

Edyta Gąsiorowska-Mącznik

Politechnika Świętokrzyska

e-mail: edytag@tu.kielce.pl

**DETERMINANTY ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
NA OBSZARACH WIEJSKICH WOJEWÓDZTWA
ŚWIĘTOKRZYSKIEGO W ŚWIELE BADAŃ
ANKIETOWYCH**

**DETERMINANTS FOR THE DEVELOPMENT
OF ENTERPRISES IN RURAL AREAS
OF ŚWIĘTOKRZYSKIE VOIVODESHIP
BASED ON SURVEY RESEARCH**

DOI: 10.15611/pn.2017.489.10

JEL Classification: D19

Streszczenie: W artykule przedstawiono determinanty rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego w świetle badań ankietowych. Na podstawie kwestionariusza wywiadu z wiejskimi przedsiębiorcami uzyskano materiał badawczy pozwalający określić motywy podejmowania działalności gospodarczej i korzyści wynikające z jej prowadzenia. Zaprezentowano główne czynniki stymulujące i hamujące przedsiębiorczość na obszarach wiejskich regionu. Przedstawiono ponadto mocne i słabe strony badanych przedsiębiorstw oraz opinie respondentów na temat szans i zagrożeń rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego. Badaniem ankietowym zostało objętych 100 osób fizycznych zarejestrowanych w systemie REGON, prowadzących działalność gospodarczą na obszarach wiejskich regionu. Badanie zostało przeprowadzone w maju 2016 roku.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, województwo świętokrzyskie, obszary wiejskie.

Summary: The article presents the determinants of entrepreneurship development in rural areas of Świętokrzyskie voivodeship based on survey research. Based on an interview questionnaire with rural entrepreneurs, research material was obtained to determine the motives for starting a business and the benefits of running it. The results of the study showed the main drivers of entrepreneurship in rural areas of the region. Moreover, the strengths and weaknesses of the surveyed enterprises and the opinions of respondents on opportunities and threats of entrepreneurship development in the rural areas of Świętokrzyskie voivodeship were presented. The survey covered 100 individuals registered in the REGON system conducting business activity in the rural areas of the region. The study was conducted in May 2016.

Keywords: entrepreneurship, Świętokrzyskie voivodeship, rural areas.

1. Wstęp

W badaniu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego wykorzystano kwestionariusz wywiadu. Badaniami ankietowymi zostały objęte osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na obszarach wiejskich regionu. Ankietowani zostali wybrani z wykazu REGON poprzez proporcjonalne dobranie firm do całości podanej liczby podmiotów gospodarczych. Dobór próby badawczej był celowy poprzez losowanie proporcjonalne. Ankieta została przeprowadzona na zasadzie pytanie – odpowiedź. Podczas osobistego spotkania ankietier zadawał pytania i notował odpowiedzi w kwestionariuszu. Ze względu na sposób przeprowadzania ankiety zwrotność kwestionariuszy była 100%. Informacja o anonimowości badań oraz zapewnienie o wykorzystaniu uzyskanych danych wyłącznie do celów naukowych pokonywały barierę niechęci udzielania odpowiedzi. Badanie zostało przeprowadzone w maju 2016 roku. Objęto nim 100 osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego. Na większość pytań można było udzielić więcej niż jednej odpowiedzi.

2. Motywy podejmowania działalności gospodarczej

Podjęciu decyzji o prowadzeniu działalności gospodarczej towarzyszą określone motywy¹ o charakterze wewnętrznym i zewnętrznym. Te pierwsze wynikają z motywacji wewnętrznej, która skłania do wykonania danego zadania z powodu zainteresowania nim samym. Te drugie wynikają z motywacji zewnętrznej, która skłania do zaangażowania się w określone działanie ze względu na spodziewane korzyści [Siuta 2005].

Przedsiębiorcy uczestniczący w badaniu zapytani o motywy, które skłoniły ich do założenia działalności gospodarczej, najczęściej wskazywali na motyw zewnętrzny, tj. chęć uzyskania dodatkowego dochodu (78% respondentów wskazało ten powód jako ważny). Następnym motywem założenia firmy był brak pracy zawodowej. Na motyw ten wskazało 68% badanych. Kolejnymi motywami uznanymi przez respondentów za ważne były te, które można określić mianem wewnętrznych. Dla 65% ankietowanych była to praca „na swoim”, natomiast 60% przedsiębiorców założyło własną firmę dla realizacji własnych ambicji i celów. Ważnym motywem okazało się też wykorzystanie luki rynkowej (51%). Wskazywać to może z jednej strony na dobre rozpoznanie rynku i wykorzystanie pojawiających się możliwości, a z drugiej strony na przejaw przedsiębiorczej postawy respondentów.

Główne motywy podejmowania działalności gospodarczej przez mieszkańców obszarów wiejskich województwa świętokrzyskiego potwierdzają dwie kategorie

¹ Motyw – hipotetycznie przyjęty dla wyjaśnienia ukierunkowania i dynamiki aktywności jednostki czynnik zewnętrzny (np. przynęta lub wartość) albo wewnętrzny (np. potrzeba lub popęd), [Siuta 2005].

przedsiębiorczości: „zorientowaną na wykorzystywanie szans” i „wymuszoną” [Glinka 2008]. Istotą pierwszej są działania przedsiębiorcze, które wynikają z pozytywnych motywów, takich jak chęć realizacji własnych ambicji i celów lub wykazania innowacyjności. Przedsiębiorstwa, które powstają w wyniku tej motywacji, są na ogół nastawione na rozwój, dywersyfikację działalności, ekspansję na nowe rynki. Mają zazwyczaj zarysowaną wizję przyszłości, a ich właściciele konsekwentnie dążą do jej realizacji. Zjawisko przedsiębiorczości łączy się – w tym aspekcie – z silnym indywidualizmem i możliwością działania na własny rachunek. Istotą drugiej są działania przedsiębiorcze podejmowane z konieczności, np. z powodu utraty pracy, braku możliwości znalezienia nowego zatrudnienia lub braku satysfakcji z dotychczasowej pracy zawodowej. Przedsiębiorstwa powstałe w wyniku tej motywacji są nastawione na przetrwanie na rynku. Starając się wygenerować jak największe zyski, przedsiębiorca ogranicza inwestycje do minimum, a w sytuacjach kryzysu, nie będąc w stanie poddać wyzwaniu, rezygnuje z prowadzenia działalności gospodarczej. Przedsiębiorca jest skłonny do rezygnacji także wówczas, gdy dostrzeże inne rozwiązanie, np. pracę na etat. W pewnych przypadkach motywy negatywne, będące źródłem przedsiębiorczości wymuszonej, mogą przeobrazić się w motywy pozytywne. Przykładowo osoba bezrobotna, która rozpoczęła działalność gospodarczą i dzięki dochodom z jej prowadzenia poprawiła swoją sytuację finansową, osiąga także satysfakcję osobistą [Duraj, Papiernik-Wojdera 2010]. Zadowolenie staje się bodźcem do realizacji nowych celów i zadań związanych z funkcjonowaniem firmy.

Kolejne pytanie dotyczyło motywów decydujących o rodzaju prowadzonej działalności gospodarczej. Najwyższy odsetek odpowiedzi nawiązywał do kontynuacji tradycji rodzinnych (37%) i wykorzystania doświadczenia zdobytego z poprzedniej pracy (23%). Ankietowani wskazywali także na swoje zainteresowania i hobby (18%). Pozytywne przykłady wywołują naśladownictwo. Sukces rynkowy innych przedsiębiorców był istotny dla 13% respondentów. Odpowiedź na pytanie: co produkować i jak zorganizować oraz prowadzić własną firmę, jest niezbędna przed rozpoczęciem działalności gospodarczej. Jednak tylko 5% przedsiębiorców starało się dostosowywać produkcję lub świadczone usługi do warunków i popytu lokalnego rynku, co wskazuje na profesjonalne podejście przedsiębiorców do działalności gospodarczej.

3. Czynniki determinujące rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w opinii respondentów

Jednym z ważniejszych warunków założenia i prowadzenia działalności gospodarczej jest konieczność posiadania środków finansowych. Środki finansowe na rozpoczęcie działalności gospodarczej badanych przedsiębiorców pochodziły głównie z własnych oszczędności i zasobów rodzinnych. Przy podejmowaniu przedsięwzięć gospodarczych 57% respondentów korzystało przede wszystkim z własnych oszczędności. Kredyt bankowy jako kolejne źródło finansowania działalności gospodarczej umożliwił start 20% przedsiębiorcom. Ponadto 9% ankietowanych uzy-

skoła pożyczkę od rodziny i znajomych, a 14% wykorzystało pieniądze pochodzące z programów unijnych.

O ile środki finansowe stanowiły warunek determinujący założenie firmy, o tyle jej funkcjonowanie i rozwój były, w opinii znacznej większości respondentów, zeterminowane czynnikami pozafinansowymi. W ocenie ankietowanych istotnymi czynnikami determinującymi rozwój działalności gospodarczej okazały się te, które mają swe źródło w indywidualnych uwarunkowaniach przedsiębiorców. Za ważne czynniki respondenci uznali: w 52% umiejętności i doświadczenie zawodowe oraz w 50% swoje cechy osobowości. Ponadto 42% ankietowanych wskazało na pomoc rodziny, 37% na korzystne (względem ośrodków miejskich i szlaków komunikacyjnych) położenie gminy i 35% na dobry poziom infrastruktury technicznej.

Uzyskane wyniki badań pozwoliły także na wskazanie cech osobowości, które zdaniem przedsiębiorców są niezbędne do prowadzenia działalności gospodarczej. Najczęściej typowano następujące:

- wewnętrzne poczucie kontroli – 36%,
- odporność psychiczną – 31%,
- pewność siebie – 25%,
- proaktywność – 21%,
- potrzebę osiągnięć – 18%.

Wewnętrzne poczucie kontroli to przekonanie człowieka o możliwości kształtowania własnych działań. Wyzwała ono postawy proinnowacyjne, zwiększa także sprawność w osiąganiu wyznaczonych celów. Odporność psychiczna warunkuje możliwość skutecznego funkcjonowania w okolicznościach podwyższonego ryzyka i niepewności. Wysoki próg stresu i frustracji zapobiega szybkiemu „wypalaniu się”. Pewność siebie jako cecha osobowości przedsiębiorcy sprawia, że jest on bardziej skłonny do podejmowania wyzwań o zwiększonym stopniu ryzyka. Sprzyja pozytywnemu myśleniu i koncentrowaniu się na możliwości odniesienia sukcesu. Ogranicza postrzeganie podejmowanych działań w kategoriach porażki. Proaktywność wymusza na przedsiębiorcy poszukiwanie okazji do wprowadzania zmian w otoczeniu, a następnie ich wytrwałe i konsekwentne wdrażanie [Strelau 2001]. Ułatwia przedsiębiorcy dostrzeganie istniejących niszy rynkowych, a następnie podejmowanie działań w celu ich wykorzystania i odniesienia korzyści. Potrzebę osiągnięć określa się jako dążenie do ciągłego poprawiania własnego poziomu wykonania zadań [Sikorski 2001]. Ludzie z silną potrzebą osiągnięć są skoncentrowani na swoich obowiązkach i dążą do jak najlepszego wykonania zadań, odznaczają się realizmem w wyznaczaniu celów. Osoby o wysokiej motywacji osiągnięć charakteryzuje słaba potrzeba bezpieczeństwa, natomiast priorytetem staje się dążenie do osobistego rozwoju i odnoszenia sukcesów zawodowych. Dla przedsiębiorcy prowadzenie własnej firmy oznacza możliwość podejmowania i realizowania nowych, trudnych i różnorodnych zadań, co pozwala na zaspokojenie potrzeby osiągnięć.

4. Korzyści z prowadzenia działalności gospodarczej według ankietowanych

Przeprowadzone badania umożliwiły sformułowanie wniosku, że główną korzyścią z prowadzenia działalności gospodarczej na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego jest uzyskanie dodatkowego dochodu (81% ankietowanych uznało tę korzyść za ważną). Do pozostałych korzyści zaliczono: pracę „na swoim” (75%), posiadanie pracy (55%), uznanie ze strony innych osób (53%), nabycie nowych umiejętności (50%), realizację własnych ambicji i celów (42%) i poznawanie nowych ludzi (38%).

Uzyskane korzyści korespondują z charakterem motywów, które zdecydowały o podjęciu działalności gospodarczej, tj. uzyskaniem dodatkowych dochodów, posiadaniem pracy zawodowej, pracy „na swoim” i realizacji własnych ambicji i celów. Przedsiębiorcy wiejscy osiągnęli sukces. Korzyści z prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich regionu zaspokoili wszystkie najważniejsze motywy, dla których podjęto działalność gospodarczą.

Uzyskane przez respondentów korzyści można podzielić na dwie grupy. Pierwsza (dodatkowy dochód, posiadanie pracy) zaspokoila motywy ekonomiczne podejmowania działalności gospodarczej. Druga (obejmująca pozostałe korzyści) zaspokoila motywy psychospołeczne.

Osiągnięte korzyści sugerowały, że respondenci będą kontynuować działalność gospodarczą. Wyniki badań potwierdziły to przypuszczenie. Pozytywnym zjawiskiem jest deklarowana przez większość respondentów chęć pozostania przy dotychczasowej działalności gospodarczej. Wśród ankietowanych przedsiębiorców 54% i 21% odpowiedziało odpowiednio: zdecydowanie pozostanę przy dotychczasowej działalności gospodarczej i raczej pozostanę przy dotychczasowej działalności gospodarczej. Odpowiedzi świadczyć mogą, po pierwsze: o dobrej kondycji ekonomicznej badanych firm, po drugie: o osobistej determinacji kontynuowania wybranej działalności gospodarczej przez ich właścicieli.

Najwięcej zdecydowanych na kontynuację działalności gospodarczej odnotowano wśród przedsiębiorców w grupie wiekowej 46-55 lat (33%). To przedział wieku, w którym trudno znaleźć pracę, szczególnie jeśli utraciło się miejsce dotychczasowego zatrudnienia. Założenie firmy i samozatrudnienie jest często alternatywą dla pozostania bezrobotnym. Najmniej zdecydowanych przedsiębiorców było w grupie wiekowej 66 lat i więcej (3%). Oni postanowili przekazać firmę następcy ze względu na wiek emerytalny lub kłopoty ze zdrowiem.

Rozszerzeniem asortymentu oferowanych produktów i usług oraz rozszerzeniem rynku zbytu zainteresowanych było odpowiednio: 25% i 22% respondentów. Znaczną grupę stanowili przedsiębiorcy zamierzający w najbliższej przyszłości podjąć działania ukierunkowane na rozwój innowacyjny swojej firmy. Wprowadzenie zmian organizacyjnych i technologicznych w firmie deklarowało odpowiednio: 11% i 6% przedsiębiorców. Podjęcie współpracy z nowym kontrahentem planowało 24%

ankietowanych. Zaledwie 3% przedsiębiorców zadeklarowało przyłączenie się do grupy producenckiej lub grona. Swoich planów nie sprecyzowało 7% respondentów.

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

5. Mocne i słabe strony ankietowanych firm na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego

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

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

Wyniki badań własnych pozwalają odnieść mocne strony do takich cech osobowości, które ułatwiają wypracowanie sukcesu. Badani podkreślali, że realizacji celu służą przede wszystkim: ich doświadczenie życiowe i zawodowe oraz pracowitość, zaradność, wytrwałość. Posiadanie tych cech jest szczególnie ważne dla przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w małych miejscowościach, gdzie uzyskiwanie dochodów z prowadzenia działalności gospodarczej jest trudne i wymaga czasu ze względu na niską siłę nabywczą ludności wiejskiej.

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

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

Wśród słabych stron respondenci wskazali na: niedostatek środków finansowych (63%), kondycję ekonomiczną firmy (55%), innowacyjność firmy (52%), niechęć do

kooperacji oraz zrzeszania się w grupach inicjatywnych i producenckich (42%) oraz niezajomość procedur ubiegania się o środki unijne (40%). Nie potrafiło wskazać słabych stron 26% ankietowanych.

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

Analiza wyników badań prowadzi do wniosku, że główną słabością przedsiębiorczości wiejskiej województwa świętokrzyskiego jest niedostatek środków finansowych. Dla dopełnienia oceny sytuacji finansowej wiejskich przedsiębiorców postawiono pytanie: co stanowi główne źródło dochodu ich gospodarstwa domowego. Większość badanych (72%) zadeklarowała, że jest to prowadzona działalność gospodarcza. W następnej kolejności była to praca zawodowa członka rodziny (13%) i prowadzone gospodarstwo rolne (12%). Najmniej respondentów wskazało na emeryturę lub rentę (3%).

6. Szanse i bariery rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego

Ważnym zagadnieniem poruszonym w ankiecie skierowanej do przedsiębiorców było określenie szans i barier rozwoju przedsiębiorczości oraz wskazanie tych najbardziej i najmniej determinujących działalność gospodarczą na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego.

Aktywność władz lokalnych jest jednym z czynników stymulujących rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Taką opinię wyraziło 30% respondentów. Szanse rozwoju przedsiębiorczości 26% ankietowanych upatrywało w przedsiębiorczości mieszkańców. Ich aktywność, chęć działania i podjęcie ryzyka pracy na własny rachunek dały pozytywny przykład wywołujący naśladownictwo innych, co na zasadzie efektu mnożnikowego pobudziło lokalną gospodarkę. W dalszej kolejności wskazywano na możliwość skorzystania ze środków finansowych z funduszy UE (20%). Wśród badanych przedsiębiorców 14% dostrzegało szansę rozwoju przedsiębiorczości w korzystnych uwarunkowaniach przyrodniczych. Bardzo niewielki wpływ na rozwój przedsiębiorczości wywarła, zdaniem ankietowanych, koniunktura gospodarcza w kraju (6%).

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

Jak wyżej wskazano, w działalności władz lokalnych przedsiębiorcy upatrują szansy rozwoju pozarolniczej przedsiębiorczości. Poproszono respondentów o ocenę aktywności władz lokalnych w tworzeniu warunków sprzyjających zakładaniu i rozwijaniu działalności gospodarczej. Zdaniem 52% badanych samorząd gminny sprzyjał rozwojowi przedsiębiorczości. W ocenie 25% respondentów aktywność samorządów gminnych w tworzeniu warunków sprzyjających prowadzeniu i rozwijaniu działalności gospodarczej była niedostateczna. W opinii 10% ankietowanych w ogóle jej nie było. Zdaniem 3% przedsiębiorców samorząd gminny utrudniał im funkcjonowanie na rynku. Natomiast 10% ankietowanych wskazało, że trudno im odpowiedzieć na to pytanie.

Właściciele przedsiębiorstw objętych badaniem, którzy ocenili aktywność władz lokalnych w pobudzaniu przedsiębiorczości jako niedostateczną lub żadną, wskazali na wiele działań, które powinny podjąć władze gminne, aby usprawnić funkcjonowanie prowadzonej przez nich działalności gospodarczej. Wachlarz odpowiedzi na pytanie otwarte w ankiecie: jak władze gminne powinny wspierać działalność gospodarczą, był szeroki i bardzo zróżnicowany, gdyż każdy z ankietowanych oczekiwał pomocy w innym zakresie. Działania władz gminnych na rzecz rozwoju przedsiębiorczości, zdaniem respondentów, powinny jak to możliwe najszybciej i w jak najszerszym zakresie służyć realizacji inwestycji infrastrukturalnych, zwłaszcza budowy i modernizacji dróg. Najczęściej oczekiwane przez przedsiębiorców działania ze strony władz lokalnych dotyczyły także: zwolnień podatkowych, taniej sprzedaży gruntów pod inwestycje i organizowania szkoleń specjalistycznych dla przedsiębiorców, w tym szczególnie z zakresu pozyskiwania środków z UE.

Wyniki badań ukazały, że 30% przedsiębiorców zamierzało ubiegać się o pomoc finansową z programów unijnych, tyle samo nie miało takiego zamiaru, a 40% ankietowanych nie podjęło decyzji.

Przedsiębiorcy zapytani o powody nieubiegania się o dotacje unijne najczęściej wymieniali: zbyt wysoki wkład własny (28%) oraz skomplikowane procedury (30%). Wśród respondentów 14% wyraziło niechęć do korzystania z tej formy pomocy, 9% ankietowanych wskazało na trudny dostęp do informacji o funduszach, a 14% przedsiębiorców było zniechęconych dużą liczbą chcących skorzystać z pomocy unijnej.

Obszary wiejskie cechuje wiele barier rozwoju przedsiębiorczości. Zagrożenia te wynikają między innymi: z rozproszenia rynku i niskiej siły nabywczej ludności wiejskiej. Bariery ograniczające prowadzenie działalności gospodarczej osłabiają dynamikę powstawania nowych przedsiębiorstw, zmniejszają szanse rozwoju firm istniejących lub przyspieszają ich upadek.

Przedsiębiorcy pytani o bariery napotymane podczas prowadzenia firmy wymieniali przede wszystkim bariery ekonomiczne, wśród których za najważniejszą uznano wysokość podatków i opłat lokalnych (60%).

Wśród ankietowanych 45% przedsiębiorców wskazało na trudności ze zbytem swoich towarów lub usług. Bariera popytowa wynikająca z lokalnego charakteru działalności, stosunkowo małej liczby potencjalnych klientów i niskiego poziomu

dochodów ludności wiejskiej była najczęstszą przyczyną upadku firm lub ich stagnacji we wczesnej fazie rozwoju. Co trzeci przedsiębiorca (33%) wskazał na kłopoty z formalnościami związanymi z założeniem i prowadzeniem przedsiębiorstwa. Na niejasne przepisy prawne dotyczące reguł działania i rozwoju firmy oraz na nadmiar spraw administracyjnych wskazywały głównie osoby o wykształceniu podstawowym i zawodowym. Zaledwie 22% badanych przedsiębiorców na obszarach wiejskich regionu zwróciło uwagę na niski poziom infrastruktury technicznej jako na barierę ograniczającą możliwości rozwoju przedsiębiorczości. Niewiele mniej respondentów (21%) podkreśliło trudności w dostępie do środków unijnych i wskazało (19%) na brak pomocy ze strony władz gminnych. Wśród ankietowanych 10% za barierę prowadzenia przedsiębiorstwa uznało niekorzystne (odległe) względem miast i szlaków komunikacyjnych położenie miejscowości, w której zlokalizowana była firma. Najmniej (5%) respondentów upatrywało bariery w niskim poziomie infrastruktury społecznej, co może świadczyć o jej małym znaczeniu dla prowadzenia działalności gospodarczej (w opinii ankietowanych). Wyniki badań wykazały, iż bariery rozwoju działalności gospodarczej na obszarach wiejskich regionu mają swe źródło przede wszystkim w uwarunkowaniach mikroekonomicznych (np.: wysokość podatków i opłat lokalnych, poziom infrastruktury, brak pomocy ze strony władz lokalnych).

Przedsiębiorcy zapytani o warunki, jakie musiałyby być spełnione, aby mogli w pełni rozwinąć działalność gospodarczą i stworzyć nowe miejsca pracy, jako najbardziej istotne wskazali: uruchomienie preferencyjnych niskooprocentowanych kredytów (43%) oraz wprowadzenie ulg podatkowych (19%). Większość ankietowanych była jednak przekonana o niemożności wprowadzenia takich zmian. Wśród osób badanych: 60% oceniło jako wysoki wpływ konkurencji na terenie ich działania, 20% uznało, że jest on niewielki, tyle samo nie miało sprecyzowanego zdania. Najmniejszą wagę respondenci przywiązywali do takich czynników, jak: powstawanie gromad, inkubatorów i centrów rozwoju przedsiębiorczości. Przedsiębiorcy z obszarów wiejskich regionu przejawiali niechęć do nowości, wielu z nich prezentowało postawy oczekujące i roszczeniowe.

7. Zakończenie

W opinii respondentów rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego determinowany jest wykorzystywaniem szans i pokonywaniem barier rozwojowych. Szanse rozwoju przedsiębiorczości zależą przede wszystkim od aktywności władz lokalnych, a zwłaszcza podejmowania inicjatyw mających na celu udzielanie pomocy w rozwijaniu przedsiębiorczości w formie ulg podatkowych i ułatwień organizacyjnych oraz wykorzystania środków finansowych z funduszy unijnych na inwestycje w infrastrukturę techniczną. Zdaniem ankietowanych przedsiębiorców szanse rozwoju przedsiębiorczości wynikają również z przedsiębiorczości mieszkańców. Aktywność, chęć działania i podjęcie ryzyka pracy na własny rachunek dają pozytywny przykład do naśladowania, co na zasadzie efektu

mnożnikowego pobudza lokalną gospodarkę. Bariery determinujące rozwój przedsiębiorczości wyznaczają uwarunkowania mikroekonomiczne. Bariery rozwoju, w opinii przedsiębiorców, mogą być usunięte lub ich oddziaływanie może być osłabione dzięki wykorzystaniu instrumentów wsparcia dostępnych samorządowi lokalnemu. Pomoc organizacyjna, prawna, doradcza, udzielanie poręczeń i gwarancji kredytowych, zmiana systemu podatkowego zachęcającego do inwestowania mogą stać się siłą sprawczą rozwoju działalności pozarolniczej na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego.

Literatura

- Duraj P., Papiernik-Wojdera M., 2010, *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Difin, Warszawa.
- Glinka B., 2008, *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*, PWE, Warszawa.
- Sikorski Cz., 2001, *Zachowania ludzi w organizacji*, PWN, Warszawa.
- Siuta J., 2005, *Słownik psychologii*, Zielona Sowa, Kraków.
- Strelau J., 2001, *Psychologia. Jednostka w społeczeństwie i elementy psychologii stosowanej*, GWP, Gdańsk.