

OCENA POZIOMU INNOWACYJNOŚCI FIRM PROWADZONYCH PRZEZ KOBIETY WIEJSKIE ¹

Katarzyna Brodzińska

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

Wstęp

Rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich warunkowany jest wieloma czynnikami, które w różnym stopniu na przestrzeni kilkunastu ostatnich lat wpływały na tempo i dynamikę zarówno powstawania, jak i rozwoju przedsiębiorzeń gospodarczych. Niemniej jednak sukces gospodarczy osiągnęły przede wszystkim te firmy, które potrafiły dostrzec istniejące na rynku nisze i właściwie je wykorzystać oraz te, które wprowadzały na rynek nowe produkty i usługi. W jednym i drugim przypadku firmy te można zaliczyć do innowacyjnych. Za innowacyjne uważa się zatem te działania gospodarcze, w wyniku których proces tworzenia i konsumpcji nowych produktów jest dostosowany do zmian zachodzących w otoczeniu. Takie rozumienie innowacyjności wywodzi się z ogólnych definicji innowacji, które prezentuje literatura naukowa. Bardziej nowoczesne ujęcie procesu innowacyjnego określa go jako ciąg interakcji, którego celem jest zmiana produktowa, technologiczna, organizacyjna, jak również społeczna [DAMANPOUR, GOPALAKRISHNAN 2001]. Proces ten charakteryzuje się nowym sposobem zastosowania nauki i technologii zapewniającym sukces rynkowy. Należy jednak stwierdzić, że sukces jest pojęciem względnym. W zależności od osoby i sytuacji to samo zdarzenie może zostać określone jako sukces lub jako niepowodzenie. Z punktu widzenia procesu innowacyjnego o sukcesie można mówić wtedy, kiedy osiągnięty zostanie cel, dla którego wprowadzona została zmiana, czy to będzie podbój rynków światowych, czy tylko utrzymanie się na pozycjach do tej pory osiągniętych. Zdaniem SKORSKIEJ-WOLAK [2000] Ostatecznym celem działania przedsiębiorcy jest więc innowacja przynosząca określone korzyści: czy to materialne – pomnażając zainwestowany kapitał, czy niematerialne – dając zadowolenie i satysfakcję, przyczyniając się do uznania w społeczności lokalnej.

Ocena poziomu innowacyjności firm działających na obszarach wiejskich jest dość trudna z uwagi na fakt, że innowacje w dużym stopniu zależne są od wiedzy ogólnej, zasobów doświadczeń, kontaktów społecznych i co ważne są społecznie zlokalizowane, co znaczy że powstają w konkretnej przestrzeni geografii-

¹ Wykonano w ramach tematu badawczego 3P06R10724.

cznej i kulturowej [GUINET, POLT 1998]. Ponadto ocena innowacyjności ma najczęściej charakter subiektywny i w dużym stopniu zależy od przyjętych kryteriów, które są związane z indywidualnym doznaniem jednostki implementującej określone działania, uznawane z jej punktu widzenia za nowe [NEWMAN i in. 2001].

W związku z powyższym, by skutecznie wspierać przedsiębiorczość na obszarach wiejskich, w tym również firmy prowadzone przez kobiety wiejskie, konieczna jest polityka proinnowacyjna uwzględniająca zarówno poziom innowacyjności firm, jak i ich zróżnicowanie regionalne.

Celem badań była ocena poziomu innowacyjności firm prowadzonych przez kobiety na obszarach wiejskich. Badaniami objęto 231 przedsięwzięć gospodarczych.

Cel, przedmiot i metody badań

Obszar badań obejmował gminy zróżnicowane pod względem stopnia rozwoju gospodarczego zlokalizowane w trzech regionach badawczych:

- region I – północny, obejmujący województwa: zachodniopomorskie (gminy: Człopa, Drawno, Recz, Choszczno), pomorskie (gminy: Nowa Karczma, Karsin, Dziemiany, Kościerzyna), warmińsko-mazurskie (gminy: Jonkowo, Stawiguda, Barczewo, Biskupiec);
- region II – środkowo-wschodni, województwa podlaskie (gminy: Białowieża, Narewka, Czeremcha i Kleszczele) i mazowieckie (gminy: Olszewo Borki, Krasnosielec, Krzynowłoga Mała);
- region III – województwo wielkopolskie (gminy: Budzyń, Margonin, Łobżenica, Szamocin).

Badania przeprowadzono w 2005 roku. Podstawowym kryterium doboru firm do badań były wskazania lokalnej społeczności, doradców terenowych ODR oraz przedstawicieli samorządów lokalnych. W obrębie każdej z gmin poszukiwano kobiet prowadzących działalność gospodarczą i wyróżniających się w środowisku lokalnym ze względu na rodzaj prowadzonej działalności, skalę działania czy też uzyskiwane efekty ekonomiczne.

Zastosowaną metodą badawczą był sondaż diagnostyczny, a narzędziem badawczym kwestionariusz wywiadu. Analiza statystyczna materiału badawczego pozwoliła na ustalenie współzależności badanych zmiennych.

Wyniki badań i dyskusja

Specyfika przedsiębiorczości wiejskiej polega na tym, że najczęściej to właśnie środowisko lokalne jest jednym z głównych czynników określających zdolność przedsiębiorstwa do przetrwania i rozwoju. Ponieważ aktywność gospodarcza kobiet wiejskich jest w dużym stopniu oparta na sile nabywczej społeczności lokalnej, trafny wybór rodzaju przedsięwzięcia jest szczególnie ważny. Z badań

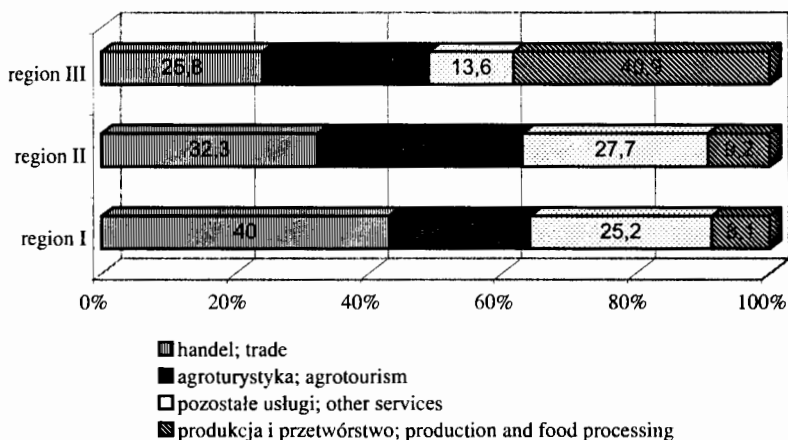
wynika, że istnieje statystyczna zależność² pomiędzy rodzajem działalności gospodarczej kobiet wiejskich, a regionem badawczym. W regionach I i II przedsiębiorczość kobiet rozwijała się głównie w działalności usługowej, przy czym procentowy jej udział był większy w województwach środkowo-wschodnich (59%), niż północnych (53,8%). W województwie wielkopolskim dominowała natomiast działalność mieszana, łącząca ze sobą różne rodzaje działalności, najczęściej były to firmy produkcyjno-handlowe (tab. 1).

Tabela 1; Table 1

Kierunki działalności gospodarczej kobiet na obszarach wiejskich
Trends of women enterprise activity on rural areas

Kierunek działalności Trend of activity	Ogółem Total (%)	Struktura działalności w regionach Activity structure in regions		
		region I	region II	region III
Handlowa; Trade	29,0	33,1	29,5	15,0
Usługowa; Services	48,9	53,8	59,0	17,5
Produkcyjna; Production	4,8	3,8	4,9	7,5
Mieszana; Mixed	17,3	9,2	6,6	60,0
Ogółem; Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: badania własne; Source: own survey



Rys. 1. Dziedziny gospodarczej aktywności kobiet wiejskich (źródło: badania własne)
Fig. 1. Fields of economic activity of surveyed enterprises (source: own survey)

² W analizie statystycznej współczynnik V-Cramera przyjmuje wartość 0,38, co dla $\alpha = 0,05$ i $df = 6$ daje podstawę odrzucenia hipotezy zerowej mówiącej o braku zależności pomiędzy analizowanymi zmiennymi, na rzecz hipotezy alternatywnej mówiącej o zależności korelacyjnej pomiędzy zmiennymi. Zatem istnieje statystyczna zależność pomiędzy rodzajem działalności gospodarczej kobiet wiejskich, a regionem badawczym.

Z analizy szczegółowej wynika, że w działalności usługowej na obszarze województw północnych dominowała działalność handlowa (40%), natomiast w województwach środkowo-wschodnich agroturystyka (30,8%) i pozostała działalność usługowa (27,7%). Inaczej przedstawiała się sytuacja w województwie wielkopolskim, charakteryzującym się wysoką kulturą rolną, gdzie dominowała produkcja i przetwórstwo oparte głównie na prowadzonej intensywnie produkcji rolniczej (rys. 1). Wysoki udział agroturystyki w strukturze działalności usługowej w regionie województw północnych i środkowo-wschodnich (regiony I i II) wynikał oczywiście z renty położenia. Z uwagi na fakt, że warunki klimatyczne w tych regionach pomimo znacznej atrakcyjności tych terenów, również ograniczają poziom rozwoju tradycyjnie rozumianej turystyki, działania środowisk wicjskich skupiają się na stworzeniu produktów turystycznych zachęcających do odwiedzania regionów również poza sezonem wakacyjnym. W tym kontekście wiele przykładów przedsięwzięć agroturystycznych można uznać za innowacyjne. Badania wykazały, że kobiety szczególnie w regionie województw środkowo-wschodnich najczęściej świadczyły usługi nie tylko wykorzystujące nisze rynkowe, ale również poprawiające infrastrukturę bazy turystycznej. Doskonałym przykładem wykorzystania niszy rynkowej może być np. prowadzenie agencji pocztowej. Z innych usług należy wskazać na: prowadzenie pensjonatu dla koni, możliwość podejmowania nauki jazdy konnej, świadczenie usług przewodnickich połączone z organizowaniem przejażdżek bryczką, czy organizacją kuligów w sezonie zimowym. Powstają również punkty, w których można wypożyczyć sprzęt turystyczny. Innowacje w agroturystyce są zatem w większym stopniu nowościami społecznymi, przełamując bowiem pewne stereotypy myślenia i działania, uczą współdziałania i kooperacji podmiotów świadczących zarówno usługi turystyczne, jak i okołoturystyczne.

Z doświadczeń wysoko rozwiniętych gospodarczo krajów wynika, że chociaż sektor małych i średnich przedsiębiorstw jako całość odgrywa znaczącą rolę w postępie ekonomicznym, to zaledwie mniejszość szybko rozwijających się przedsięwzięć odpowiedzialna jest za większość korzystnych efektów będących wynikiem działalności tego sektora. Zdaniem THWAITES i WYNARCZYK [1996] istnieje znaczący związek między istotą i zasięgiem innowacyjnej działalności firmy, a jej dynamiką wzrostu. Najbardziej nowatorskie firmy tworzą najwięcej dodatkowych miejsc pracy, działają najefektywniej i mają największy udział w rozwoju ekonomicznym regionu. W tym kontekście innowacyjność stymuluje wzrost zatrudnienia oraz poprawia wynik finansowy firmy. W badanych przedsiębiorstwach wzrost zatrudnienia miał miejsce w 16 firmach, co stanowiło 6,9% wszystkich objętych badaniami kobiecych przedsięwzięć gospodarczych. Średnio, w 2004 roku zatrudnienie w tych firmach wzrosło o ok. 3 osoby, przy czym w 81% tych firm zatrudniono jedną osobę. Uwzględniając rodzaj prowadzonej działalności można stwierdzić, że w strukturze firm generujących nowe miejsca pracy dominowały firmy handlowe (45%), w dalszej kolejności usługowe (35%) i produkcyjne (20%). Przy czym należy zaznaczyć, że tylko w firmach produkcyjnych zatrudnienie wzrosło więcej niż o jedną osobę, w pozostałych było to jedno dodatkowe miejsce pracy. Na szczególną uwagę zasługują tu dwie firmy, zlokalizowane w woj. zachodniopomorskim. W jednej z nich zatrudnienie w ostatnim roku wzrosło o 20 osób, a w drugiej o 12. W związku z powyższym liczba zatrudnionych ogółem wzrosła do 42 i 62 osób (pracownicy sezonowi stanowili odpowiednio 22 i 42). Niewątpliwie są to firmy produkcyjne, intensywnie rozwijające się, zdobywające nowe rynki zbytu. Obie firmy są w zasadzie związane z obrotem runa leśnego i „owoców

lasu”, produkcja i przetwórstwo produktów rolnych miały w pewnym momencie funkcjonowania firm jedynie charakter dodatkowy. Rozwój firmy i asortyment produktów w dużym stopniu był zależny od sytuacji na rynku. Przyjmując, że innowacje oznaczają z reguły nowe produkty, wytwarzane przy użyciu konwencjonalnych metod produkcji i dostarczanych klientom za pośrednictwem istniejących kanałów dystrybucji, w przypadku tych firm mamy raczej do czynienia z „innowacjami biznesowymi”. Innowacje w systemie biznesowym są mniej oczywiste, lecz nie mniej istotne. Przy opracowywaniu nowych produktów głównym celem jest ulepszanie szeroko rozumianej wartości oferowanej klientom. Natomiast innowacje w systemie biznesowym związane są z obniżaniem kosztów i przyspieszaniem procesów, co daje oszczędności, na których skorzystać mogą również klienci, gdyż pozwalają one na obniżenie cen. Rzadko zdarza się jednak, aby oba te rodzaje innowacji – w obrębie produktu i w obrębie systemu biznesowego – zaistniały razem, doprowadzając do powstania nowej branży. Ponieważ obie firmy produkują tradycyjne produkty o wysokiej jakości, a jednocześnie po stosunkowo niskich cenach, można zaliczyć je do innowacji w systemie biznesowym.

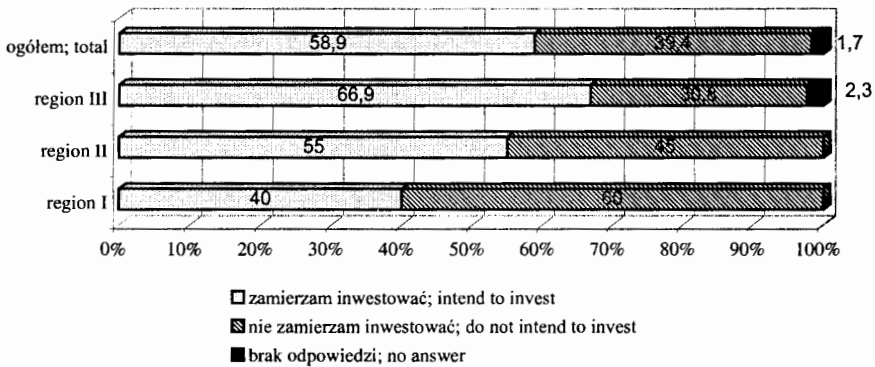
Wprowadzanie innowacji jednak nie zawsze jest dodatnio skorelowane z przyrostem miejsc pracy w firmie. Najczęściej wprowadzanie innowacji technicznych, czy technologicznych oznacza wręcz redukcję zatrudnienia. Wynik finansowy też może być kwestią dyskusyjną, gdyż innowacje to przede wszystkim inwestycje długoterminowe, zatem efekt ekonomiczny wprowadzanych w przedsiębiorstwach rozwiązań innowacyjnych może być widoczny dopiero w dłuższym okresie czasu.

Najogólniej innowacyjność określana jest jako zdolność i motywacja gospodarki (przedsiębiorstw) do ustawicznego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków. Zgodnie z międzynarodową metodologią dotyczącą badania działalności innowacyjnej – przedsiębiorstwo innowacyjne, to takie przedsiębiorstwo, które w danym okresie (najczęściej trzyletnim) wprowadziło przynajmniej jedną innowację, w postaci nowego lub ulepszanego produktu czy procesu [GRZYBOWSKA, JUCHNIEWICZ 2005]. Kryterium to dotyczy głównie firm produkcyjno-przetwórczych. Z badań wynika jednak, że firmy o tym profilu działalności nie wprowadzały na rynek nowych produktów, ale często ulepszały procesy technologiczne i poszerzały asortyment produkcji. Ich właścicielki nie postrzegały jednak podejmowanych działań jako innowacyjne, ale konieczne by utrzymać się na rynku. Czy zatem, przyjmując powyższe założenia można objęte badaniami firmy kobiece zaliczyć do innowacyjnych, zdecydowanie nie. Jeżeli natomiast podejść do innowacji sensu largo i przyjmując, że innowacją są wszelkie zmiany postrzegane przez jednostkę jako nowe, liczba firm zaliczanych do innowacyjnych zdecydowanie wzrasta. W związku z powyższym, jako jedno z kryteriów oceny poziomu innowacyjności firm, przyjęto innowacyjność pomysłu na aktywność gospodarczą.

Z badań własnych wynika, że istnieje wiele przykładów kreatywności kobiet wiejskich. Niemniej jednak twórcza inicjatywa, pomysłowość rzadko przekładała się na sukces gospodarczy. Jednym z najciekawszych pomysłów na działalność gospodarczą była firma produkująca ozdoby z siana. Właścicielka tej bardzo małej firmy produkcyjnej, oprócz miejsca pracy dla siebie generowała jeszcze dodatkowo jedno stałe miejsce pracy. Motywyem skłaniającym tę kobietę do założenia własnej firmy była chęć realizacji marzeń i przełożenia własnych zainteresowań artystycznych na źródło dochodu dla swojej rodziny. Powstaje więc pytanie

czy firma ta jest firmą innowacyjną? Wiele na to wskazuje, że tak właśnie jest. Jej właścicielka w najbliższym czasie zamierza zająć się produkcją wyrobów ze skóry, wprowadzi więc na rynek nowy dla swojej firmy produkt. Z badań wynika, że szczególnie w województwie podlaskim wiele kobiet zajmowało się drobną produkcją rzemieślniczą, artystyczną i była to działalność twórcza, kreatywna. Innowacje wprowadzane w firmach prowadzonych przez kobiety wiejskie mają najczęściej charakter innowacji ciągłych, w niewielkim stopniu zmieniają one wzory konsumpcji i zachowań, a polegają właśnie na niewielkich modyfikacjach istniejących produktów, jak również świadczonych usług.

Uwzględniając specyfikę kobiecej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w zasadzie nie może być mowy o wprowadzaniu na rynek całkowicie nowych wzorów konsumpcji, czy produktów. Żadna z objętych badaniami firm nie posiadała zaplecza badawczo-rozwojowego, nie prowadziła badań rynku, co jak podkreśla POMYKAŁSKI [2001] w procesie generowania innowacji jest niezwykle ważne. Jednak ok. 15,2% objętych badaniami firm, prowadzonych przez kobiety wiejskie, które regularnie uczestniczyły w organizowanych targach i wystawach, poszukując inspiracji dla swoich dalszych działań mogą zostać również uznane jako innowacyjne. Nie sposób w tym miejscu pominąć omawianych wcześniej gospodarstw agroturystycznych, które często prześcigają się w przeróżnych sposobach by uatrakcyjnić pobyt turystom. Targi turystyczne w wielu przypadkach stają się giełdą pomysłów i źródłem inspiracji do wprowadzania zmian w swoich gospodarstwach.



Rys. 2. Zamiary inwestycyjne badanych firm (źródło: badania własne)
 Fig. 2. Investment plans of surveyed enterprises (source: own survey)

Podstawowym źródłem innowacyjności firm w krajach wysoko rozwiniętych gospodarczo są działania oparte na umiejętności wykorzystania zasobów lokalnych. Poszukiwanie nowych sposobów wykorzystania istniejących zasobów to również innowacyjność. Nie ma tu większego znaczenia, czy jest to wprowadzanie zmian oryginalnych, twórczych, czy też mają one charakter zmian odtwórczych, naśladowczych. Ważne jednak by umiejętnie je dostosować do istniejących warunków lokalnych. Aby to było jednak możliwe konieczne są inwestycje. Z badań wynika, że w najbliższym czasie 58,9% objętych badaniami kobiet zamierzało inwestować w prowadzone przedsięwzięcie gospodarcze. Najczęściej były to jednak inwestycje bardzo bezpieczne, związane głównie z agroturystyką, przy czym

można zauważyć znaczne zróżnicowanie aktywności inwestycyjnej w obrębie poszczególnych regionów badawczych. Z badań wynika, że plany inwestycyjne posiadało prawie 67% właścicieli firm w pasie województw północnych (region I), ale już tylko 40% w województwie wielkopolskim (rys. 2). Przyczyną braku planów inwestycyjnych w województwie wielkopolskim były nie tyle kłopoty finansowe, co przeprowadzone w ostatnim okresie inwestycje.

Inwestycje w przedsiębiorstwach w dużym stopniu są uzależnione od kondycji ekonomicznej firm. Z badań wynika, że jedynie 25% objętych badaniami firm nie miało problemów finansowych. Kondycja ekonomiczna pozostałych firm była natomiast nienajlepsza. W najgorszej sytuacji finansowej znajdowało się 4,5% firm, które utraciły płynność finansową. W kolejnych 9,1% przedsiębiorstwach dochód był tak niewielki, że prowadzące je kobiety całe dochody z przedsięwzięcia przeznaczały na życie. Również ograniczone możliwości inwestycyjne miało 61,9% pozostałych przedsiębiorstw, które nie miały trudności finansowych, ale brakowało im środków na inwestycje.

Podsumowanie i wnioski

Podstawą rozwoju gospodarczego obszarów wiejskich jest rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), w tym szczególnie rozwój firm wprowadzających innowacje, a zwłaszcza nowe produkty, zwiększające zatrudnienie i pozyskujące nowe rynki zbytu. Z badań wynika, że kobiety wiejskie również prowadzą prężnie rozwijające się firmy, generujące zyski i nowe miejsca pracy oraz wprowadzające na rynek nowe produkty. Procentowy udział tych firm jest jednak niewielki. Większość firm prowadzonych przez kobiety wiejskie, wskazywanych przez środowisko lokalne jako przedsiębiorcze, w rzeczywistości jest jedynie prowadzeniem działalności gospodarczej (drobna działalność usługowa; fryzjerstwo, krawiectwo czy handlowa; sklepy spożywcze, przemysłowe). W niektórych objętych badaniami gminach już sam fakt uruchomienia działalności gospodarczej przez kobietę postrzegany był jako działanie przedsiębiorcze. Dalsza aktywizacja gospodarcza oraz wzrost innowacyjności firm prowadzonych przez kobiety wiejskie wymaga podjęcia następujących działań:

1. Ocena poziomu innowacyjności firm prowadzonych przez kobiety wiejskie w celowo wytypowanych do badań gminach o zróżnicowanym poziomie rozwoju, odzwierciedla stan rzeczywisty. Już samo wytypowanie do badań podmiotów gospodarczych pokazuje różnice między regionami badawczymi. W regionie środkowo-wschodnim dominowały firmy handlowe i usługowe (najczęściej jednoosobowe) o niskim poziomie innowacyjności. Natomiast w województwie wielkopolskim firmy produkcyjno-przetwórcze związane z prowadzoną produkcją rolniczą.
2. Duże zróżnicowanie poziomu innowacyjności firm prowadzonych przez kobiety wiejskie wynika zarówno z braku kompetencji innowacyjnych kobiet, ograniczonego popytu na produkty i usługi, jak również braku środków na inwestycje. Należy zatem w większym stopniu wspierać działania ograniczające te bariery. Chodzi tu głównie o większą pomoc w pozyskiwaniu środków z funduszy UE oraz szeroką promocję i sprzedaż wyrobów i usług, pozwalających na przełamanie bariery popytu.

3. Konieczne jest większe zróżnicowanie wsparcia, również w ramach polityki proinnowacyjnej nie tylko przedsiębiorstw działających na obszarach wiejskich i miejskich, ale również uwzględnianie zróżnicowań regionalnych, a czasem nawet lokalnych (gminy, obszary popegerowskie). Ważnym jest by skutecznie wspierać zarówno przedsięwzięcia innowacyjne, jak i wszelkie przejawy aktywności gospodarczej, szczególnie w regionach zaniedbanych gospodarczo.

Literatura

AMANPOUR F., GOPALAKRISHNAN S. 2001. *The dynamics of the adoption of product and process innovations in organisations*. Blackwell Publishers Ltd., J. of Management Studies 38/1, Oxford: 45–65.

GRZYBOWSKA B., JUCHNIEWICZ M. 2005. *Bariery działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw*, w: *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw*. Wyd. Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysłu „ORGMAZ”, Przemysł: 51–57.

GUINET J., POLT W. 1998. *New rationales and new approaches to technology and innovation policies: an overview*. STI Review 22: 68 ss.

NEWMAN J., RAINE J., SKELCHER C. 2001. *Transforming local government: innovation and modernization*. GIPFA: 61–68.

POMYKALSKI A. 2001. *Zarządzanie innowacjami*. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa-Łódź: 325 ss.

SIKORSKA-WOLAK I. 2000. *Innowacje i przedsiębiorczość w wymiarze ekonomicznym, psychologicznym i edukacyjnym*, w: *O humanistyczny wymiar przedsiębiorczości wiejskiej*. Z.J. Przychodzeń (Red.), SGGW Warszawa: 24–38.

THWAITES A., WYNARCZYK P. 1996. *The economic performance of innovative small firms in the South East region and elsewhere in the UK*. Regional Studies 30(2): 135–149.

Słowa kluczowe: procesy innowacyjne, kobiety wiejskie, przedsiębiorczość, innowacyjność

Streszczenie

Oceniono poziom innowacyjności przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety wiejskie. Badaniami objęto 231 przedsięwzięć gospodarczych. Główną metodą badawczą był sondaż diagnostyczny z zastosowaniem kwestionariusza wywiadu.

Badania przeprowadzono w roku 2005 w trzech rejonach badawczych: I – obejmującym woj. północne (zachodniopomorskie, pomorskie, warmińsko-mazurskie), II – woj. środkowo-wschodnie (podlaskie, mazowieckie) i III – woj. wielkopolskie.

Z badań wynika, że poziom innowacyjności firm prowadzonych przez kobiety na obszarach wiejskich jest w dużym stopniu zróżnicowany regionalnie. Przedsiębiorcze kobiety wiejskie w regionie środkowo-wschodnim bardzo rzadko wprowadzały innowacje. Większość to firmy tradycyjne. Stwierdzono jednak wiele

przykładów innowacyjnych pomysłów na prowadzenie działalności gospodarczej. Ich rozwój utrudniają przede wszystkim bariery finansowe i popytowe. Należy więc skutecznie wspierać rozwój przedsiębiorstw o cechach innowacyjnych.

INNOVATIONS LEVEL ESTIMATION OF ENTERPRISES MANAGED BY THE RURAL WOMEN

Katarzyna Brodzińska

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

Key words: innovative processes, rural women, entrepreneurship, innovation

Summary

The survey recognized the innovation level in enterprises managed by the rural women. The survey included 231 enterprises. The principal method of study was an interview (a questionnaire form).

The survey was carried out in 2005 on 3 research areas: region I, covering the northern provinces (zachodniopomorskie, pomorskie and warmińsko-mazurskie), region II, covering the eastern and central provinces (podlaskie and mazowieckie), and region III, covering the wielkopolskie province.

The research results proved that the innovation level in enterprises managed by rural women is strongly differentiated and depends on regional localization. Enterprising rural women in the eastern and central eastern research areas very seldom introduced innovations; most of the enterprises are traditional. However lot of innovative ideas for economic activity were observed. Their expansion is limited by financial and demand barriers. Thus it is necessary to support the development of innovative enterprises.

Dr inż. Katarzyna **Brodzińska**
Katedra Agrobiznesu i Ekonomii Środowiska
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski
Plac Łódzki 2
10-727 OLSZTYN