

Lidia Kaliszczak, Jadwiga Pawłowska-Mielech

Uniwersytet Rzeszowski

**WSPIERANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI NA POZIOMIE LOKALNYM
– WYBRANE ASPEKTY**

*PROMOTION OF ENTREPRENEURSHIP ON THE LOCAL LEVEL
– CHOSEN ASPECTS*

Słowa kluczowe: samorząd terytorialny, przedsiębiorczość, klimat przedsiębiorczości

Key words: local government, entrepreneurship, climate of entrepreneurship

Abstrakt. Przedmiotem analizy są możliwości wspierania przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny na szczeblu gminnym. W szczególności zwrócono uwagę na kształtowanie klimatu przedsiębiorczości jako instrumentu o charakterze przyczynowym, wyzwalającym aktywne postawy i zachowania przedsiębiorców. Praca stanowi studium przypadku na przykładzie wybranej gminy wiejskiej.

Wstęp

W koncepcji współczesnego rozwoju lokalnego podkreśla się znaczenie przedsiębiorczej orientacji całej społeczności lokalnej, w tym samorządu lokalnego. Samorząd kreuje mieszkańców gminy, do uczenia się przedsiębiorczego „wychwytywania” szans na rozwój [Barczyk i in. 2002]. W praktyce oznacza to potrzebę kształtowania kultury przedsiębiorczości i innowacji, wzrostu świadomości przedsiębiorczej całego społeczeństwa, promocji postaw proaktywnych oraz budowania relacji współpracy przedsiębiorstw z lokalnymi i zewnętrznymi partnerami, tj. klientami, dostawcami, podmiotami administracji publicznej, szkołami wyższymi i ośrodkami badawczymi, instytucjami wsparcia [Kaliszczak 2012]¹. Kulturowa akceptacja dla przedsiębiorczej aktywności wyraża się przez ukształtowanie klimatu przedsiębiorczości [Matusiak 2010], sprzyjającego tworzeniu nowych podmiotów gospodarczych i prorozwojowym zmianom strukturalnym, tak w lokalnej gospodarce, jak i w przedsiębiorstwach [Kuciński 2010]. Istotna rola w tym względzie przypada samorządowi terytorialnemu. Sprowadza się ona przede wszystkim do tworzenia warunków sprzyjających podejmowaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej, a przede wszystkim kształtowaniu postaw przedsiębiorczych u obywateli, składających się na nowe, dynamiczne inicjatywy aktywizujące rozwój społeczno-gospodarczy. W szczególności procesy te należy promować na obszarach wiejskich, charakteryzujących się relatywnie niższym poziomem rozwoju gospodarczego. Przedsiębiorczość, utożsamiana w aspekcie instytucjonalnym z rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), wyrażana jest z reguły przez niższe wskaźniki jej natężenia (liczba MSP w przeliczeniu na 1000 mieszkańców) w gminach wiejskich niż miejskich.

¹ W procesie funkcjonowania gminy można wyodrębnić tradycyjne i przedsiębiorcze podejście samorządu w zakresie stymulowania i wspierania rozwoju. Tradycyjne podejście ma charakter celowościowy, ukierunkowane jest na człowieka pośrednio, bowiem opiera się na tworzeniu warunków zewnętrznych w procesie aktywności człowieka (wsparcie o charakterze regulacyjnym, infrastrukturalnym, kompetencyjnym lub podatkowym ze strony samorządu i instytucji publicznych powołanych do wspierania działalności gospodarczej). Natomiast działania samorządu kształtujące kulturę przedsiębiorczości mają charakter przyczynowy – opierają się na stymulowaniu aktywności człowieka, kształtowaniu systemu wartości i postaw przeciwstawnych biernej akceptacji rzeczywistości. Powinny zatem wykraczać znacznie poza zagadnienia, np. podatków, kosztów energii lub stawek czynszów dzierżawnych [Kaliszczak 2012].

Celem badań było przedstawienie procesu wspierania przedsiębiorczości w aspekcie przedmiotowym (ocena roli „twardych” instrumentów wspierania aktywności gospodarczej, tj. głównie instrumentów wydatkowych) i podmiotowym (czyli przyczynowym przez kształtowanie tzw. klimatu przedsiębiorczości)².

Material i metodyka badań

Wykorzystano materiały pochodzące ze źródeł pierwotnych i wtórnych. Badania empiryczne zrealizowano wśród losowo wybranych przedsiębiorców prowadzących działalność na terenie gminy wiejskiej Zaleszany, w województwie podkarpackim, w powiecie stalowowolskim. Spośród pięciu gmin powiatu gmina ta wyróżnia się znaczącym udziałem użytków rolnych (ponad 72%) w powierzchni całkowitej, dużą gęstością zaludnienia oraz wysokim wskaźnikiem przedsiębiorczości, mierzonym liczbą mieszkańców w wieku produkcyjnym przypadającą na 1 zarejestrowaną działalność prywatną, wynoszącym 11,1. Taka wartość wskaźnika świadczy o bardzo silnie rozwiniętym sektorze prywatnym [Kowalczyk 1992]. Realizując walor poznawczy badań, starano się rozpoznać przejawy aktywności samorządu lokalnego w procesie wspierania przedsiębiorczości, w ocenie głównych adresatów tych działań, tj. przedsiębiorców. Zdiagnozowano ich oczekiwania wobec lokalnych władz, a także dokonano oceny wykorzystywania instrumentów i metod wspierania będących w gestii samorządu gminy. Z uwagi na dobrowolność udziału w badaniach ankietowych zaplanowane wywiady z kwestionariuszem ankiety w 60 mikro i małych zatrudniających do 49 osób przedsiębiorstwach zrealizowano w 32 podmiotach (zwrot ankiet na poziomie 53%). Interpretując wyniki badań posłużono się metodą indukcyjno-dedukcyjną. Skalę zjawiska oraz stopień ważności czynnika sprawczego podawanego przez ankietowanych określono procentowo.

Wyniki badań

Wśród badanej zbiorowości właścicieli małych przedsiębiorstw przeważali mężczyźni (72%). Ankietowani reprezentowali cztery grupy wiekowe, których udział był zróżnicowany. Największy odsetek (34,5%) dotyczył przedsiębiorców w przedziale wiekowym od 24 do 34 lat oraz od 35 do 45 lat. Udział badanych osób w wieku 18 do 24 lat (najmłodszych) był stosunkowo wysoki i wyniósł 18,8%, natomiast pozostały odsetek obejmował osoby w granicach wieku 45 lat i powyżej. Właściciele badanych przedsiębiorstw w 40,6% reprezentowali wykształcenie średnie, a w 21,9% zawodowe. ¼ respondentów legitymowała się wykształceniem wyższym na poziomie pierwszego stopnia, natomiast 6,3% drugiego stopnia. Taki sam odsetek osób (6,3%) miało wykształcenie policealne. Ważną kwestią w badaniu przedsiębiorców jest czas istnienia firmy na rynku – 50% podmiotów funkcjonuje od 1 roku do 3 lat, 28% prowadzi działalność od 3 do 5 lat, natomiast 16% istnieje od 5 do 10 lat, a jedynie 6% powyżej 10 lat. Wśród badanych przedsiębiorców przeważają osoby prowadzące działalność (według PKD) w sekcji handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów mechanicznych, włączając motocykle (43,8%) oraz transport i gospodarka magazynowa (15,6%). 12,5% firm sytuuje się w sekcji budownictwo. Pozostałe rodzaje działalności należą do sekcji działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi, działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją oraz pozostała działalność usługowa (łącznie 28,1%).

Kulturowy aspekt przedsiębiorczości i tym samym klimat dla prywatnej działalności gospodarczej odzwierciedlają potocznie spotykane określenia w stosunku do właścicieli firm. Stanowią

² Próbę zdefiniowania klimatu sprzyjającego przedsiębiorczości na poziomie gminy przedstawili Bończak i współautorzy [1998]. Można go identyfikować poprzez sygnały i informacje, jakie zawierają się w codziennym działaniu i które kreują (lub nie) pozytywny klimat. Autorzy proponują, aby badać m.in. takie jego pozytywne przejawy, jak: partnerstwo - partycypacja przedsiębiorców w planowaniu rozwoju gminy, dbałość o profesjonalną i szybką obsługę przedsiębiorców, nastawienie władz do innowacji, promowanie współpracy z różnymi instytucjami, zwłaszcza działającymi na rzecz stymulowania aktywności. Klimat rozwoju gospodarczego lub klimat przedsiębiorczości kreowany jest przez instrumenty o charakterze miękkiego wsparcia [Krajewski, Śliwa 2004]. W tej grupie instrumentów wymienia się, takie jak doradztwo i szkolenie, instrumenty informacyjne oraz promocyjne.

one nieco uproszczony obraz kultywowanych w społeczeństwie wartości, jego kultury współzycia i gospodarowania, a także jego wzorców postaw i zachowań. Wyniki badań dowodzą przewagi określenia właściciela przedsiębiorstwa mianem „przedsiębiorcy” (31,3%). Przez 25% respondentów zastępowane jest słowem „prywaciarz” i „spekulant”, o wyraźnie pejoratywnej konotacji. Pozostałe określenia mają pozytywny wydźwięk – 25% badanych wskazało właściciela jako producenta, 12,5% biznesmena, 6,25% handlowca.

W środowisku lokalnym postawa przedsiębiorcza jest odzwierciedleniem świadomości i pojmowaniem pojęcia przedsiębiorczości. Rozumienie tego procesu w szerszym kontekście o charakterze atrybutowym (postawy, zachowania, cechy osób, instytucji) oraz czynnościowym (działanie, aktywność) implikuje postawy i działania przedsiębiorców, nie tylko w kreowaniu nowych wartości w życiu gospodarczym, ale i społecznym. Próba zidentyfikowania rozumienia tego pojęcia wśród badanych przedsiębiorców w gminie Żaleszany wskazuje, że 37,5% badanych identyfikuje to pojęcie w kategorii postawy wobec rzeczywistości charakteryzującej się aktywnością, inicjatywą, dynamizmem, pomysłowością, umiejętnością rozwiązywania problemów. Takie atrybutowe podejście nawiązuje do schumpeterowskiej teorii przedsiębiorczości i ma aspekt wybitnie przyczynowy. 18,5% podkreśla rozumienie przedsiębiorczości w aspekcie czynnościowym jako ogół funkcji, procesów i działań związanych z postrzeganiem szans - okazji dla osiągnięcia oczekiwanych korzyści. Taki sam odsetek badanych utożsamia przedsiębiorczość z zaradnością, sprytem, umiejętnością radzenia sobie w każdej sytuacji (18,8%). 21,9% wskazuje na aspekt organizacyjny procesu przedsiębiorczości jako zorganizowanie i prowadzenie firmy na własne ryzyko. Jedyne 3,1% badanych wiąże przedsiębiorcze działanie z innowacjami prowadzącymi do osiągnięcia szczególnych zysków. Poznanie sposobu identyfikowania pojęcia przedsiębiorczości implikuje w pewnym zakresie oczekiwania przedsiębiorców wobec władz samorządowych w zakresie i sposobie jej wspierania.

Wyniki badań wykazały³, że najważniejszą kwestią dla połowy respondentów jest obniżenie stawek podatkowych, ulgi i zwolnienia podatkowe. Na drugim miejscu (40,6%) badanych przedsiębiorców oczekuje pomocy w pozyskiwaniu środków z UE. Krótkie terminy uzyskania warunków zabudowy i zagospodarowania postuluje blisko 1/3 ankietowanych (31,3%), natomiast 28,1% oczekuje promocji firm przez władze samorządowe (np. na witrynie strony internetowej gminy). Na potrzebę usprawnienia obsługi administracyjnej w urzędzie (wydłużenie godzin pracy, otwarcie punktu informacyjnego) zwraca uwagę 28,1% respondentów, ¼ podkreśla wagę pomocy doradczej, organizacji szkoleń i warsztatów w zakresie prawnych, rachunkowych i marketingowych kwestii prowadzenia własnej działalności gospodarczej oraz taki sam odsetek postuluje inicjowanie spotkań z przedsiębiorcami w celu wymiany doświadczeń i dzielenia się wiedzą. Poprawy infrastruktury drogowej oczekuje jedynie 3,1% badanych, a 6,3% możliwości dzierżawy bądź sprzedaży będących w posiadaniu gminy gruntów, lokali, itp. Oznacza to, iż gmina wypełnia głównie zadanie w zakresie inwestowania w infrastrukturę techniczną, zwłaszcza, iż takiej aktywności samorządów sprzyja pomoc unijna. Niewątpliwie poziom rozwoju infrastruktury technicznej warunkuje istotnie działalność gospodarczą na danym terenie, niemniej nie jest to czynnik wystarczający w procesie wspierania przedsiębiorczości. Wymienione przez respondentów oczekiwania wobec samorządu wyraźnie wpisują się w całością warunków kształtujących odpowiedni, sprzyjający klimat, zachęcający i ułatwiający prowadzenie własnej działalności.

Uzyskane w toku badań wyniki są zbieżne z opiniami przedsiębiorców w zakresie czynników determinujących atrakcyjność gminy do prowadzenia biznesu. W ich ocenie przedsiębiorcy podkreślają dogodne położenie (50% wskazań), infrastrukturę techniczną (31,25%) oraz posiadanie terenów pod inwestycje (9,38%). Znamienny jest fakt, iż tylko 3,12% respondentów wskazało na właściwy klimat dla przedsiębiorczości, a także to, że połowa ankietowanych uznała działania gminy za niewystarczające dla wspierania lokalnego rozwoju lub nie zaobserwowała takich działań w ogóle (25% badanych uznało, że nie ma wiedzy na temat jakichś szczególnych działań gminy w kwestii rozwoju lokalnego). 25% badanych takie działania zauważa, jednak ogólnie

³ Respondenci mieli możliwość wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd wyniki nie sumują się do 100%.

wyniki wskazują na deficyt zaangażowania władz gminy w procesy rozwoju wobec oczekiwań przedsiębiorców bądź niedostatecznego informowania mieszkańców, w tym przedsiębiorców, o działaniach w tym względzie. Ponadto na trudności z załatwianiem spraw w urzędzie gminy wskazało blisko 30% badanych osób (28,8%).

W praktyce gospodarczej na poziomie lokalnym przedsiębiorczość identyfikowana jest zwykle z sektorem MPS. Ich rola w równoważeniu lokalnego rozwoju społeczno-gospodarczego jest podkreślana w aspekcie zatrudnienia, różnicowania oferty produktowej i usługowej dla nabywców, finansowego zasilania budżetu gminy dzięki odprowadzanym podatkom. Respondenci wyrazili opinie na temat wspierania przez władze gminy przedsiębiorczości przez stworzenie specjalnego programu pomocy dla sektora MPS. Gminy mające takie programy kształtują sprzyjający klimat dla działalności przedsiębiorczości. W badanej gminie nie istnieje obecnie szczególnie program wsparcia dla MSP, a 81,3% respondentów podkreśla taką potrzebę. Oczekiwania te być mogą wynikać także z faktu braku wiedzy aż u 75% ankietowanych właścicieli małych przedsiębiorstw, czy gmina ma opracowaną strategię rozwoju na przyszłe lata. Jedynie twierdząco w tym względzie odpowiedziało 15,6% badanych osób. Oznacza to, iż taki właśnie odsetek przedsiębiorców zna cele formułowane w strategii, w tym w obszarze stymulowania przedsiębiorczości.

Podsumowanie i wnioski

Władze lokalne mają ograniczone możliwości udzielania pomocy przedsiębiorcom, wynikające z ustaleń budżetu. Najistotniejszą barierą stymulowania przedsiębiorczości jest brak środków finansowych na jej wsparcie. W szczególności ten brak dotyczył środków w budżecie, które ograniczają wprowadzanie zwolnień i ulg dla przedsiębiorców, a te w szczególności oczekiwane są przez przedsiębiorców. Skomplikowane procedury ubiegania się o środki unijne potęgują trudności ich osiągnięcia, stąd od władz gminy oczekuje się pomocy w ich pozyskaniu.

Wyniki badań dowodzą konieczności wzrostu świadomości samorządów gmin w zakresie działań kształtujących odpowiedni klimat sprzyjający przedsiębiorcom. Jednak wobec powszechnie wykorzystywanych w polityce wspierania przedsiębiorczości instrumentów „twardych” niezbędne są dalsze zmiany w podejściu do inwestycji w człowieka - osobę przedsiębiorcy i kulturę [Osborne, Gaebler 1992]. Wsparcie przedsiębiorców sektora MSP przez samorządy lokalne powinno polegać zwłaszcza na wprowadzaniu „miękkich” działań kształtujących sprzyjający klimat dla działalności przedsiębiorcy, wyrażany przez propagowanie etosu przedsiębiorcy. Z opinii respondentów badanej gminy wynika, że jak dotychczas samorząd lokalny relatywnie słabo prezentuje tego typu postawy i głównie angażuje się w działania w zakresie budowy i modernizacji dróg oraz innych elementów infrastruktury technicznej.

Literatura

- Bończak-Kucharczyk E., Herbst K., Chmura K. 1998: *Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość*, Polska Fundacja Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Warszawa, s. 143-153.
- Barczyk Z., Biniński J., Szczupak B. 2002: *Przedsiębiorczość gminna a rozwój lokalny: nowa faza przemian w samorządach lokalnych*, [W:] Górnośląskie Studia Przedsiębiorczości, rocznik, t. I, Oficyna Wydawnicza Górnośląskiej Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości im. Karola Goduli w Chorzowie, Chorzów, s. 83-84.
- Kaliszczak L. 2012: *Przesłanki i przejawy kształtowania klimatu sprzyjającego przedsiębiorczości na poziomie lokalnym*, J. Sokołowski, M. Sosnowski, A. Zabiński (red.), Prace Naukowe, nr 246, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, s. 150-159.
- Kowalczyk A. 1992: *Charakterystyka przedsiębiorczości prywatnej w badanych gminach*, [W:] B. Jałowicki (red.), *Spoleczeństwo i gospodarka w Polsce lokalnej*, Studia Regionalne i Lokalne, Europejski Instytut Rozwoju Regionalnego i Lokalnego, UW Warszawa, s. 137-143.
- Kuciński K. (red.). 2010: *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*, Difin, Warszawa, s. 25.
- Krajewski K., Śliwa J. 2004: *Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 70-72.

Matusiak K.B. 2010: *Budowa powiązań nauki z biznesem w gospodarce opartej na wiedzy. Rola i miejsce uniwersytetu w procesach innowacyjnych*, SGH w Warszawie, s. 32-33.

Osborne D., Gaebler T. 1992: *Rządzić inaczej. Jak duch przedsiębiorczości przenika i przekształca administrację publiczną*, Media Rodzina of Poznań, Poznań.

Summary

The paper aims to assess the local government activities for the sake of entrepreneurship development at municipal level, and of verification of the role of individual instruments which support it. In particular the attention was paid to creation of the climate of entrepreneurship as the instrument of causative character which releases active attitude and behavior of entrepreneurs. The paper constitutes the case study based on the example of the chosen rural community.

Adres do korespondencji
dr Lidia Kaliszczak, dr Jadwiga Pawłowska-Mielech
Uniwersytet Rzeszowski
Wydział Ekonomii
ul. Ćwiklińskiej 2b
35-601 Rzeszów
tel. (17) 872 16 77
e-mail: lidia.kaliszczak@neostrada.pl