

ROLA DORADZTWA I KONSULTINGU W ROZWOJU AGROBIZNESU NA OBSZARACH WIEJSKICH ¹

Wojciech Gotkiewicz

Katedra Agrobiznesu i Ekonomii Środowiska,
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Wstęp

Doświadczenia krajów Unii Europejskiej wskazują jednoznacznie, że procesy przedsiębiorczego wychowania ludności wiejskiej, która będzie zdolna tworzyć prawdziwie własne, samorządne podmioty gospodarcze wymagają stworzenia systemu doradztwa i konsultingu dla potrzeb aktywizacji gospodarczej. Również w literaturze naukowej jednoznacznie stwierdza się, że rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich wymaga wsparcia instytucji zaangażowanych w kreowanie impulsów rozwoju lokalnego. Według WAWRZYŃNIAKA [2001], doradztwo w agrobiznesie musi spełniać rolę drogowskazu, kierującego poczynania rolników w wielkim kompleksie spraw związanych z procesami restrukturyzacji i modernizacji rolnictwa i jego otoczenia. Udzielanie przez doradców porad wymaga myślenia strategicznego, ponieważ doradztwo zajmuje czołową pozycję wśród czynników kształtujących model współczesnego rolnictwa. Doradztwo wspólnie ze szkolnictwem jest również odpowiedzialne za poziom edukacji ludności rolniczej i pozarolniczej na obszarach wiejskich oraz za intelektualne wspieranie jej w procesie transformacji ustrojowej i integracji europejskiej. Zdaniem WIATRAKA [1999] w ostatnich latach obserwuje się ewolucje doradztwa rolniczego w kierunku problematyki wspierania rozwoju obszarów wiejskich i szukania dodatkowych i alternatywnych źródeł dochodu, zwłaszcza ludności rolniczej. Obserwuje się również rozszerzenie zakresu doradztwa rolniczego na problematykę agrobiznesu i ochrony środowiska. W doradztwie zwraca się również uwagę na komunikowanie społeczne i negocjacje jako sposób dochodzenia do zmian w dzisiejszym świecie oraz kreowanie przedsiębiorczości w szerokim tego słowa znaczeniu.

Należy stwierdzić, że komplikująca się coraz bardziej sytuacja ludności rolniczej i pozarolniczej na obszarach wiejskich wymaga zwiększania roli doradztwa i konsultingu w rozwoju przedsiębiorczości, a zwłaszcza agrobiznesu.

Celem badań było poznanie roli doradztwa i konsultingu w rozwoju firm agrobiznesu na obszarach wiejskich zachodniej i wschodniej Polski. W badaniach interesujące było poznanie opinii przedsiębiorców wiejskich w agrobiznesie

¹ Wykonano w ramach grantu 3 P06 R 064 25.

o możliwościach zdynamizowania rozwoju firm agrobiznesu w systemie instytucjonalnego wsparcia państwa, w tym zwłaszcza systemu doradztwa i edukacji.

Materiał i metodyka

Przedmiotem badań była losowo wybrana grupa firm agrobiznesu i ich właścicieli na obszarach wiejskich zachodniej i wschodniej Polski. Badaniami objęto 311 przedsiębiorstw agrobiznesu o różnych kierunkach działalności na obszarach wiejskich zachodniej Polski. W celach porównawczych badaniami objęto 305 przedsiębiorstw agrobiznesu na obszarach wiejskich wschodniej Polski. Badania przeprowadzono na przełomie 2004 i 2005 roku.

W badaniach zastosowano metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystania kwestionariusza wywiadu. Uzyskane wyniki opracowano statystycznie w oparciu o metody zaczerpnięte z nauk ekonomiczno-społecznych.

Wyniki i dyskusja

Z badań własnych wynika, że na obszarach wiejskich daje się wyraźnie zauważyć zjawisko osamotnienia instytucjonalnego w jakim przychodzi funkcjonować przedsiębiorcom w agrobiznesie (tab. 1). Na obszarach wiejskich zachodniej Polski 27,0% przedsiębiorców w agrobiznesie stwierdza, że brak jest instytucji wspierających rozwój agrobiznesu. Natomiast tylko 26,0% badanych przedsiębiorców wskazało na ośrodki doradztwa rolniczego (ODR) jako miejsce, gdzie można uzyskać poradę i pomoc. Przedsiębiorcy do innych instytucji pomagających w rozwoju firm agrobiznesu zaliczyli: urzędy gmin i miast (23,2% wskazań), banki (13,2%), AWRSP (7,4%), firmy konsultingowo-doradcze (6,8%), ARiMR (6,4%), PFRON (6,1%).

Tabela 1; Table 1

Instytucje pomagające w rozwoju firm agrobiznesu
Institution instrumental in agribusiness enterprise development

Wyszczególnienie; Specification	Obszary wiejskie w Polsce: Rural areas in Poland			
	zachodniej western		wschodniej eastern	
	n*	% resp.	n*	% resp.
1	2	3	4	5
Nie ma takiej; There is not any	84	27,0	225	73,8
ODR; Agricultural Advisory Centers	81	26,0	12	3,9
Urząd gminy, miasta; Commune, town offices	72	23,2	6	2,0
Banki; Banks	41	13,2	35	11,5
ANR; Rural Estate Agency	23	7,4	10	3,3
Firmy konsultingowo-doradcze Consulting and advisory enterprises	21	6,8	8	2,6
AriMR Restructurization and Modernization Rural Agency	20	6,4	9	2,9
PFRON; PERON	19	6,1	10	3,3

1	2	3	4	5
Puratos Polska; Puratos Poland	18	5,8	4	1,3
Urząd Pracy; Work Offices	18	5,8	3	1,0
Doradca finansowy; Financial adviser	17	5,5	5	1,6
Starostwo powiatowe; Administrative district office	17	5,5	10	3,3
Provini Polska; Provini Poland	16	5,1	2	0,7
Zrzeszenie Piekarzy Polskich RP Polish Bakers Association	15	4,8	5	1,6
Instytucja handlowa o podobnej działalności Trade institutions of similar activity	15	4,8	3	1,0
Firmy handlujące dodatkami do żywności Enterprises trading food supplements	14	4,5	9	2,9
Akademia Rolnicza; Agricultural University	14	4,5	2	0,7
Firma kooperująca; Co-operating enterprise	13	4,2	5	1,6
Odbiorycy; Purchasers	13	4,2	24	7,7
Izba Rolnicza; Agricultural Chamber	13	4,2	10	3,3
Związek Hodowców Koni; Horse Breeders Association	11	3,5	4	1,3
Hurtownie; Wholesales	10	3,2	2	0,7

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

Szczególnie niekorzystną opinię o instytucjach wspomagających rozwój przedsiębiorczości w agrobiznesie wyrazili właściciele firm na obszarach wiejskich wschodniej Polski (tab. 1). Mianowicie aż 73,8% badanych przedsiębiorców w agrobiznesie stwierdziło, że na ich obszarze nie ma instytucji pomagających w rozwoju firm agrobiznesu. Pozostali przedsiębiorcy wymienili następujące instytucje: banki (11,5%), ODR (3,9%), AWRSP (3,3%), PFRON (3,3%), starostwa powiatowe (3,3%), izby rolnicze (3,3%).

Inne instytucje miały bardzo nieznaczny udział (od 0,7% do 2,9%) w udzielaniu pomocy przedsiębiorców w agrobiznesie w funkcjonowaniu i rozwoju ich firm. Uzyskane wyniki wskazują, że istnieje pilna potrzeba tworzenia systemu instytucjonalnego wsparcia rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich i małych miast.

W literaturze naukowej istnieje jednoznaczne stanowisko wielu autorów, że istnieje pilna potrzeba stworzenia systemu instytucji otoczenia biznesu, który winien skutecznie wspierać społeczno-gospodarczy rozwój obszarów wiejskich w aspekcie transformacji ustrojowej i integracji europejskiej. W opinii SPYCHALSKIEGO [2005] ważnym filarem programu rozwojowego obszarów wiejskich, a zwłaszcza aktywizacji społeczno-gospodarczej winno być budowanie otoczenia biznesowego i instytucjonalnego systemu wspierającego przedsiębiorczość. Chodzi tu nie tylko o zespół podmiotów finansowych, doradczych, ubezpieczeniowych czy szkoleniowych, ale również o mniej lub bardziej sformalizowane organizacje transferu technologii i myśli kierowniczej, inkubatory przedsiębiorczości, centra samorządności gospodarczej. Zdaniem autora część z tych instytucji może być kreowana w strukturach władzy lokalnej, a część jako podmioty pozarządowe i pożytku publicznego może być wynikiem inicjatyw oddolnych. Wszystkie one służyć powinny pobudzaniu ducha przedsiębiorczości, ujawnianiu oczekiwań spo-

tecznych i uczenia się przez naśladowictwo wzorów aktywności ekonomicznej [SPYCHAŁSKI 2005].

Zdaniem GRZYBEK [2005] ważną rolę może i powinien odgrywać Krajowy System Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Obejmuje on ponad 120 współpracujących organizacji, przez które przedsiębiorcy mają zapewniony dostęp do informacji, szkoleń oraz doradztwa na terenie kraju. W ofercie ośrodków znajdują się m.in.:

- „usługi doradcze – w dziedzinie marketingu, finansów, prawa, planowania, innowacji i transferu technologii, eksportu i jakości oraz podstawowe doradztwo dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą;
- usługi szkoleniowe – dotyczące finansów, księgowości, marketingu, prawa”.

Mając to na uwadze w badaniach własnych ważne było poznanie skali i rodzaju usług z których korzystali przedsiębiorcy w agrobiznesie (tab. 2). Stwierdzono, że 62,4% badanych przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski korzystało z usług prawno-finansowych. Do najważniejszych usług przedsiębiorcy zaliczyli: biuro rachunkowe, doradca finansowy (25,1% wskazań), radca prawny (17,4%), biuro podatkowe (16,4%), księgowość (16,1%), Urząd Skarbowy (13,2%), konsulting (12,5%), portale internetowe (11,9%).

Korzystnym zjawiskiem jest fakt, że aż 70,1% badanych przedsiębiorców na obszarach wiejskich zachodniej Polski korzystało z usług doradczych i konsultingowych, głównie następujących (tab. 2): ODR (41,5%), firma konsultingowa (38,9%), biuro rachunkowe (37,9%), firmy doradcze (33,8%), maklerzy (28,6%), serwis (26,0%), internet (22,5%), ARiMR (22,2%).

Stwierdzono, że 14,5% badanych przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski nie korzystało z żadnych usług (tab. 2).

Natomiast na obszarach wiejskich wschodniej Polski odnotowano znacznie mniejszy zakres korzystania firm agrobiznesu z usług różnych instytucji (tab. 2). Stwierdzono, że ponad co drugi przedsiębiorca w agrobiznesie (51,8%) korzystał z usług prawno-finansowych. Pozostali przedsiębiorcy korzystali z następujących usług: radca prawny (15,7% wskazań), biuro podatkowe (14,8%), biuro rachunkowe, doradca finansowy (10,2%), portale internetowe (10,2%), Urząd Skarbowy (9,2%), ODR (6,6%).

Również korzystanie z usług instytucji doradczych i konsultingowych przez przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski było znacznie mniejsze (53,4%) niż na obszarach zachodnich kraju (tab. 2). Do najważniejszych usług doradczych i konsultingowych przedsiębiorcy zaliczyli: biuro rachunkowe (31,5%), ODR (25,2%), ARiMR (15,1%), firma konsultingowa (14,4%), internet (14,4%), firmy doradcze (14,1%), doradztwo technologiczne (12,5%).

Bardzo niekorzystnym zjawiskiem jest fakt, że ponad co trzeci badany przedsiębiorca w agrobiznesie (37,7%) nie korzystał z usług żadnych instytucji (tab. 2).

Uzyskane wyniki badań znajdują pełne potwierdzenie w literaturze naukowej. Z badań MURAWIEC [1996] wynika, że bardzo ważną sprawą w rozwoju przedsiębiorczości na wsi obok niezbędnego kapitału jest doradztwo prawne, ekonomiczne, organizacyjne itp. Zdaniem autorki tylko co czwarta firma korzysta z obsługi prawno-finansowej i konsultingowej. Jednak 47,2% przedsiębiorców wiejskich widzi potrzebę korzystania z takich usług. Z badań autorki wynika, że firmy

które rozpoczęły działalność po 1995 r., częściej korzystają z takich usług i częściej widzą potrzebę zwracania się o nie do fachowców [MURAWIEC 1996].

Tabela 2; Table 2

Rodzaje usług, z których korzystały firmy agrobiznesu
Services used by agribusiness enterprises

Wyszczególnienie; Specification	Obszary wiejskie w Polsce: Rural areas in Poland:			
	zachodniej; western		wschodniej; eastern	
	n *	% resp.	n *	% resp.
a) prawno-finansowych (jakich instytucji?) legal and financial (which institutions?)	194	62,4	158	51,8
biuro rachunkowe, doradca finansowy accounting office, financial adviser	78	25,1	31	10,2
radca prawny; legal adviser	54	17,4	48	15,7
biuro podatkowe; tax office	51	16,4	45	14,8
księgowość; accountancy	50	16,1	27	8,9
Urząd Skarbowy; Fiscal Office	41	13,2	28	9,2
ODR; Agriculture Advisory Center	41	13,2	20	6,6
konsulting; consulting	39	12,5	16	5,2
portale internetowe; internet portals	37	11,9	31	10,2
znajomi; acquaintances	31	10,0	63	20,7
b) doradczych i konsultingowych, (jakich instytucji?) advisory and consulting (which institutions?)	218	70,1	163	53,4
ODR; Agricultural Advisory Centers	129	41,5	77	25,2
firma konsultingowa; consulting enterprise	121	38,9	44	14,4
biuro rachunkowe; accounting office	118	37,9	96	31,5
firmy doradcze; advisory enterprises	105	33,8	43	14,1
maklerzy; brokers	89	28,6	26	8,5
serwis; service	81	26,0	36	11,8
internet; internet	70	22,5	44	14,4
ARiMR; Agriculture Restructurization and Modernization Agency	69	22,2	46	15,1
gospodarstwa agroturystyczne; agrotourist farms	68	21,9	39	12,8
znajomi; acquaintances	61	19,6	77	25,2
technolog; technologist	61	19,6	37	12,1
c) innych (jakich?); other (which?)	24	7,7	8	2,6
prasa fachowa; professional press	21	6,8	4	1,3
marketingowe; marketing	18	5,8	2	0,7
d) nie korzysta; do not use	45	14,5	115	37,7

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

W badaniach własnych ważne było również poznanie źródeł poszukiwania przez przedsiębiorców w agrobiznesie pomocy w rozwiązywaniu problemów funk-

cjonowania ich firm (tab. 3). Z wypowiedzi badanych przedsiębiorców wynika, że szukali oni pomocy w rozwiązywaniu swoich problemów w bardzo różnych instytucjach, organizacjach, firmach oraz w innych źródłach. Przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski do najważniejszych źródeł poszukiwania pomocy zaliczyli: prasa, literatura fachowa (19,0% wskazań), ODR (18,3%), biuro rachunkowo-prawnicze (15,1%), rodzina, znajomi, wymiana doświadczeń (13,5%), firmy o podobnym profilu, inni przedsiębiorcy (12,5%), urząd gminy (11,9%).

Z wypowiedzi 18,3% przedsiębiorców wynika, że sami rozwiązują swoje problemy. Natomiast 16,4% przedsiębiorców stwierdziło, że nigdzie nie poszukuje pomocy w rozwiązywaniu problemów firmy.

Z kolei przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski wymienili następujące źródła poszukiwania pomocy w rozwiązywaniu problemów firmy (tab. 3): rodzina, znajomi, wymiana doświadczeń (20,7% respondentów), radca prawny (11,5%), doradca finansowy (6,9%), AWRSP (6,9%), klienci (6,9%), prasa, literatura fachowa (5,9%).

Tabela 3; Table 3

Źródła poszukiwania przez przedsiębiorców w agrobiznesie pomocy w rozwiązywaniu problemów funkcjonowania firm

The sources of assistance achieved by entrepreneurs solving in enterprise functioning problems

Wyszczególnienie; Specification	Obszary wiejskie w Polsce: Rural areas in Poland:			
	zachodniej, western		wschodniej, eastern	
	n*	% resp.	n*	% resp.
1	2	3	4	5
Prasa, literatura fachowa; Press, professional literature	59	19,0	18	5,9
Sam rozwiązuje; Solve myself	57	18,3	46	15,1
ODR; Agricultural Advisory Centers	57	18,3	13	4,3
Nigdzie nie poszukuje; Never looking for	51	16,4	76	24,9
Biuro rachunkowo-prawnicze Accounting and legal office	47	15,1	9	3,0
Rodzina, znajomi, wymiana doświadczeń Family, acquaintance and experience exchange	42	13,5	63	20,7
Firmy o podobnym profilu, inni przedsiębiorcy Similar profile enterprises, other entrepreneurs	39	12,5	7	2,3
Urząd Gminy; Commune office	37	11,9	13	4,3
Banki; Banks	34	10,9	8	2,6
Internet; Internet	34	10,9	4	1,3
Urząd Skarbowy; Fiscal office	33	10,6	2	0,7
Firmy konsultingowo-doradcze Consulting and advisory enterprises	33	10,6	4	1,3
Obserwacja rynku; Market observation	30	9,6	2	0,7
Radca prawny; Legal adviser	30	9,6	35	11,5
Doradca finansowy; Financial adviser	30	9,6	21	6,9
Telewizja, radio; Television, radio	27	8,7	2	0,7
Inspekcja Weterynaryjna; Veterinary Inspection	27	8,7	3	1,0

1	2	3	4	5
Starostwo Powiatowe; Administrative district office	25	8,0	3	1,0
Inspekcja Sanitarna; Sanitary inspection	25	8,0	3	1,0
Biuro podatkowe; Tax office	21	6,8	14	4,6
Firmy kooperacyjne; Co-operating enterprises	21	6,8	12	3,9
Specjaliści; Specialists	20	6,4	3	1,0
ZUS; Social Insurance Office	20	6,4	2	0,7
Urząd Pracy; Work Office	19	6,1	4	1,3
Zachodnie firmy technologiczne Foreign technological enterprises	19	6,1	-	-
ANR; Rural Estate Agency	18	5,8	21	6,9
Akademia Rolnicza; Agricultural University	17	5,5	-	-
Dostawcy; Suppliers	17	5,5	10	3,3
Klienci; Customers	17	5,5	21	6,9
Izba Gospodarcza; Economic activity Chamber	17	5,5	3	1,0
Izba Rolnicza; Agricultural Chamber	15	4,8	2	0,7
Urząd Wojewódzki; Province Office	14	4,5	3	1,0

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

Z niepokojem należy odnotować fakt, że prawie co czwarty przedsiębiorca w agrobiznesie (24,9%) nigdzie nie poszukuje pomocy w rozwiązywaniu problemów firmy. Wydaje się, że problemów w rozwoju firm agrobiznesu na obszarach wiejskich jest bardzo dużo, o czym świadczy niska kondycja finansowa firm, mała konkurencyjność i niski poziom innowacyjności.

Zdaniem FIRLEJA [2003] doradztwo w Danii zostało doprowadzone do idealnego modelu i stanowi globalny inkubator przedsiębiorczości, który może być wzorem dla wielu krajów europejskich. Również rolnictwo duńskie m.in. dzięki doradztwu rolniczemu zostało doprowadzone do wzorcowego modelu na terenach Unii Europejskiej. Autor stwierdza, że doradztwo w krajach Unii Europejskiej jest jednym z głównych czynników rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich.

Ważnym problemem rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich jest niska skala popytu na produkty i usługi. Uwzględniając tą barierę badanym przedsiębiorcom postawiono pytanie dotyczące zapotrzebowania na informację odnośnie rynków, które chcieliby oni otrzymywać. Stwierdzono, że zdecydowana większość przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski chciałaby otrzymywać następujące informacje (tab. 4): ceny produktów i usług (89,7% wypowiedzi), do kogo kierować swoją ofertę (87,1%), doradztwo z zakresu marketingu (81,0%).

Natomiast prawie wszyscy przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski (97,7%) chcieliby uzyskać informację – do kogo kierować swoją ofertę (tab. 4). Zapewne jest to związane z niską skalą popytu na produkty i usługi na tych obszarach wiejskich w związku z ubożeniem społeczeństwa. Na kolejnym miejscu przedsiębiorcy wymienili informacje o cenach produktów i usług (79,3%) oraz doradztwo z zakresu marketingu (62,0%).

Zdaniem GILA i CHORÓBA [2002] sprawnie działający system informacji rynkowej umożliwia łatwy dostęp do podstawowej wiedzy rynkowej, która zapewnia sprawne funkcjonowanie firm sektora rolno-spożywczego. System informacji rynkowej informuje również przedsiębiorców o długofalowych trendach na rynkach światowych, co pozwala na podejmowanie odpowiednich inwestycji oraz ułatwia konkurowanie na rynkach międzynarodowych. Sprawnie działający system informacji jest podstawowym warunkiem zmniejszenia ryzyka ekonomicznego i poprawy sytuacji dochodowej w rolnictwie i jego otoczeniu.

Tabela 4; Table 4

Zapotrzebowanie przedsiębiorców w agrobiznesie na informację rynkową
Agribusiness entrepreneurs demand for market information

Wyszczególnienie Specification	Obszary wiejskie w Polsce: Rural areas in Poland:			
	zachodniej; western		wschodniej; eastern	
	n*	% resp.	n*	% resp.
1. Ceny produktów i usług; Products and services prices	279	89,7	242	79,3
2. Do kogo kierował swoją ofertę; To whom direct offer	271	87,1	298	97,7
3. Doradztwo z zakresu marketingu; Marketing advisory	252	81,0	189	62,0
4. Inne (jakie?); Other (which?):	67	21,5	83	27,2
analiza ilości wyprodukowanych towarów commodity quantity analysis	36	11,6	39	12,8
nowe produkty; new products	41	13,2	37	12,1
podaż towarów; commodity supply	11	3,5	19	6,2
potrzeby rynku; market demondo	13	4,2	5	1,7
ceny surowców; stock prices	15	4,8	32	10,5

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

Ważnym czynnikiem osiągnięcia sukcesu w rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich jest bieżące doskonalenie wiedzy i umiejętności przez właścicieli firm. Mając to na uwadze badanych przedsiębiorcom w agrobiznesie postawiono pytanie – z jakich dziedzin wiedzy i umiejętności jest im potrzebne podniesienie kwalifikacji (tab. 5). W odpowiedzi przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski wymienili następujące dziedziny: prawo i przepisy (29,9% wypowiedzi), reklama i marketing, promocja (28,6%), rachunkowość, finanse, księgowość (26,0%), zarządzanie, prowadzenie firmy (19,0%), podatki (18,3%), ekonomia (16,4%), wiedza technologiczna (16,1%).

Badani przedsiębiorcy zachodniej Polski wymienili również szereg innych dziedzin i zagadnień, które są specyficzne dla różnych branż, którymi się zajmują ich firmy.

Natomiast przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski nieco inaczej uszeregowali dziedziny wiedzy, z których jest im potrzebne doskonalenie zawodowe (tab. 5). Badani przedsiębiorcy do najważniejszych dziedzin wiedzy zaliczyli: ochrona środowiska (33,8% wypowiedzi), prawo, przepisy (19,7%), rachunkowość, finanse, księgowość (19,7%), przystosowanie się do wy-

mogów UE (16,7%), podatki (14,1%), zarządzanie, prowadzenie firmy (12,5%), negocjacje, nawiązywanie kontaktów z partnerami (12,1%), prawo pracy (12,1%).

Przedsiębiorcy wymienili również szereg innych dziedzin i zagadnień, ale w znacznie mniejszym zakresie potrzeb niż właściciele firm agrobiznesu z zachodniej Polski (tab. 5).

Tabela 5; Table 5

Dziedziny, z których potrzebne jest doskonalenie wiedzy i umiejętności przedsiębiorców (w opinii przedsiębiorców)

Fields the entrepreneurs knowledge and skill improvement is needed (in entrepreneurs' opinion)

Wyszczególnienie; Specification	Obszary wiejskie w Polsce: Rural areas in Poland:			
	zachodniej; western		wschodniej; eastern	
	n*	% resp.	n*	% resp.
I	2	3	4	5
Prawo, przepisy; Law, legal regulations	93	29,9	60	19,7
Reklama i marketing, promocja Advertisement, marketing, promotion	89	28,6	9	3,0
Rachunkowość, finanse; Accountancy, finances	81	26,0	60	19,7
Zarządzanie, prowadzenie firmy Management, enterprise running	59	19,0	38	12,5
Podatki; Taxes	57	18,3	43	14,1
Ekonomia; Economy	51	16,4	26	8,5
Wiedza technologiczna; Technological knowledge	50	16,1	21	6,9
Wiedza fachowa w zależności od branży Specialistic knowledge depending on branch	47	15,1	4	1,3
Jak być konkurencyjnym; How to be competitive	47	15,1	36	11,8
Ochrona środowiska; Environment protection	46	14,8	103	33,8
Negocjacje; Negotiations	45	14,5	37	12,1
Przystosowanie się do wymogów UE Adjustment to EU standards	45	14,5	51	16,7
Nowe technologie produkcji New production technologies	41	13,2	21	6,9
Informatyka, kurs komputerowy Infomatics, computer course	39	12,5	11	3,6
Kursy specjalistyczne; Specialistic courses	39	12,5	28	9,2
Umiejętność zarządzania ludźmi Human resource management skills	38	12,2	34	11,1
Prawo pracy; Law of labour	38	12,2	37	12,1
Ekologiczna produkcja; Ecological production	36	11,6	29	9,5
Języki obce; Foreign languages	36	11,6	10	3,3
Przetwórstwo; Food processing	34	10,9	19	6,2
Etyka; Ethics	34	10,9	28	9,2
Administracja; Administration	34	10,9	10	3,3
BHP; Work safety and hygiene	31	10,0	34	11,1
Handel; Trade	31	10,0	19	6,2

1	2	3	4	5
Nowe produkty; New products	29	9,3	16	5,2
Kredyty i pożyczki; Credits and loans	29	9,3	24	7,7
Biopaliwa; Biofuels	28	9,0	19	6,2
Choroby cywilizacyjne; Civilization diseases	28	9,0	26	8,5
Materiałoznawstwo; Commercial materials science	27	8,7	19	6,2
Nowoczesne maszyny; Modern machines	27	8,7	24	7,7
Przetwórstwo drewna; Wood processing	26	8,4	16	5,2
Zagospodarowanie terenu; Spatial management	24	7,7	5	1,6
Ogrodnictwo; Horticulture	24	7,7	6	2,0
Pozyskanie środków unijnych; Gaining European funds	23	7,4	19	6,2

* respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne; Source: own survey

Natomiast z badań MURAWIEC [1996] wynika, że przedsiębiorcom na obszarach wiejskich, bardzo przydatna okazuje się umiejętność kalkulowania kosztów i rachunku opłacalności (40,0%). Ważna jest również umiejętność organizowania pracy (20,0%) i wiedza technologiczna (14,5%). Natomiast o powodzeniu w biznesie decyduje troska o klienta (36,4%), wytrwałość (31,0%) i pieniądze (25,4%). Wynika stąd, że właściciele prawidłowo oceniają czynniki warunkujące sukces w biznesie.

Badanym przedsiębiorcom postawiono również bardzo konkretne pytanie, które dotyczyło dziedzin wiedzy, z których faktycznie chcieliby oni skorzystać i uzupełnić swoje doświadczenie zawodowe (tab. 6). Przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski wymienili następujące dziedziny wiedzy: reklama i marketing, promocja (44,7% wskazań), wiedza prawnicza, przepisy prawne (42,1%), rachunkowość, księgowość (41,5%), wiedza technologiczna (40,8%), zarządzanie, prowadzenie firmy (38,9%), nowe technologie produkcji (38,9%), podatki (37,6%), ekonomia (37,6%). Warto dodać, że badani przedsiębiorcy wymienili również szereg innych dziedzin, z których chcieliby skorzystać i uzupełnić swoje doświadczenie. Jednak aż 37,0% badanych przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski stwierdziło, że nie ma potrzeby uzupełniania swego doświadczenia (tab. 6).

Natomiast przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski chcieliby skorzystać i uzupełnić swoje doświadczenie z następujących dziedzin: podatki (33,8% wskazań), możliwości pozyskania środków finansowych (33,8%), ochrona środowiska, ekologia (28,2%), przepisy UE (28,2%), ekonomia przedsiębiorstwa (27,2%), przedsiębiorczość (24,3%), budownictwo (24,3%), kredyty i pożyczki (23,3%). Pozostałe dziedziny i zagadnienia, które wymienili badani przedsiębiorcy mają mniejszy zakres zainteresowań i dotyczą specyfiki poszczególnych branż agrobiznesu. Z kolei aż 38,0% badanych przedsiębiorców stwierdziło, że nie ma potrzeby uzupełniania swoich doświadczeń (tab. 6).

Analizując przedstawione opinie przedsiębiorców w agrobiznesie o dziedzinach wiedzy i innych zagadnieniach, które określili jako przydatne w podnoszeniu swoich kwalifikacji należy stwierdzić, że stanowią one jednocześnie potrzeby i oczekiwania doradcze. Instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości na

obszarach wiejskich winny wykorzystać wymienione dziedziny wiedzy i inne zagadnienia w procesie doradztwa i konsultingu na rzecz rozwoju przedsiębiorczości mieszkańców wsi.

Tabela 6; Table 6

Dziedziny wiedzy, z których chciałby przedsiębiorca skorzystać
i uzupełniać swoje doświadczenie

Fields of knowledge the entrepreneur would like to use and complete his experience

Wyszczególnienie; Specification	Obszary wiejskie w Polsce: Rural areas in Poland			
	zachodniej; western		wschodniej; eastern	
	n *	% resp.	n *	% resp.
1	2	3	4	5
Reklama i marketing, promocja Advertisement, marketing, promotion	139	44,7	42	13,8
Przepisy prawne; Legal regulations	131	42,1	34	11,1
Rachunkowość, księgowość; Eccountancy, bookkeeping	129	41,5	49	16,1
Wiedzy technologicznej; Technological knowledge	127	40,8	27	8,9
Zarządzanie, prowadzenie firmy Management, enterprise running	121	38,9	23	7,5
Nowe technologie produkcji New production technologies	121	38,9	27	8,9
Podatki; Taxes	117	37,6	103	33,8
Ekonomia; Economy	117	37,6	11	3,6
Nie ma potrzeby; There is no need	115	37,0	116	38,0
Języki obce; Foreign languages	113	36,3	37	12,1
Przetwórstwo; Processing	110	35,4	28	9,2
Jak utrzymać się na rynku; How to stay on the market	108	34,7	51	16,7
Kredyty i pożyczki; Credits and loans	108	34,7	71	23,3
Przedsiębiorczość; Entrepreneurship	108	34,7	74	24,3
Ochrona środowiska, ekologia; Environment protection	101	32,5	86	28,2
Ekologiczne źródła energii; Ecological energy sources	101	32,5	51	16,7
Turystyka i wypoczynek; Tourism and resting	97	31,2	69	22,6
Budownictwo; Architecture	91	29,3	74	24,3
Przepisy UE; EU regulations	91	29,3	86	28,2
Zasady handlu; Trade rulltes	89	28,6	43	14,1
Zootechnika, weterynaria; Zootechnics, veterinary	89	28,6	5	1,6
Sadownictwo; Orchard farming	87	28,0	69	22,6
Możliwości pozyskania środków Funds gaining possibility	86	27,7	103	33,8
Ekonomika przedsiębiorstwa; Enterprise economics	85	27,3	83	27,2
Branża drzewna; Wood trade	85	27,3	63	20,7
Możliwości nawiązywania kontaktów z firmami promującymi Possibilities of contacts with promotion enterprises	81	26,0	71	23,3
Inseminacja; Artificial insemination	81	26,0	48	15,7

1	2	3	4	5
Genetyka; Genetics	79	25,4	51	16,7
Przemysł maszynowy; Machinery industry	77	24,8	45	14,7
Przetwórstwo drewna; Wood processing	74	23,8	63	20,7
Otwarcie działalności za granicą Opening activity abroad	71	22,8	51	16,7
Przechowywanie; Storage and preservation	71	22,8	43	14,1
Cukiernictwo; Confectionery business	64	20,6	38	12,5
Dietetyka; Dietetics	61	19,6	48	15,7
Kowalstwo; Smithing	61	19,6	43	14,1
Produkcja mięsa; Meat production	53	17,0	32	10,5
Przetwórstwo mleka; Milk processing	53	17,0	36	11,8
Rolnictwo ekologiczne; Ecological farming	47	15,1	39	12,8
Rybackstwo; Fishery	41	13,2	36	11,8
Technologia żywienia zwierząt Animals nutrition technology	37	11,9	28	9,2
Wulkanizacja; Vulcanization	31	10,0	10	3,3

* respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi; respondents could give more than one answer

Źródło: badania własne, Source: own survey

GRZYBEK [2005] zauważa, że obecna sytuacja rynkowa sprawia, iż powstaje konieczność budowania przedsiębiorstw przyszłości opartych na wiedzy, profesjonalizmie, jakości – efektywnych i konkretnych w działaniu. Wiedza i inteligencja powinny być podstawowym bogactwem przedsiębiorców, którzy pragną, aby ich firmy zajmowały mocną pozycję rynkową. Dlatego o wzrost poziomu wiedzy powinien zadbać każdy pracownik firmy.

Podobnego zdania jest również SKRZYPEK [2002], który podkreśla, że niezbędnym warunkiem rozwoju przedsiębiorstw jest posiadanie wiedzy, która:

- „umożliwia badanie i rozwój procesów zachodzących w otoczeniu firmy;
- wykorzystanie szans stwarzanych przez rynek kapitałowy;
- posługiwanie się technikami informatycznymi w celu podejmowania trafnych decyzji;
- trafny wybór miejsc lokowania kapitału”.

Wnioski

1. Z badań wynika, że na obszarach wiejskich daje się wyraźnie zauważyć zjawisko osamotnienia instytucjonalnego w jakim przychodzi funkcjonować przedsiębiorcom w agrobiznesie. Na obszarach wiejskich zachodniej Polski 27,0% przedsiębiorców w agrobiznesie stwierdziło, że brak jest instytucji wspierających rozwój agrobiznesu. Pozostali przedsiębiorcy wymienili następujące instytucje, które są pomocne w rozwoju przedsiębiorczości: ośrodki

doradztwa rolniczego (26,0%), urzędy gmin i miast (23,2%), banki (13,2%), AWRSP (7,4%), instytucje konsultingowo-doradcze (6,8%), ARiMR (6,4%) oraz PFRON (6,1%). Szczególnie niekorzystną opinię o instytucjach wspomagających rozwój przedsiębiorczości w agrobiznesie wyrazili właściciele firm agrobiznesu na obszarach wiejskich wschodniej Polski. Mianowicie aż 73,8% badanych przedsiębiorców w agrobiznesie stwierdziło, że na ich obszarze nie ma instytucji pomagających w rozwoju firm agrobiznesu. Uzyskane wyniki badań wskazują, że istnieje pilna potrzeba tworzenia systemu instytucjonalnego wsparcia rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich.

2. Ważnym problemem rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich jest niska skala popytu na produkty i usługi. Uwzględniając tą barierę ważnym zagadnieniem jest poznanie zapotrzebowania przedsiębiorców na informacje dotyczące interesujących ich rynków. Stwierdzono, że zdecydowana większość przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski chciałaby otrzymywać następujące informacje: ceny produktów i usług (89,7% przedsiębiorców), do kogo kierować swoją ofertę (87,1%), doradztwo z zakresu marketingu (81,0%). Natomiast prawie wszyscy przedsiębiorcy (97,7%) na obszarach wiejskich wschodniej Polski chcieliby uzyskać informację na temat – do kogo kierować swoją ofertę. Zapewne jest to związane z niską skalą popytu na produkty i usługi na wschodnich obszarach kraju w związku z ubożeniem społeczeństwa. Uzyskane wyniki badań wskazują, że istnieje potrzeba tworzenia systemu informacji rynkowej, który zapewniłby łatwy i szybki dostęp do podstawowej informacji rynkowej oraz informacji o sytuacji bieżącej i długofalowych trendach na rynkach światowych, a zwłaszcza Unii Europejskiej. Stanowi to podstawowy warunek funkcjonowania i rozwoju firm agrobiznesu na obszarach wiejskich i małych miast. W tworzenie tego systemu informacji rynkowej winny włączyć się instytucje otoczenia biznesu.
3. Ważnym czynnikiem osiągnięcia sukcesu w rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich jest bieżące doskonalenie wiedzy i umiejętności przez właścicieli firm agrobiznesu. Najwięcej przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski chciałoby podnosić swoje kwalifikacje w następujących dziedzinach: prawo i przepisy (29,9%), reklama, marketing i promocja (28,6%), rachunkowość, finanse, księgowość (26,0%), zarządzanie firmą (19,0%), podatki (18,3%), ekonomia (16,4%) oraz wiedza technologiczna (16,1%). Natomiast przedsiębiorcy w agrobiznesie na obszarach wiejskich wschodniej Polski nieco inaczej uszeregowali dziedziny wiedzy, z których jest im potrzebne doskonalenie zawodowe. Przedsiębiorcy do najważniejszych dziedzin wiedzy zaliczyli: ochronę środowiska (33,8%), prawo, przepisy (19,7%), rachunkowość, finanse, księgowość (19,7%), przystosowanie się do wymogów UE (16,7%). Przedstawione opinie przedsiębiorców o dziedzinach wiedzy i innych zagadnieniach im potrzebnych są jednocześnie ich potrzebami doradczymi, które winny wykorzystać instytucje doradcze i konsultingowe we wspieraniu rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich.

Literatura

- FIRLEJ K. 2003. *Przedsiębiorczość wiejska w krajach Unii Europejskiej*. Wyd. Biuro Informacji i Dokumentacji Kancelarii Senatu, Dział Informacji i Ekspertyz, OT-380, Warszawa: 12 ss.
- GIL K., CHORÓB R. 2002. *Rola doradztwa w rozwoju przedsiębiorczości rolników Podkarpacia*. Zagadnienia Doradztwa Rolniczego 1: 45–53.
- GRZYBEK M. 2005. *Wiedza a przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*. Zagadnienia Doradztwa Rolniczego 1: 53–60.
- MURAWIEC A. 1996. *Przedsiębiorczość w gminie (materiały z badań)*. Wieś i Doradztwo 4: 17–20.
- SKRZYPEK E. 2002. *Kapitał intelektualny jako czynnik stymulujący rozwój przedsiębiorczości*, w: *Strategia rozwoju społecznej gospodarki rynkowej w Polsce*. S. Partycki (Red.), cz. I, Wyd. UMCS Lublin: 33–38.
- SPYCHAŁSKI G. 2005. *Wybrane charakterystyki kapitału ludzkiego polskich obszarów wiejskich*. Prace Naukowe AE we Wrocławiu 1070: 290–296.
- WARZYŃIAK B.M. 2001. *Naukowe podstawy funkcjonowania doradztwa w agrobiznesie*. Zagadnienia Doradztwa Rolniczego 2/3: 19–25.
- WIATRAC A.P. 1999. *Doradztwo rolnicze w globalnym ujęciu*. Zagadnienia Doradztwa Rolniczego 4: 7–15.

Słowa kluczowe: doradztwo i konsulting w agrobiznesie, właściciele firm agrobiznesu, informacje rynkowe, doskonalenie wiedzy i umiejętności przedsiębiorców

Streszczenie

Poznano rolę rolniczego doradztwa i konsultingu w rozwoju firm agrobiznesu na obszarach wiejskich zachodniej i wschodniej Polski. Badaniami objęto 311 przedsiębiorstw agrobiznesu o różnych kierunkach działalności na obszarach wiejskich zachodniej Polski i 305 firm na wschodnich obszarach wiejskich w kraju. Badania przeprowadzono metodą sondażu diagnostycznego z zastosowaniem kwestionariusza wywiadu na przełomie 2004 i 2005 roku. Z badań wynika, że 27,0% przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski stwierdziło, że brak jest instytucji wspierających rozwój agrobiznesu. Szczególnie niekorzystne opinie o instytucjach wspomagających rozwój przedsiębiorczości w agrobiznesie wyrazili właściciele firm na obszarach wiejskich wschodniej Polski. 73,8% badanych przedsiębiorców stwierdziło, że na ich obszarze nie ma instytucji pomagających w rozwoju firm agrobiznesu. Stwierdzono, że zdecydowana większość przedsiębiorców w agrobiznesie na obszarach wiejskich zachodniej Polski chciałaby otrzymywać następujące informacje: ceny produktów i usług (89,7%), do kogo kierować swoją ofertę (87,1%), doradztwo z zakresu marketingu (81,0%). Przedsiębiorcy we wschodnich regionach kraju chcieliby natomiast uzyskać informacje na temat: do kogo kierować swoją ofertę (97,7%), ceny pro-

duktów i usług (79,3%) oraz doradztwo z zakresu marketingu (62,0%). Najwięcej przedsiębiorców na obszarach wiejskich zachodniej Polski chciałoby podnieść swoje kwalifikacje z następujących dziedzin: prawo i jego przepisy (29,9%), reklama, marketing i promocja (28,6%), rachunkowość, finanse i księgowość (26,0%), zarządzanie firmą (19,0%), podatki (18,3%), ekonomia (16,4%) oraz wiedza technologiczna (16,1%). Przedsiębiorcy na obszarach wiejskich wschodniej Polski chcieliby podnieść swoje kwalifikacje głównie w zakresie ochrony środowiska (33,8%), prawo i jego przepisy (19,7%), rachunkowość, finanse i księgowość (19,7%), integracja z UE (16,7%), podatki (14,1%) oraz zarządzanie firmą (12,5%).

THE ROLE OF ADVISORY AND CONSULTING IN AGRIBUSINESS DEVELOPMENT ON RURAL AREAS

Wojciech Gotkiewicz

Department of Agribusiness and Environmental Economics,
University of Warmia and Mazury, Olsztyn

Key words: advisory and consulting in agribusiness, agribusiness enterprise owners, market information, entrepreneurs knowledge and skill improvement

Summary

The survey recognized the role of advisory and consulting in agribusiness enterprise development on rural areas of western and Eastern Poland. The survey included 311 agribusiness enterprises of different activity directions on rural areas of western Poland and 305 enterprises on east country rural areas. The survey was carried out in 2004 and 2005 with the use of inquiry questionnaire method. The survey proved that 27% agribusiness entrepreneurs on rural areas of western Poland found the lack of institutions supporting agribusiness development. Particularly disadvantageous opinion concerning the institutions supporting enterprise development on rural areas was expressed by enterprises owners on rural areas of the eastern Poland. Over 73% inquired entrepreneurs stated that there is a lack of institutions supporting agribusiness enterprise development on their areas. The vast majority of agribusiness entrepreneurs on rural areas of western Poland would like to get the following information: products' and service prices (89.7%), to whom direct their offer (87.1%), marketing advisory (81.0%). Vast majority of entrepreneurs would like to improve their qualifications in following fields: law and legal regulations (29.9%), advertisement, marketing, promotion (28.6%), accountancy, finances and bookkeeping (26.0%), enterprise management (19.0%), taxes (18.3%), economics (16.4%) and technological knowledge (16.1%). Entrepreneurs on rural areas of the eastern Poland would like to improve their qualifications mainly in environment protection (33.8%), law and legal regulations (19.7%), accountancy, finances and bookkeeping

(19.7%), EU integration (16.7%), tax system (14.1%) and enterprise management skills (12.5%).

Dr inż. Wojciech Gotkiewicz
Katedra Agrobiznesu i Ekonomii Środowiska
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski
Plac Łódzki 2
10-957 OLSZTYN
e-mail: wojciech.gotkiewicz@uwm.edu.pl