

# Miscellanea

ANDRZEJ KAŁETA  
Uniwersytet Mikołaja Kopernika  
Toruń

10.5604/00441600.1152341

## TECHNOLOGIE INFORMATYCZNE W ROZWOJU SEKTORA DROBNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ

W społeczeństwie informacyjnym wraz z zmniejszaniem ekonomicznego znaczenia przemysłu oraz wzrostem znaczenia usług dochodzi do marginalizacji rolnictwa, uznawanego w obu poprzednich fazach rozwoju cywilizacji (społeczeństwie rolniczym i przemysłowym) za podstawę gospodarki na obszarach wiejskich. Następuje rekonstrukcja systemu gospodarczego wsi, obejmująca w pierwszym rzędzie redefinicję aktywności ekonomicznej jej mieszkańców, zwłaszcza, ale nie tylko, pracujących w gospodarstwach rolnych (Slee B. 1989; Kaleta A. 2008).

Rezultatem owej redefinicji jest dowartościowanie w działalności gospodarczej inicjatyw oddolnych, skutkujące bardziej podmiotowym udziałem w przekształcaniu systemu gospodarczego i tym samym w rozwiązywaniu problemów ekonomicznych rodzin i społeczności lokalnych. Jego kwintesencję wyrażają procesy **dezagrarnizacji i dywersyfikacji źródeł dochodów**. Ten pierwszy oznacza odchodzenie większości rolników od rolnictwa jako jedyne albo głównego źródła utrzymania rodziny, a także zmniejszanie znaczenia rolnictwa jako miejsca zatrudnienia i źródła dochodów mieszkańców wsi. Drugi polega na różnicowaniu źródeł dochodów wiejskiego gospodarstwa domowego przez podejmowanie wielu rodzajów aktywności dochodowej<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> W Europie w okresie ostatnich kilku dekad liczba gospodarstw rolnych zmniejszyła się z kilkudziesięciu do około 14 milionów, głównie stosunkowo niewielkich (przeciętnie 12,6 hektara) gospodarstw rodzinnych, zatrudniających od 1 do 1,5 osoby. W Polsce w roku 2010 funkcjonowało jeszcze ponad 2,2 miliona gospodarstw rolnych, chociaż jeszcze osiem lat wcześniej (2002) znacząco więcej (ponad 20%), bo ponad 2,9 miliona. Przewiduje się, że w następnych latach ich liczba ulegnie znacznemu ograniczeniu i około roku 2020 nie przekroczy 0,7 miliona.

Drugą stroną tego samego zjawiska jest duża liczba gospodarstw rolnych niewydolnych ekonomicznie. W krajach Unii Europejskiej roczna produkcja blisko połowy ma wartość mniejszą od 1200 EUR, co oznacza, że mogą one funkcjonować jako co najwyżej uzupełniające dochody ich właścicieli (semi-subsistence farm) pozyskiwane z innych źródeł. Z danych uzyskanych w roku 2013 od reprezentatywnej grupy polskich

Z dezagrarizacją i dywersyfikacją źródeł dochodów niejako naturalnie łączy się zagadnienie przedsiębiorczości wiejskiej, kojarzone najczęściej z kreowaniem i działalnością małych przedsiębiorstw (ang. small business, a także SME's – Small and Medium Enterprises), uznawanych powszechnie za kluczowy czynnik rozwoju gospodarczego obszarów rustykalnych w warunkach wolnego rynku i podstawowe remedium na problemy ich mieszkańców z zatrudnieniem i odpowiednimi dochodami (Klank L. 2005).

### **Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich Polski okresu transformacji ustrojowej**

W wielu opracowaniach poświęconych przedsiębiorczości wiejskiej, jakie ukazały się w Polsce po roku 1989, a więc już w okresie transformacji ustrojowej, analizowano głównie pewne ogólne cechy i uwarunkowania tego zjawiska, a tylko w nielicznych dokonywano prób jego empirycznego rozpoznania (Hałasiewicz A., Kaleta A. 2000). Zdecydowana większość tych ostatnich miała i ma ponadto charakter lokalny, w związku z czym precyzyjne oszacowanie skali przedsiębiorczości wiejskiej napotykało i napotyka ogromne trudności (Kłodziński M. 2014). O ilościowym wymiarze tego zjawiska informują przede wszystkim dane statystyczne GUS, charakteryzujące się jednakże opóźnieniem w czasie oraz za małą precyzją w oddzielaniu przedsiębiorstw realnych od fikcyjnych, pozarolniczych od związanych z prowadzeniem gospodarstwa rolnego, funkcjonujących na wsi od tych w mieście. W związku z tym dane odzwierciedlające ilościowy wymiar funkcjonowania przedsiębiorczości wiejskiej należy traktować jako jedynie szacunkowe, obrazujące bardziej tendencje niż rzeczywistość. Z nielicznych, które pomimo obiektywnych trudności udało się jednak ustalić wynika, że minione ćwierćwiecze – zwłaszcza w Polsce na tle innych tzw. krajów postsocjalistycznych – charakteryzowało się stosunkowo wysokim poziomem orientacji mieszkańców wsi na podejmowanie działań o charakterze przedsiębiorczym (Hałasiewicz A., Kaleta A. 1997). Już na początku przemian ustrojowych 41,9% mieszkańców polskich wsi zamierzało założyć własną firmę w sytuacji dysponowania większym kapitałem, dla większości (61,1%) główną motywacją pracy była potrzeba osiągnięć, a więc jeden z podstawowych motywów podejmowania tego typu działań (Fedyszak-Radziejowska B. 1996). Potwierdzeniem tego typu orientacji były wyniki badań „Polacy '95”, z których wynikało, że co dziesiąty mieszkaniec wsi (a więc 5% jej ludności pozarolniczej) deklaruował posiadanie własnej firmy, co oznaczało, że wskaźnik przedsiębiorczości na wsi wcale nie był gorszy od ogólnopolskiego (Szafranec K. 1998). Nie może więc dziwić, że już w roku 2002 na obszarach wiejskich Polski funkcjonowało ponad 350 tys.

---

rolników wynika, że już dzisiaj zaledwie 18% wskazuje na gospodarstwo rolne jako główne źródło utrzymania rodziny. Zob: GUS – Informacja o wstępnych wynikach Powszechnego Spisu Rolnego 2010, Warszawa 2011; [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/psr\\_Info\\_wstepne\\_wyniki\\_psr\\_2010\\_300611.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/psr_Info_wstepne_wyniki_psr_2010_300611.pdf);  
A. Szeptycki, Z. Wójcicki: Prognoza wyposażenia polskiego rolnictwa w ciągniki, kombajny i samochody; <http://www.pan-ol.lublin.pl/wydawnictwa/Motrol5/Szeptycki.pdf>; Wieś polska – charakterystyka ludności rolniczej, BS/138/2013 [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2013/K\\_138\\_13.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2013/K_138_13.PDF).

małych i średnich przedsiębiorstw (46% więcej niż w roku 1996), co świadczy o tym, że ich liczba systematycznie i szybko rosła, w przeciwieństwie do obszarów miejskich, na których ich liczba zmniejszyła się w tym samym czasie o około 30%. Małe i średnie przedsiębiorstwa wiejskie operowały głównie w handlu (19,5%), przetwórstwie żywności (17,8%) i w mniejszym zakresie w budownictwie (5,1%) oraz w transporcie (4,8%) (Klank L. 2005). Pod koniec pierwszej dekady XXI wieku w całej Polsce funkcjonowało 1,67 mln takich przedsiębiorstw, z czego duża część na obszarach wiejskich, zajmując się głównie świadczeniem szeroko pojętych usług (Halamska M. 2013).

Co ważne, inicjatywy tego rodzaju w pierwszej dekadzie XXI wieku podejmowało 12,4% z około 1,5 miliona funkcjonujących w Polsce gospodarstw rolnych, przede wszystkim świadcząc usługi zewnątrzrolnicze na bazie zasobów własnego gospodarstwa rolnego (w tym posiadanych maszyn czy środków transportowych); ale także usługi gospodarcze (np. związane z gospodarką leśną); społeczne (np. rekreacyjne czy socjalne) oraz komunalne (pielęgnacja poboczy dróg lokalnych, wywóz śmieci i nieczystości płynnych, udrażnianie rowów i kanałów melioracyjnych, odśnieżanie i odładzanie ulic, dróg i placów itp.)

W połowie drugiej dekady XXI wieku nie wydaje się niczym szczególnie odkrywczym wskazywanie na sektor SME's, jako wiodący element struktury nowoczesnej, czyli wysoce innowacyjnej gospodarki wiejskiej. Wiąże się z nim także uzasadnione nadzieje na powstawanie coraz większej liczby wysokokwalifikowanych miejsc pracy. Jest to jednak możliwe pod kilkoma warunkami: przedsiębiorstwa zlokalizowane na wsi muszą w pierwszej kolejności funkcjonować w najszerzej pojmowanym sektorze usług, usieciować różne wymiary swojej działalności oraz stworzyć warunki permanentnego podnoszenia wiedzy i umiejętności swoich pracowników (OECD 2014). Z drugiej strony, trudności w ich wypełnieniu są uznawane za podstawowe bariery rozwoju innowacyjnej przedsiębiorczości wiejskiej. Do tych najbardziej dotkliwych zaliczany jest brak albo niski poziom edukacji przygotowującej do społecznej roli przedsiębiorcy, a szczególnie do roli pracownika nowoczesnego przedsiębiorstwa, zresztą nie tylko wiejskiego. Zaledwie 60% firm europejskich oferuje szkolenia zawodowe swoim pracownikom (w Polsce tylko 35%), jeszcze gorzej funkcjonują w tym względzie wiejscy przedsiębiorcy. W związku z tym na ogół postrzegani są jako słabo zorganizowani, indywidualiści, niezorientowani na współpracę z innymi przedsiębiorcami (Halamska M. 2013), prowadzący firmy rzadko kojarzone z nowoczesnością i innowacyjnością (Kłodziński M. 2014).

Wskazuje się również, że każdy z koniecznych warunków funkcjonowania innowacyjnego przedsiębiorstwa wiejskiego wymaga udziału technologii informatycznych (ICT). W jeszcze większym zakresie jest to niezbędne w działaniach związanych z niwelowaniem napotykaných barier rozwojowych: niewielkiej skali rynku lokalnego, przestrzennego dystansu od dużych przedsiębiorstw, rynków konsumenckich, instytucji finansowych, usług publicznych, wysoko kwalifikowanej siły roboczej, słabszego nacisku na partycypację w sieciach biznesowych oraz na podnoszenie kompetencji pracowników.

## Technologie informatyczne w przedsiębiorstwach funkcjonujących na obszarach wiejskich

Nie dysponujemy i pewnie nigdy nie będziemy dysponować danymi obrazującymi rzeczywistą liczbę komputerów i innych urządzeń ICT funkcjonujących w milionach przedsiębiorstw sektora SMS na obszarach wiejskich Europy<sup>2</sup>. Również na wsi trudno o firmy bez tego rodzaju wyposażenia, chociaż niektóre (z różnych powodów) nie posiadają jeszcze dostępu do szerokopasmowych łączy internetowych<sup>3</sup>.

Najnowsze badania<sup>4</sup> przynoszą natomiast znacznie ciekawszą wiedzę o sposobach wykorzystywania nowych mediów w działalności przedsiębiorców wiejskich, z której wynika, że te zastosowania – chociaż już rozliczne – jeszcze w niewielkim stopniu wyczerpują oferowane im obecnie możliwości. Media elektroniczne mogą bowiem wspomagać praktycznie wszystkie obszary funkcjonowania przedsiębiorstwa wiejskiego, nie tylko technologiczne procesy wytwarzania dóbr materialnych czy świadczenia różnego rodzaju usług, ale także – i może przede wszystkim – szeroko pojęte zarządzanie firmą (marketing, sprzedaż, zaopatrzenie, efektywne wykorzystywanie aktywów, projektowanie, pozyskiwanie informacji, serwis itp.) oraz permanentne doskonalenie pracowników (tab. 1).

<sup>2</sup> Wiemy jednak, że już roku 2008 ponad połowa wiejskich przedsiębiorców z Holandii (72%), Irlandii (62%), Austrii (59%), Belgii (58%), Malty (58%), Danii (57%), Portugalii (53%) i około połowa z Włoch (49%), Finlandii (49%), Luksemburga (49%), Czech (49%), Słowenii (47%), Szwecji (47%), Francji (46%), Cypru (46%), Słowacji (45%), Grecji i Estonii (42%) oraz Hiszpanii (40%) wykorzystywała ICT w procesach zarządzania swoimi firmami. Najgorzej wyglądało to w Polsce (24%) i na Litwie (23%). (Countryrankings 2009, tabela 10).

<sup>3</sup> W roku 2008 tego typu dostępem do Internetu dysponowała już większość przedsiębiorstw wiejskich we wszystkich krajach Unii Europejskiej, poza Rumunią (44%). Najwięcej we Francji, Hiszpanii, Finlandii i Belgii (ponad 90%), nieco mniej na Łotwie, w Bułgarii, Polsce i na Litwie (około 60%) (Countryrankings 2009, tabela.4).

<sup>4</sup> Do rezultatów dwóch z nich, w realizacji których uczestniczyłem, będę się odwoływał w tej części artykułu:

- **Euracademy Observatory** (A European Observatory of the Use of ICT-Supported Lifelong learning by SMEs, Microenterprises and the Self-employed in Rural Areas – Europejski monitoring kształcenia ustawicznego, wspomagane technologiemi informatycznymi, kierowanego do średnich, małych i mikro przedsiębiorstw oraz osób samozatrudniających się na obszarach wiejskich), realizowany w latach 2005-2007 na obszarach wiejskich Grecji, Finlandii, Hiszpanii, Niemiec, Polski, Wielkiej Brytanii i Węgier;
- **E-ruralnet** (Network promoting e-learning for rural development – Sieć Promocji Nauczania na Odległość dla Rozwoju Obszarów Wiejskich) realizowany w latach 2009-2011 na obszarach wiejskich Grecji, Estonii, Finlandii, Hiszpanii, Niemiec, Polski, Portugalii, Szwecji, Węgier, Wielkiej Brytanii i Włoch.

Oba były finansowane przez Komisję Europejską w ramach Programów Leonardo da Vinci oraz Lifelong Learning.

Tabela 1

## Potencjalne obszary zastosowań ICT w działalności SMEs na obszarach wiejskich

TYP ICT	INTERNET I STRONY WWW	E-MAIL	EDI (Elektroniczna wymiana dokumentów)	PLYTY CD I ZASOBY PAMIĘCI DYSKOWEJ	VIDEO-KONFERENCJE	TELEFONIA KOMÓRKOWA	SIECI
Obszary wsparcia							
Marketing	Globalna promocja i reklama; Wybór grup docelowych	Kampanie mailingowe		Multimedialne katalogi, broszury i prezentacje	Telespotkania z kontrahentami		
Sprzedaż	Sprzedaż, przyjmowanie zamówień i dokonywanie transakcji	Oferty cenowe i produktowe, przyjmowanie zamówień	Transakcje biznesowe, wymiana dokumentacji sprzedaży	Prezentacja oferty, interaktywne stoiska informacyjne oraz instrukcje obsługi produktów	Prezentacje oferty Telekontakty z kontrahentami	Kampanie mobilne, bezpośredni dostęp do globalnego klienta	
Zaopatrzenie	Identyfikacja globalnych źródeł zaopatrzenia i udział w przetargach	Przekazywanie ofert cenowych i specyfikacji zamówień	Transakcje biznesowe, wymiana dokumentacji zamówień		Telekontakty z kontrahentami		Planowanie dostaw w systemie JIT (just-in-time)
Zarządzanie aktywami	Dostęp do danych rynkowych i badań, do ofert zatrudnienia oraz innowacyjnych sposobów organizacji pracy	Transfer dokumentów i komunikacja wewnętrzna firmy	Kontrola zapasów i procesu dostaw Kontrola kosztów ogólnych	Przechowywanie i archiwizacja danych	Telekontakty z kontrahentami	Dostawy i usługi wspomagające	Praca w zespołach Informatyczny system zarządzania Zarządzanie projektami

cd. tab. 1

		Praca w zespole		Praca w zespole	
Projektowanie i produkcja	Dostęp do danych rynkowych i badań	Networkig	Bazy danych np. katalogi części	Zarządzanie potrzebami klienta	Praca w zespole
					Wymiana źródeł informacji
Postugiwanie się informacją	Publikacje on-line Badania marketingowe	Wymiana i transmisja danych Zespołowe podejmowanie decyzji	Zarządzanie informacją Przechowywanie i archiwizacja danych	Wymiana i transmisja danych Zespołowe podejmowanie decyzji	Kooperacja w pracy Dzielenie się wiedzą i organizowanie informacji
Usługi serwisowe	Informacja dla klienta Zbieranie informacji o klientach i ich potrzebach	Kontakt z klientem	Informacja dla klienta	Telekontakty z klientami	Wymiana informacji i pomoc klientowi Śledzenie postępów w pracy
Szkolenia	Interaktywne szkolenia	Szkolenie on-line	Interaktywne materiały szkoleniowe	Nauczanie na odległość	Wirtualne społeczności uczących się

Źródło: Opracowano na podstawie: Information society and sustainable rural development, thematic guide two. Euracademy Thematic Guide Series, Athens 2003, s. 17

Na podstawie licznych przykładów pokazujących sposoby wykorzystywania ICT w małych i średnich przedsiębiorstwach wiejskich wiemy również, że znajdują zastosowanie w każdym sektorze aktywności ekonomicznej: w rolnictwie, przemyśle i usługach.

W tym pierwszym sektorze gospodarki ICT stosuje się przede wszystkim w tzw. rolnictwie przemysłowo-technologicznym (ang. High Tech Agriculture), wykorzystującym możliwości mikroelektroniki i teleinformatyki, celem maksymalizacji wydajności, ograniczenia wysiłku rolnika, a także ochrony środowiska przyrodniczego. Coraz bardziej niezbędnym narzędziem pracy każdego współczesnego rolnika jest Internet, dostarczający informacji niezbędnej do prowadzenia gospodarstwa rolnego – począwszy od aktualizowanej co godzinę prognozy pogody czy poradnictwa dotyczącego metod uprawy, po efektywne zarządzanie jego zasobami czy marketing i sprzedaż wytwarzanych w nim produktów.

Działalność przemysłowa na obszarach wiejskich znacznie częściej niż w obrębie wielkich aglomeracji miejskich przyjmuje postać wysoce specjalistycznego rzemiosła i rękodzielnictwa; przedsiębiorstwa sektora SMEs rozpoczynają od założenia strony internetowej, informującej o swoim istnieniu oraz profilu produkcji. W drugiej kolejności pojawia się marketing, a potem sprzedaż i poszukiwanie dostawców części i komponentów do wytwarzanych produktów, coraz częściej finalizowane transakcjami zawieranymi on-line. Wprowadzenie mediów elektronicznych do organizacji procesów produkcyjnych i zarządzania powoduje zazwyczaj podniesienie konkurencyjności tego typu firm i wejście na wcześniej niedostępne rynki zbytu, czasem daleko wykraczające poza rynek lokalny.

Z niemięszym zainteresowaniem mediami elektronicznymi można spotkać się w sektorze usług. Najbardziej spektakularnym przykładem ekspansji ICT w tej sferze aktywności ekonomicznej jest turystyka, nie bez racji uznawana jeszcze do niedawna za podstawę procesu dywersyfikacji źródeł dochodów ludności wiejskiej. Wszystkie liczne podmioty turystyki wiejskiej – hotele, pensjonaty, gospodarstwa agroturystyczne, biura podróży, zajazdy, restauracje, punkty wynajmu samochodów, kajaków, rowerów oraz wszelkiego innego sprzętu służącego szeroko pojętej rekreacji, lokalne muzea, izby regionalne i inne tego typu instytucje kulturalne oraz wiele, wiele innych – wykorzystują już dzisiaj do promocji głównie Internet. Coraz więcej z nich akceptuje elektroniczne rezerwacje i płatności swoich usług. Dla drobnych przedsiębiorców z tej branży bezpośredni dostęp do potencjalnych klientów bez mała z całego globu eliminuje lub minimalizuje koszty pośrednictwa dużych organizacji turystycznych. Ponadto łatwiej tworzą się regionalne lub lokalne sieci usługodawców, co z kolei poszerza obszary kooperacji, np. przez wzajemne przekazywanie ofert czy tworzenie łańcuchów usług.

Turystyka nie wyczerpuje oczywiście listy usługodawców operujących na obszarach wiejskich, których funkcjonowanie w dużym, jeśli nie decydującym stopniu zależy od wsparcia ICT. Co więcej, w świetle dynamicznie rozwijającej się na wsi i w małych miastach branży usług teleinformatycznych i telebiznesowych coraz częściej pojawia się pytanie: czy można tam jeszcze prowadzić jakiegokolwiek typ biznesu bez dostępu do telefonu komórkowego, komputera czy Internetu?

## ICT w procesach podnoszenia kwalifikacji pracowników sektora SMEs

Zwracając nieco wcześniej uwagę na podstawowe słabości przedsiębiorstwa wiejskiego, wskazaliśmy na istotne ograniczenia jego szans rozwojowych, wynikające z braku albo niskiego poziomu przygotowania właściciela do społecznej roli przedsiębiorcy, a jeszcze bardziej dbałości o systematyczne doskonalenie poziomu kwalifikacji swoich pracowników<sup>5</sup>. Co gorsza, tylko niewielka część wiejskich przedsiębiorców wydaje się przywiązywać większą wagę do tego typu spraw (Halamska M. 2013), a jeszcze mniejsza uświadamia sobie możliwości technologii informatycznych w procesie eliminowania tej kluczowej bariery wdrażania innowacji do gospodarki na obszarach wiejskich.

Bez wątpienia, część winy za słabe zaangażowanie firm w korzystanie z ICT, jako podstawowego instrumentu poprawy jakości wiejskiej siły roboczej, leży po stronie tzw. czynników obiektywnych. Jednym z nich jest sygnalizowany wcześniej niepełny dostęp do tzw. szerokiego pasma Internetu (zob. przypis 3), bez którego trudno wyobrazić sobie e-edukację. Ponadto, niewielkiej wiejskiej firmie pragnącej szkolić swoich pracowników w systemie on-line nie ułatwia zadania stosunkowo wysoki poziom cen bardziej zaawansowanych usług teleinformatycznych. Nakłada się na to dość konserwatywna mentalność przedsiębiorców. Prawie wszyscy przełamali już wprawdzie niechęć do wydatków na komputer połączony z Internetem, gdyż zrozumieli, że jest tak samo niezbędny dla funkcjonowania firmy jak samochód, dostęp do drogi, elektryczności czy systemu kanalizacyjnego, jednak stosunkowo nieliczni uświadamiają sobie konieczność permanentnego podnoszenia kwalifikacji, tym bardziej metodami mniej konwencjonalnymi niż proponowane przez tradycyjny system szkolny<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Już we wczesnych fazach rozwoju społeczeństwa informacyjnego odnotowujemy inicjatywy polegające na wykorzystywaniu ICT celem przeciwdziałania tej sytuacji. Spotykamy się z nimi na obszarach wiejskich Stanów Zjednoczonych, gdzie w całej drugiej połowie XX wieku narastały problemy z zatrudnieniem i znalezieniem środków na utrzymanie, spowodowane nie tylko postępującą koncentracją miejsc pracy w obrębie wielkich aglomeracji miejskich, ale także brakiem dostępu do wiedzy i informacji, wspomagającej ich mieszkańców w uruchamianiu działalności gospodarczej w oparciu o zasoby środowiska lokalnego. Naprzeciw tym ważnym potrzebom setek tysięcy ludzi zamieszkujących regiony rustykalne stanu Oregon wysłała organizacja Small Business International Trade Program (SBITP) z Portland. Zorganizowana na podobnych zasadach jak wiele innych amerykańskich firm konsultingowych, w swoich działaniach na rzecz small businessu (firmy, w których zatrudnienie nie przekraczało 100 osób) wysłała z założenia, że drobni przedsiębiorcy, operujący przede wszystkim na prowincji, nie mają czasu, a bardzo często i pieniędzy, aby przyjeżdżać po naukę i potrzebne im informacje do miast, siedzib placówek uniwersyteckich. Z odpowiednimi szkoleniami i informacjami należy docierać do ich miejsc pracy i zamieszkania, wykorzystując do tego celu sprzęt elektroniczny, który już posiadają, a więc w owych czasach przede wszystkim telewizory i telefony, rzadziej komputery. Wierna tym prostym i jakże logicznym zasadom kilkuosobowa firma od roku 1986 z wielkim powodzeniem zaczęła organizować kursy przedsiębiorczości w systemie nauczania na odległość, wykorzystując do tego celu dostępne sieci telewizyjki kablowej lub satelitarnej. Ponadto była organizatorem i dystrybutorem specjalnej bazy danych, zawierającej aktualne informacje gospodarcze, niezbędne dla prowadzenia niewielkiego interesu, do której za niewielką opłatą przyłączała komputery drobnych przedsiębiorców z terenu całego stanu (Kaleta A. 1996).

<sup>6</sup> Sceptyczny stosunek przedsiębiorców z obszarów wiejskich do e-learningu uzyskał pełne potwierdzenie w badaniach E-ruralnet. Pomimo takich samych dotacji publicznych do kursów prowadzonych metodami konwencjonalnymi i metodami on-line, ci zdecydowanie preferują szkolenia pierwszego ro-



Odpowiedzialnością należy obarzyć także instytucje edukacyjne oferujące ograniczoną liczbę szkoleń, kursów i innych form kształcenia o charakterze zawodowym organizowanych przy wsparciu ICT<sup>7</sup>, kierowanych na obszary wiejskie. Chociaż rynek takich usług w całej Europie rozwija się dynamicznie<sup>8</sup>, a ich dostawcy, zarówno prywatni jak i publiczni, oferują coraz więcej, coraz bardziej różnorodnych treści, w proponowanym katalogu szkoleń zawodowych kierowanych do sektora SMEs dominują podstawy biznesu oraz obsługi komputera.

Stanowi to pewną niedogodność dla mieszkańców obszarów wiejskich zainteresowanych podnoszeniem kwalifikacji zawodowych, zgłaszających potrzebę znacznie szerszego zakresu ofert szkoleniowych, obejmujących także rolnictwo czy naukę języków obcych. Należy dodać, że tylko pewna grupa dostawców bierze pod uwagę potrzeby specyficznych pod wieloma względami lokalnych rynków pracy wsi i małych miast. Brak większego zainteresowania tego typu klientelą usprawiedliwiają tzw. czynnikami obiektywnymi – przede wszystkim problemami z infrastrukturą teleinformatyczną na obszarach wiejskich, nieprzystosowaną do tego typu nauczania, oraz ciągle dużą skalą analfabetyzmu cyfrowego ich mieszkańców.

Pewna rezerwa wobec e-learningu po stronie pracodawców oraz instytucji organizujących tego typu szkolenia staje się mniej zrozumiałą w świetle opinii pracowników sektora SMEs z obszarów wiejskich. Generalnie charakteryzują ich pozytywne postawy wobec tej nowej formy kształcenia, pozwalającej w ich mniemaniu przede wszystkim na uelastyczenie czasu, miejsca i sposobu nauki oraz na istotne obniżenie jej kosztów. Do tego większość posiadających już jakieś doświadczenia z e-learningiem – tak samo zresztą jak większość uczestników szkoleń konwencjonalnych – także wysoko ocenia poziom realizacji własnych oczekiwań po odbyciu takich kursów<sup>9</sup>, chociaż już zdecydowanie bardziej krytycznie realnie odniesione korzyści oraz przydatność uzyskanych umiejętności w kontekście własnych karier zawodowych<sup>10</sup>. Pomimo tego,

---

dzaju, motywując to jakoby ich większą skutecznością oraz bardziej widocznym wpływem na rozwój kariery zawodowej pracownika (E-learning in... 2011).

<sup>7</sup> Zdecydowanie dominują platformy e-learningowe (stosowane przez 85% dostawców tego typu usług), ale wykorzystuje się również strony internetowe, płyty DVD, CD, kasyety video; niewielka grupa dostawców (8%) proponuje naukę przez telefon komórkowy. Jak z tego widać preferuje się technologicznie bardziej konwencjonalne formy przekazu treści, o czym wydaje się również świadczyć duży udział w materiałach szkoleniowych tekstów do czytania i prezentacji PowerPoint, animacji, filmów w postaci załączników e-mail. Bardziej innowacyjne formy nauczania typu gier dydaktycznych są proponowane przez mniej niż 20% dostawców (E-learning na... 2011).

<sup>8</sup> Niebagatelną rolę odgrywają dotacje publiczne wspierające ten typ edukacji, z których korzystało 67% instytucji zajmujących się w całej Europie dostarczaniem usług e-learningowych (E-learning na... 2011).

<sup>9</sup> Z badań E-ruralnet wynika, że szkolenia on-line zaspokoiły oczekiwania 20% ich uczestników w stopniu dużym, a 52% w wystarczającym. Zaledwie 2% nie dały one nic (E-learning na... 2011).

<sup>10</sup> Zarówno uczestnicy kursów e-learningowych, jak również tych realizowanych w formach bardziej tradycyjnych, wskazują wiele realnych korzyści wyniesionych ze szkoleń zawodowych, z których możliwość rozwoju zainteresowań osobistych (odpowiednio 44% i 50% badanych) wydaje się być najbardziej znaczącą. Zdecydowanie mniej optymizmu przejawiają opinie prawie 50% słuchaczy kursów on-line i znacząco mniej tych konwencjonalnych (około 20%), dla których udział w kursach oznaczał jedynie

że realne korzyści zawodowe odnosi niewielu, zdecydowana większość wyraża chęć ponownego skorzystania z tej formy edukacji, postulując cały szereg udoskonaleń, z których większość dotyczy lepszego dostosowania treści szkoleń on-line do potrzeb pracowników oraz wprowadzenia bardziej innowacyjnych instrumentów uczenia się. Co równie istotne, większość nie napotyka na żadne ograniczenia utrudniające im udział w takiej formie edukacji, a bariery, na które wskazują, nie do końca pokrywają się ze wskazywanymi przez dostawców usług e-learningowych. O ile ci ostatni koncentrują się głównie na kwestiach braków infrastrukturalnych i umiejętności cyfrowych, ci pierwsi w zdecydowanie większym stopniu wiążą trudności z kwestiami mentalnymi: skomplikowaną sferą motywacji do nauki oraz innego sposobu jej organizacji.

Wskazując na pozytywny na ogół stosunek pracowników wiejskiego sektora SMEs do edukacji wspieranej przez ICT, musimy jednak pamiętać, że większość mających z nią już jakieś doświadczenia rekrutuje się z lepiej wyedukowanych i młodszych grup wiejskiej społeczności. Nie ma oczywiście żadnego powodu, aby nadal utrzymywać ten stan rzeczy. Jego zmiana wymaga jednak działań na rzecz udoskonalenia i upowszechnienia tej nowej formy kształcenia, a także reform w sferze polityki kształtowania zasobów pracy na obszarach wiejskich.

### Podsumowanie

Znaczące i trudno porównywalne z każdym innym wsparcie przez systemy ICT technologicznych i organizacyjnych wymiarów funkcjonowania sektora SMEs na obszarach wiejskich wydaje się pozostawać poza sferą dyskusji. Powszechnemu na ogół przekonaniu o absolutnej niezbędności telefonu komórkowego i komputera podłączonego do Internetu dla funkcjonowania firmy towarzyszy często spotykany, praktycznie we wszystkich krajach Unii Europejskiej, brak świadomości związku jej rozwoju z wykorzystywaniem systemu e-edukacji, gwarantującego powszechny i przystępny finansowo dostęp do wiedzy milionom wiejskich przedsiębiorców, w tym właścicieli większych i mniejszych gospodarstw rolnych, oraz dziesiątkom milionów osób przez nich zatrudnianych. W odróżnieniu od włodarzy dużych firm – zwłaszcza tych o charakterze korporacyjnym, w których coraz wyraźniejszą staje się tendencja do ograniczania wydatków na szkolenia stacjonarne, związane z odrywaniem pracowników od miejsca pracy – nazbyt rzadko postrzega się technologie informatyczne jako kolejny instrument optymalizacji kosztów funkcjonowania przedsiębiorstwa, w tym również metodę pozyskiwania wiedzy i umiejętności dla siebie i swoich pracowników.

---

stratę czasu. Z tym samym rozdwojeniem mamy do czynienia w przypadku opinii na temat stopnia przydatności zdobytej wiedzy – 46% w stosunku do 28% słuchaczy używa jej często, a 36% w stosunku do 34% wykorzystuje w mniejszym zakresie. Można domniemywać, że tradycyjne szkolenia przynoszą więcej konkretów „tu i teraz”, natomiast szkolenia e-learningowe są postrzegane bardziej w kategoriach inwestycji w przyszłość (E-learning na... 2011.)

**Literatura:**

1. Countryrankings, EU 2009. European Commission – Digital Agenda for Europe.
2. E-learning na obszarach wiejskich: innowacje, inkluzja i rola rynku. Raport końcowy projektu E-ruralnet. Instytut Socjologii, Toruń 2011, [www.e-ruralnet.eu](http://www.e-ruralnet.eu).
3. E-learning in the rural context: innovation, inclusion and the role of the market. Report of the Project Results. Euracademy, Athens 2011.
4. Fedyszak-Radziejowska B.: Od etosu pracy rolnika do etosu przedsiębiorcy (w:) *Wieś i rolnictwo w badaniach społeczno-ekonomicznych* (red. M. Kozakiewicz). Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN, Warszawa 1996, s. 266-279.
5. Halamska M.: *Wiejska Polska na początku XXI wieku. Rozważania o gospodarce i społeczeństwie*. Scholar, Warszawa 2013.
6. Hałasiewicz A., Kaleta A.: *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*. Fundacja Programów Pomocy dla Rolnictwa (FAPA), Warszawa 2000.
7. Hałasiewicz A., Kaleta A.: *Rewitalizacja obszarów rustykalnych Europy. Wiejskie gospodarstwo domowe*. Ossolineum, Wrocław-Warszawa-Kraków 1997.
8. Kaleta A.: W trzydzieści dni dookoła Stanów Zjednoczonych. *Edukacja na odległość* (w:) *Głos Uczelni* 1996, nr 1, s. 22; nr 2, s. 10-11; nr 3, s. 22-23; nr 4, s. 10.
9. Kaleta A.: *Dywersyfikacja źródeł dochodów ludności wiejskiej*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2008.
10. Klank L.: SMEs and determinants of local development in Poland (w:) *Rural development in the Enlarged European Union* (red. K. Zwolińska). Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2005.
11. Kłodziński M.: *Przedsiębiorczość pozarolnicza na wsi w procesie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich* (w:) *Wieś i Rolnictwo*, nr 1, 2014, s. 97-112.
12. OECD: *Innovation and modernising the rural economy*. OECD Publishing, 2014 <http://dx.doi.org/10.1787/9789264205390-en>
13. Slee B.: *Alternative farm enterprises*. Farming Press LTD, Ipswich 1989.
14. Szafraniec K.: *Rolnicy polscy – aktorzy czy klienci transformacji* (w:) *Aktorzy i klienci transformacji. Polacy '95* (red. W. Adamski). Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa 1998, s. 318-322.

ANDRZEJ KAŁETA  
University Nicolaus Copernicus  
Toruń

## INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF SMALL RURAL BUSINESS SECTOR

### Summary

Making the SMEs sector a leading element of the structure of the modern, i.e. highly innovative, rural economy is possible under some conditions. Enterprises situated in rural areas have to, above all, function in as wide-ranging services sector as possible, they have to introduce networking to different dimensions of their activity and, most of all, they have to create conditions for continuous enhancement of knowledge and skills of their employees.

Each of the aforementioned conditions requires extensive use of information technologies. Unfortunately, according to research, only a small share of rural entrepreneurs in Europe seems to be sufficiently aware of the fact. Their rather widespread belief that a mobile phone and a computer with Internet access are absolutely necessary to run a rural business, goes hand in hand with a lack of awareness of the link between innovativeness and the use of the online education system (e-education), which guarantees universal and affordable access to knowledge both to the entrepreneurs and to their employees.

**Słowa kluczowe:** sektor drobnej przedsiębiorczości wiejskiej, e-learning, sektor SME, szkolenia, ICT, obszary wiejskie, usługi, przedsiębiorstwa wiejskie, transformacja ustrojowa

*Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 21.05.2015.*