

Marek Angowski

Akademia Rolnicza w Lublinie

OCENA DZIAŁALNOŚCI WŁADZ SAMORZĄDOWYCH W ZAKRESIE WSPIERANIA ROZWOJU LOKALNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

1. Wstęp

Rozwój lokalny to proces, którego głównym zadaniem jest podnoszenie konkurencyjności danego regionu i wyrównywanie dysproporcji rozwojowych między regionami. Wzrost konkurencyjności regionu wpływa na poprawę jakości życia mieszkańców, tworzy nową społeczność oraz pobudza postęp gospodarczy. Władze samorządowe mogą osiągać te cele przez: efektywne wykorzystanie lokalnych zasobów; popularyzowanie wszelkich przejawów przedsiębiorczości, a zwłaszcza działań związanych z tworzeniem nowych miejsc pracy, wskazywanie obszarów działań gospodarczych pożądaných z punktu widzenia gospodarki lokalnej, promowanie walorów gminy na zewnątrz w celu przyciągania zagranicznych i krajowych inwestorów oraz efektywne zarządzanie dochodami publicznymi i wreszcie wspieranie sektora prywatnego, szczególnie przedsiębiorstw z sektora MSP (np. przez szkolenia, doradztwo, wskazywanie źródeł finansowania, ułatwienia administracyjne i wskazywanie lokalizacji nowych inwestycji, tworzenie ośrodków wspierania biznesu itp.) [Bończak, Herbst, Chmura 2001, s. 11-23; Kłodziński 1997, s. 52].

Władze samorządowe uzyskały w ramach reformy samorządowej liczne instrumenty oddziaływania na rozwój gospodarczy. Natomiast faktyczna działalność tych władz jest uzależniona od ich lokalnych możliwości (posiadanych zasobów naturalnych, kapitałowych, ludzkich itp.) oraz od konkretnych ludzi pełniących określone funkcje w samorządach (decydentów i wykonawców), ich poglądów, aktywności i sposobu rozumienia celu działania [Angowski 2003, s. 250].

Istnieje uzasadniona potrzeba stworzenia całego systemu wspierania rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości na danym terenie. Konieczne jest aktywne działanie władz lokalnych w rozwijaniu i promowaniu sektora MSP. Duże znaczenie samorządów gminnych w zakresie wspierania rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości na podległych im terenach potwierdzają badania przeprowadzone wśród przedsiębiorców.

W niniejszym artykule została podjęta próba analizy i oceny roli władz samorządowych, zwłaszcza urzędów gmin, w aktywizacji gospodarczej na podległym im terenie. Przedmiotem badań były przede wszystkim potrzeby i oczekiwania przedsiębiorców związane ze wspieraniem przez urzędy gmin lokalnej przedsiębiorczości oraz ocena przez przedsiębiorców dotychczasowych działań gmin w tym zakresie.

Zamieszczone w artykule wyniki badań są częścią szerszego badania otoczenia sektora małych i średnich przedsiębiorstw działających w województwie lubelskim ze szczególnym uwzględnieniem obszarów wiejskich. Wspomniane badania zostały przeprowadzone w pierwszym półroczu 2007 r. przy wykorzystaniu kwestionariusza wywiadu standaryzowanego.

2. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw

Badaniami dotyczącymi analizy i oceny uwarunkowań funkcjonowania MSP objęto 250 przedsiębiorstw należących do tego sektora, które były zlokalizowane i działały w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich województwa lubelskiego. Dobór poszczególnych podmiotów gospodarczych oraz gmin i miejscowości, w których zlokalizowane były badane przedsiębiorstwa, był dobozem celowym, w którym starano się uwzględnić zróżnicowanie obszarów ze względu na ich rozwój gospodarczy oraz strukturę podmiotów gospodarczych (na podstawie danych GUS). Badanie przeprowadzano w tych przedsiębiorstwach, które odpowiadały kryterium ilościowemu małego i średniego przedsiębiorstwa.

Analizowane przedsiębiorstwa charakteryzowały się zróżnicowaną wielkością zatrudnienia. W grupie badanych firm 68,6% należało do grupy mikroprzedsiębiorstw, 24,5% – do małych, zaś 6,9% badanych należało do przedsiębiorstw średnich. Wśród przedsiębiorstw dominowały podmioty prowadzące działalność handlową – 65,7% wskazań. Badane podmioty zajmowały się sprzedażą detaliczną (49,0% wskazań) i hurtową (35,3%). Pozostałe rodzaje działalności gospodarczej to usługi (35,3% wskazań) oraz działalność produkcyjna – 32,4%. W grupie badanych respondentów przeważały przedsiębiorstwa działające powyżej 3 lat (72,5%). Znacznie mniej było firm o krótszym okresie funkcjonowania na rynku – 22,5% to firmy działające od roku do 3 lat, a firmy nowe działające do roku stanowiły 4,9% respondentów.

W zakresie formy organizacyjno-prawnej prowadzonej działalności gospodarczej zdecydowaną przewagę stanowiły zakłady osób fizycznych, których udział w badaniach wynosił 58,8%. Badaniem objęto również spółki cywilne (10,8%), spółki z o.o. (13,7%) oraz spółki jawne (12,7%). Pozostałe formy prawne, takie jak spółki partnerskie i akcyjne, stanowiły 4,0% badanej próby. Natomiast w przypad-

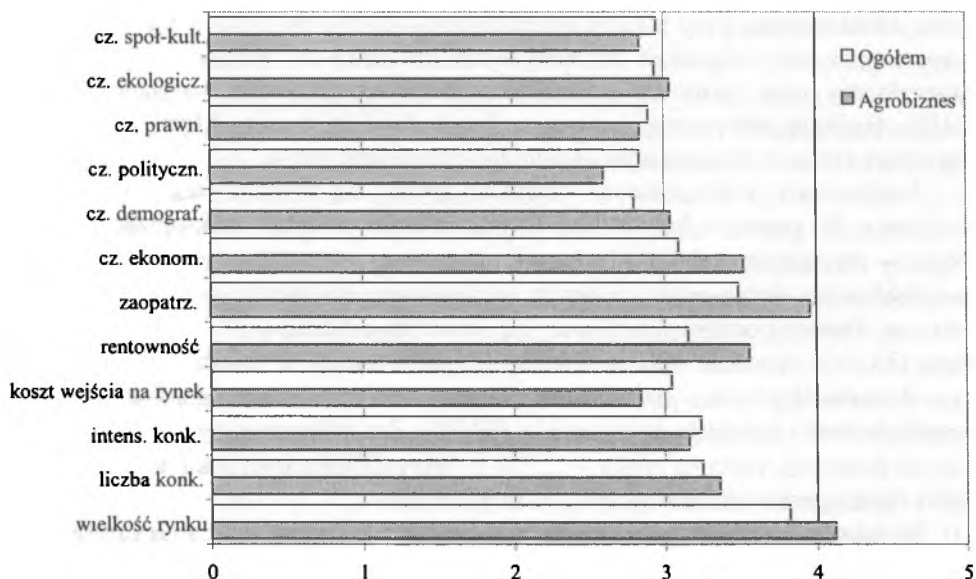
ku zasięgu prowadzonej działalności głównym obszarem zainteresowania badanych przedsiębiorstw były rynki lokalne – 72,5% wskazań oraz rynki krajowe – 28,4% i w niewielkim zakresie rynki zagraniczne – 7,8%.

3. Uwarunkowania otoczenia małych i średnich przedsiębiorstw

Skuteczne wspieranie małej i średniej przedsiębiorczości pozostaje w bardzo ścisłym związku z kompleksowym spojrzeniem na funkcjonowanie przedsiębiorstwa i z koniecznością dostosowania go do zmieniającego się otoczenia [Strużycki 2004, s. 127].

Warunki, w których działa każdy pomiot gospodarczy, są funkcją wielu tendencji rynkowych podlegających ciągłym i dynamicznym zmianom. Wysoki dynamizm tych przeobrażeń wynika przede wszystkim ze złożoności otoczenia oraz licznych wielowymiarowych współzależności między poszczególnymi jego elementami, powodując tym samym wysoki poziom niepewności działań [Angowski 2005a, s. 106].

Rozwój małego i średniego przedsiębiorstwa jest szczególnie uzależniony od uwarunkowań otoczenia, w którym działa (w wymiarze zarówno makro, jak i lokalnym). Wynika to przede wszystkim z ograniczonych zasobów, jakimi ono dysponuje, dlatego też badanie wpływu otoczenia na sektor MSP i wynikających z tego szans i zagrożeń wydaje się szczególnie istotne. W celu analizy podstawowych uwarunkowań otoczenia przedsiębiorstw wyróżniono dwa wymiary otoczenia: makrootoczenie oraz otoczenie lokalne (rys. 1 i 2).



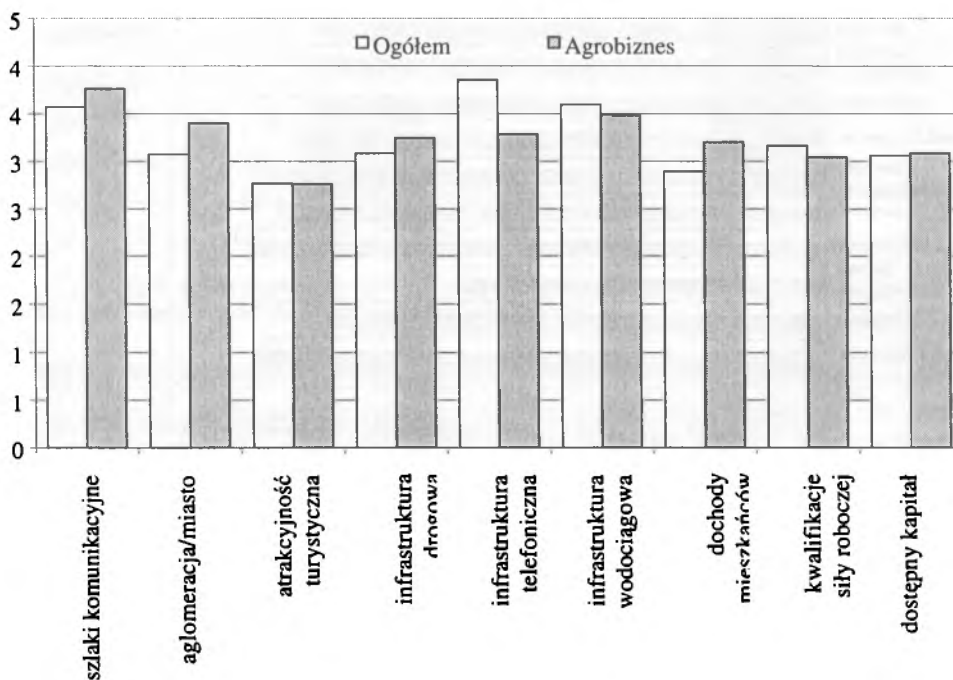
Rys. 1. Ocena* wpływu czynników makrootoczenia na sektor MSP

*Ocena dokonywana w skali od 1 (czynniki bardzo niekorzystne) do 5 (bardzo korzystne).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Na podstawie badań można zauważyć, że dla analizowanych przedsiębiorstw najmniej korzystne były przede wszystkim uwarunkowania demograficzne (średnia ocena 2,8), polityczne (2,84) oraz uwarunkowania prawne (2,9). Natomiast dla przedsiębiorstw działających w sektorze agrobiznesu były to uwarunkowania polityczne (średnia ocena 2,6), czynniki społeczno-kulturowe i uregulowania prawne (2,84) oraz koszty wejścia na rynek (2,84) jako jeden z elementów czynników ekonomicznych. Badane przedsiębiorstwa identyfikowały szanse głównie z wielkością rynku utożsamianą z rozwojem rynku (3,82 w firmach ogółem i 4,12 w firmach sektora agrobiznesu) oraz z dobrze rozwiniętą siecią dystrybucji (3,49 oraz 3,95 w agrobiznesie).

Podmioty z sektora MSP lokowane są przede wszystkim w rejonie zamieszkania właściciela, dlatego też z reguły korzystają z miejscowych zasobów, a głównym rejonem ich działania, gdzie realizują przeważającą część swoich obrotów, jest rynek lokalny. W związku z tym, podejmując decyzje o tworzeniu, a następnie o sposobie działania, przedsiębiorca musi przede wszystkim uwzględniać warunki panujące na rynku lokalnym [Angowski 2005a, s. 143]. Wpływ poszczególnych czynników otoczenia lokalnego przedstawia rys. 2.

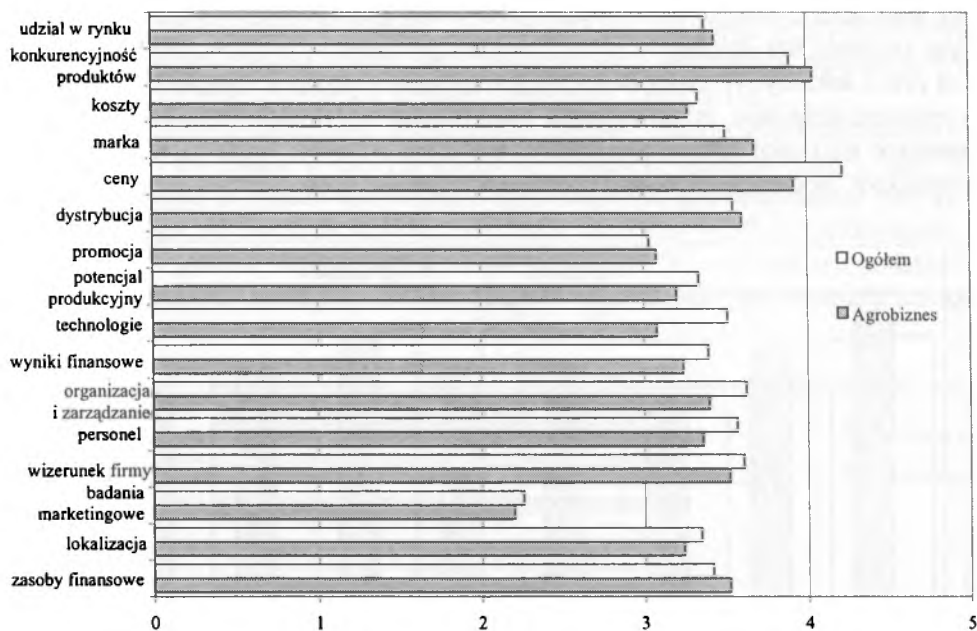


Rys. 2. Ocena* wpływu uwarunkowań lokalnych na sektor MSP

*Ocena dokonywana w skali od 1 (czynniki bardzo niekorzystne) do 5 (bardzo korzystne).
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Oceniając wpływ lokalnych uwarunkowań, za czynniki sprzyjające badane przedsiębiorstwa uznały rozwój i stan infrastruktury technicznej w zakresie telefoniczacji (średnia ocena 3,85) i sieci wodociągowej (3,59) oraz lokalizację względem szlaków komunikacyjnych (3,57). W przypadku przedsiębiorstw działających w sektorze agrobiznesu oceny były bardzo podobne, z tą różnicą, że za czynnik najbardziej korzystny uznano bliskość szlaków komunikacyjnych (3,76). Natomiast za główne bariery utrudniające funkcjonowanie badanych przedsiębiorców uznano: niskie dochody mieszkańców i małą atrakcyjność turystyczną.

Jednym z ważniejszych elementów określających wybór strategii rozwoju przedsiębiorstwa jest jego pozycja konkurencyjna. Ocenę czynników kształtujących pozycję badanych przedsiębiorców na rynku prezentuje rys. 3.



Rys. 3. Ocena* czynników kształtujących pozycję konkurencyjną firmy

*Ocena dokonywana w skali od 1 (czynniki bardzo niekorzystne) do 5 (bardzo korzystne).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Główne atuty badanych firm, w tym również przedsiębiorstw sektora agrobiznesu, to: atrakcyjne ceny, konkurencyjny produkt, marka i wizerunek firmy.

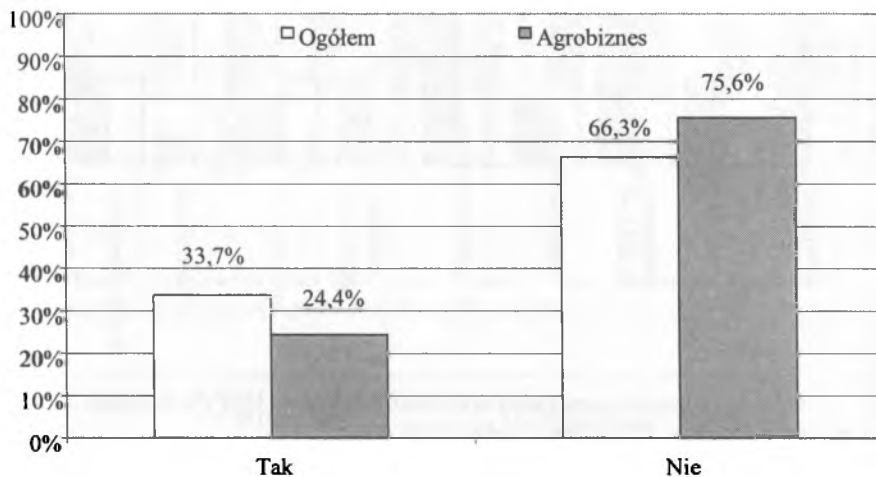
Za główną słabość respondenci uznali niedostateczne wykorzystanie badań marketingowych.

4. Rola władz gminy w rozwoju gospodarczym regionu

Rozwój gminy zależy od właściwego połączenia polityki władz i polityki podmiotów gospodarczych działających na jej terenie. Występuje więc ścisła współza-

leżność między działalnością władz, aktywnością małych i średnich przedsiębiorstw a rozwojem danego regionu. Głównym zadaniem gminy w zakresie aktywizacji gospodarczej powinno być więc tworzenie i wdrażanie skutecznych struktur i mechanizmów wspierających sektor MSP, które ściśle się wiążą ze wzrostem konkurencyjności i z sukcesem przedsiębiorstwa na rynku [Strużycki 2004, s. 127].

Według badanych przedsiębiorców proprzedsiębiorcza aktywność lokalnych władz jest niewielka. W zasadzie tylko 1/3 respondentów zauważyła przejawy wspierania lokalnej przedsiębiorczości na terenie swojej gminy. Jeszcze gorzej sytuacja wyglądała w przypadku przedsiębiorców z sektora agrobiznesu, ponieważ tylko 1/4 z nich spotkała się z działaniami gminy w tym zakresie (rys.4).

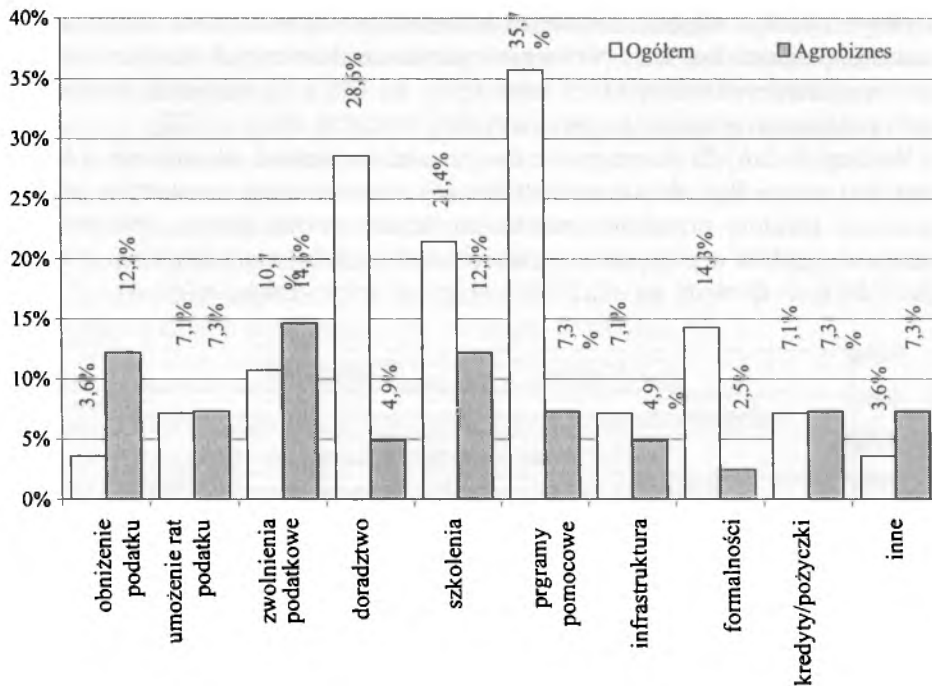


Rys. 4. Ocena pomocy gminy w zakresie aktywizacji sektora MSP (w %)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Wśród przedsiębiorców korzystających z pomocy gminy największą popularnością cieszyły się doradztwo (głównie prawno-biznesowe), pomoc w staraniach się o środki pomocowe dla sektora MSP (w tym także środki UE) oraz ułatwienia formalnoadministracyjne. Natomiast wśród przedsiębiorców sektora agrobiznesu najczęściej wskazywane były instrumenty związane z opłatami i podatkami lokalnymi oraz szkolenia (rys. 5).

Z oferowanej pomocy korzystało jednak niewiele badanych przedsiębiorców zarówno ogółem, jak i z sektora agrobiznesu – odpowiednio 26,5 i 26,8%. Główne powody tak małego zainteresowania pomocą gminy sygnalizowane przez badanych respondentów to brak dostatecznej informacji o możliwościach i zasadach udzielania takiego wsparcia, skomplikowane procedury, słabe dostosowanie do potrzeb i niska ocena ich skuteczności oraz brak wiary w możliwości otrzymania pomocy (tzw. niewymierna selektywność beneficjentów).

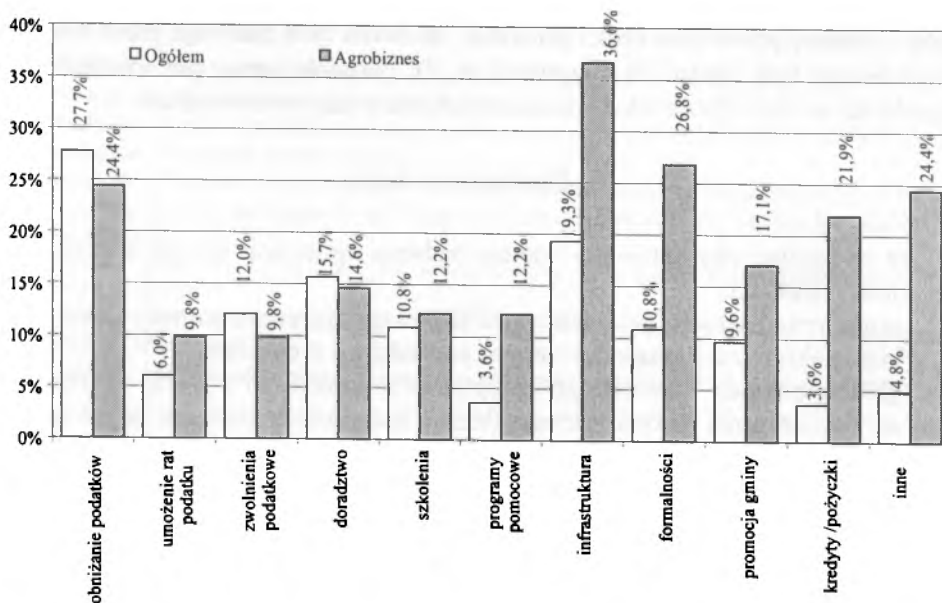


Rys. 5. Rodzaje pomocy gminy skierowanej do sektora MSP (% wskazań)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

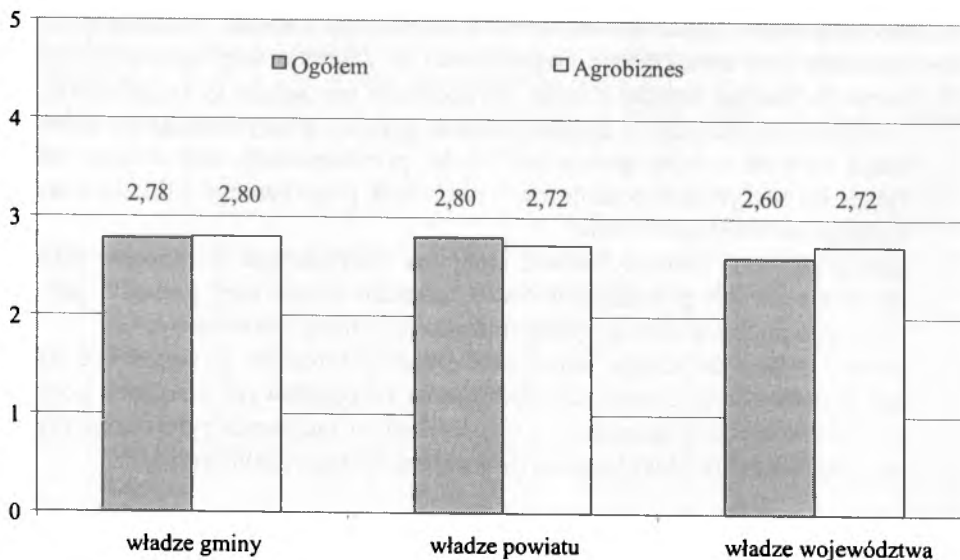
Przedsiębiorcy, którzy otrzymali wsparcie gminy, korzystali przede wszystkim z doradztwa (36,4% wskazań), szkoleń (31,8%) oraz z pomocy w staraniach się o środki pomocowe dla sektora MSP. W przypadku badanych przedsiębiorców reprezentujących sektor agrobiznesu pomoc gminy związana była głównie z programami pomocowymi (45,5% wskazań), doradztwem i ze szkoleniami (po 36,4%), a także z obniżaniem podatków, ze zwolnieniami podatkowymi oraz z budową lub modernizacją infrastruktury technicznej (po 18,2% wskazań).

Głównym problemem wspierania lokalnego sektora MSP jest słabe rozpoznanie rzeczywistych potrzeb przedsiębiorców oraz brak dostosowania do nich proponowanych instrumentów. Badani przedsiębiorcy wskazywali przede wszystkim na potrzebę obniżania lokalnych opłat i podatków, doradztwo i wsparcie gminy w staraniach się o środki pomocowe, a przedsiębiorcy z sektora agrobiznesu dodatkowo oczekują wsparcia w postaci rozbudowy i modernizacji lokalnej infrastruktury technicznej, ograniczenia formalności oraz pomocy finansowej (rys. 6).



Rys. 6. Oczekiwana przez MSP pomoc ze strony władz lokalnych (% wskazań)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.



Rys. 7. Ocena* przedsiębiorców dotycząca działalności władz lokalnych i samorządowych w zakresie wspierania MSP

*Ocena dokonywana w skali od 1 (działania bardzo niekorzystne) do 5 (bardzo korzystne).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Brak wyraźnej aktywności samorządów lokalnych w zakresie wspierania lokalnej małej i średniej przedsiębiorczości powoduje, że ocena tych instytucji przez badanych respondentów była bardzo niekorzystna (rys. 7). Niewiele lepsza jest również ocena działalności w tym zakresie władz powiatowych oraz władz wojewódzkich.

5. Podsumowanie

Na podstawie uzyskanych w trakcie badania informacji można sformułować następujące wnioski:

- grupa przedsiębiorców z sektora MSP korzystających z pomocy gmin w zakresie aktywizacji gospodarczej jest stosunkowo niewielka;
- główne powody niewielkiego korzystania z pomocy to z jednej strony niska aktywność gmin w tym zakresie (bierne zachowanie komórek odpowiedzialnych za rozwój gospodarczy w gminach, brak dostatecznej informacji i promocji poszczególnych działań), a z drugiej strony niestety również bierne zachowanie przedsiębiorców niewierzących w skuteczność oferowanej pomocy;
- przedsiębiorcy zarówno korzystający z pomocy gmin, jak i przedsiębiorcy deklarujący potrzebę wspierania lokalnej przedsiębiorczości wskazywali przede wszystkim na takie instrumenty, jak: obniżanie podatków i opłat lokalnych, szkolenia i doradztwo oraz pomoc w staraniach się o pomoc w pozyskiwaniu środków UE;
- podstawowym zadaniem w zakresie wspierania lokalnej przedsiębiorczości powinno być zwiększenie świadomości w zakresie współuczestniczenia w rozwoju danego terenu; rozwój gospodarczy nie zależy tylko od bliżej nieokreślonych warunków makroekonomicznych i politycznych, na które nie mają wpływu władze gminy ani lokalni przedsiębiorcy, ale również od aktywności wszystkich podmiotów i tworzenia pozytywnego klimatu inwestycyjnego na lokalnym rynku;
- gminy powinny zintensyfikować działania informacyjne skierowane zarówno do miejscowych przedsiębiorców w zakresie stosowanej pomocy, jak i na zewnątrz gminy w celu przyciągania potencjalnych inwestorów;
- pomoc gminy dotycząca wspierania przedsiębiorczości powinna być starannie przygotowanym procesem opartym na szczegółowych analizach potrzeb i systemowych rozwiązaniach, a nie działaniem incydentalnym i nieprzygotowanym, doraźnie likwidującym powstające bieżące problemy.

Literatura

- Angowski M., *Strategie konkurencyjne małych i średnich przedsiębiorstw*, [w:] *Sposoby budowy i oceny pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa*, red. D. Niezgoda, AR Lublin, Lublin 2005a.
- Angowski M., *Wpływ otoczenia na rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw na obszarach wiejskich*, AR Lublin, Lublin 2005b.
- Angowski M., *Znaczenie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w strategii rozwoju gminy*, [w:] *Strategie rozwoju lokalnego. Tom I, Aspekty instytucjonalne*, red. M. Adamowicz, SGGW, Warszawa 2003.
- Bończak E., Herbst K., Chmura K., *Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość*, PARP, Warszawa 2001.
- Kłodziński M., *Wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich w Polsce i w krajach Unii Europejskiej*, SGGW, Warszawa 1997.
- Strużycki M., *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce regionu*, PWE, Warszawa 2004.

EVALUATION OF LOCAL GOVERNMENT ACTIVITY IN SUPPORTING LOCAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Summary

The development of local entrepreneurship, especially SME sector, is very important in the period of structural changes and adopting processes of the Polish economy to the effective competition in the EU market. There is a need for creating development supporting system for small and medium enterprises. It is an active role of local governments to create and promote this sector. The paper presents the results of research on SME's business activity in Lublin region. The research concerns the role and influence of local governments in creating small and medium entrepreneurship.