popytu, a ten jest w dużej mierze pochodną stabilności makroekonomicznej. Zakres terytorialny badań ograniczony do wybranego środowiska małomiasteczkowego w otoczeniu wiejskim, w dużym stopniu popegeerowskim, ograniczał możliwość uogólniania wyników badań. Możliwość tę ograniczała także duża aktywność organizacji pozarządowych wspierających działalność gospodarczą w badanym terenie, co nie zawsze występuje w innych regionach. Jednak zasadnicza część wyników badań odzwierciedlała sytuację drobnych przedsiębiorstw w dużej części obszarów słabo zurbanizowanych na terenie kraju, co znajdowało potwierdzenie w literaturze przedmiotu.

Literatura

- Alińska A. 2011: *Stan i perspektywy rozwoju funduszy pożyczkowych w Polsce*, SGH, Warszawa, 8-10.
Czarna lista barier dla rozwoju przedsiębiorczości. 2010: PK PP Lewiatan, Warszawa, 21-33.
Filipiak B., Ruszała J. 2009: *Instytucje otoczenia biznesu. Rozwój, wsparcie, instrumenty*, Difin, Warszawa, 67.
Kamińska A. 2011: *Regionalne determinanty rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa, 42-47.
Kłodziński M. 2013: *Barierzy rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości wiejskiej*, Roczn. Nauk. SERiA, t. XV, z. 1, 88.
Oliński M. 2009: *Wspieranie rozwoju małych średnich przedsiębiorstw w regionie Warmii i Mazur*, Wyd. Fundacja Wspieranie i Promocja Przedsiębiorczości na Warmii i Mazurach, 133-136.
Zbierowski P. i in. 2013: *Global entrepreneurship monitor*, Polska PARP, UE w Katowicach, 49.

Summary

This article presents a survey on conditions of small business development. Studies have shown that, among other things, the major constraint for starting and running a business is a financial barrier. In the test environment, in overcoming that barrier, the credit guarantee funds and loan funds play a big role. The main sources of competitiveness of the surveyed companies are price, quality of customer service and quality of product or service. Despite the prevalence of various internal and external constraints, many companies assume stabilization or development of its activities. Entrepreneurs expect it mainly with the support of the local government and the local business environment and growth in demand associated with macroeconomic stability.

Adres do korespondencji
prof. dr hab. Eugeniusz Niedzielski
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
Katedra Organizacji i Zarządzania
ul. Prawocheńskiego 3, 10-720 Olsztyn
tel. (89) 523 34 98
e-mail: koiz@uwm.edu.pl