

INTERNET JAKO INSTRUMENT WSPIERANIA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI NA OBSZARACH WIEJSKICH – TEORIA I PRAKTYKA

Janina Sawicka

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Streszczenie. Internet coraz powszechniej jest wykorzystywany w działalności instytucji publicznych, przez osoby prywatne i w prowadzeniu biznesu. Na obszarach wiejskich zmiany te zachodzą o wiele wolniej niż w na obszarach zurbanizowanych. Przyczyna tylko po części tkwi w brakach infrastruktury, w tym głównie ograniczoności szerokopasmowego dostępu do Internetu na wsi. Badania zaprezentowane w artykule wskazują na brak świadomości (dostatecznej wiedzy) co do potrzeb i potencjalnych korzyści ekonomicznych płynących dla przedsiębiorców i konsumentów z korzystania z Internetu na co dzień. Wywiady przeprowadzono w grupie 214 przedsiębiorców w woj. mazowieckim, w miesiącach letnich w 2009 r. Była to próba wybrana do badań celowo przy wykorzystaniu pomocy ekspertów, pracowników ośrodków doradztwa rolniczego (ODR). Wybrano do badań firmy głównie z sektora małych przedsiębiorstw, zlokalizowane na obszarach wiejskich, zróżnicowane pod względem rozmiarów (wg liczby zatrudnionych i rocznego obrotu) i charakteru prowadzonej działalności.

Słowa kluczowe: Internet, drobna przedsiębiorczość, obszary wiejskie, badania ankietowe

WSTĘP

Rewolucja informatyczna polegająca na rozwoju telefonii komórkowej i Internetu staje się powszechna i wszechobecna. Mamy świadomość, iż wkroczyliśmy w erę gospodarki opartej na wiedzy, gdzie o konkurencyjności decydują zdolności przedsiębiorców do adaptacji do zmian i kreatywne wykorzystywanie nowości. Zasadne więc jest postawienie pytania, jak te globalne tendencje przekładają się w mikroskali na codzienne funkcjonowanie przedsiębiorstw. Szczególnym obszarem badań i obserwacji jest sektor małych i średnich przedsiębiorstw, gdyż jego działalność wymaga wsparcia zewnątrz-

Adres do korespondencji – Corresponding author: Janina Sawicka, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydział Nauk Ekonomicznych, Katedra Polityki Europejskiej, Finansów Publicznych i Marketingu, ul. Nowoursynowska 166, 02-787 Warszawa, e-mail: janina_sawicka@sggw.pl

nego, aby był w stanie konkurować na korporacyjnym i zmonopolizowanym rynku. Na szerokim, globalnym tle warunki gospodarowania na obszarach wiejskich są specyficzne. Z tej to przyczyny charakterystyka, monitorowanie i diagnozowanie zmian tutaj zachodzących mogą posłużyć czynnikiem decyzyjnym w efektywnym wydatkowaniu publicznych środków służących wsparciu sektora MSP. Niewiele jest informacji i aktualnych badań empirycznych na temat dostępności Internetu i jego wykorzystania oraz potrzeb mieszkańców obszarów wiejskich w tym zakresie. Przykładowo, badania przeprowadzone w 2006 roku na przykładzie 25 urzędów gmin wiejskich pokazały, jak bardzo różni się jakość ich witryn internetowych. Pełnią one przeważnie rolę informacyjno-promocyjną, a ich interaktywność służąca kontaktom urząd-obywatel jest bardzo mała [Bański 2006].

Głównym celem badania, którego wyniki przedstawiono w niniejszym artykule, była ocena wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjnych w prowadzeniu działalności gospodarczej na obszarach wiejskich. Zagadnienia te zostały ocenione z perspektywy specyfiki warunków podejmowania i prowadzenia drobnej przedsiębiorczości w środowisku wiejskim. Ankietowani przedsiębiorcy sami oceniali dostęp do Internetu i zakres jego wykorzystania w firmie. W szczególności udało się określić zasoby informatyczne w ankietowanych podmiotach, ocenić umiejętności obsługi komputera, określić rodzaje i sposoby wykorzystania Internetu, potencjalne zapotrzebowanie na tego rodzaju usługi oraz ogólnie ustalić bariery zastosowania technik informatycznych we wspieraniu rozwoju drobnej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich.

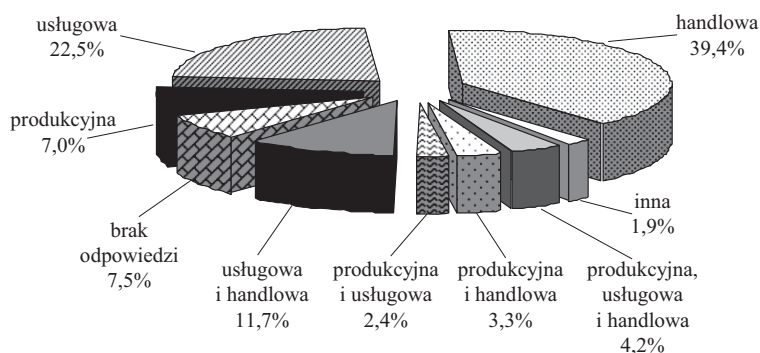
Dobór populacji przedsiębiorców był celowy, przy wykorzystaniu pomocy doświadczonych ekspertów, pracowników ośrodków doradztwa rolniczego. Wywiady ankietowe przeprowadzono wśród przedsiębiorców zlokalizowanych w woj. mazowieckim w miesiącach letnich w 2009 r. Wybrana do badań populacja to 214 firm, głównie z sektora małych przedsiębiorstw, zlokalizowanych na obszarach wiejskich, zróżnicowanych pod wieloma względami: rozmiarów prowadzonej działalności określanej zarówno liczbą osób zatrudnionych, jak i wielkością rocznych obrotów handlowych, charakterem działalności, formy prawnej. W skład badanej grupy weszło 180 przedsiębiorstw prywatnych występujących jako firmy jednoosobowe lub spółki cywilne. Stanowiły one 85% badanej próby. Spółkami prawa handlowego były 22 podmioty (10% ankietowanych), jednostki samorządu terytorialnego i organizacje pozarządowe stanowiły 4%.

Dla funkcjonowania firmy istotna jest liczba osób w niej zatrudnionych. Firmy jednoosobowe stanowiły 14% całej populacji. Dominowały firmy mikro zatrudniające do 10 osób – 68%. Podmioty zatrudniające od 11 do 20 pracowników stanowiły 9% populacji, więcej zaś niż 20 pracowników zatrudniało 7% badanych podmiotów. Tylko w jednym przedsiębiorstwie zatrudniano 60 osób i był to najwyższy poziom zatrudnienia. Tym samym można powiedzieć, iż była to populacja z dominacją mikroprzedsiębiorstw. Potwierdzają to również rozmiary działalności firm, określone wysokością ich rocznych obrotów handlowych. Należy uwzględnić fakt, iż 94 ankietowanych, czyli aż 45% całej badanej populacji, odmówiło udzielenia odpowiedzi na to pytanie. Występowało duże zróżnicowanie pod względem wysokości obrotów oraz kierunków i charakteru działalności. 32 osoby (15% badanych) deklarowały wartość rocznych dochodów na poziomie nieprzekraczającym 100 tys. zł. Obroty wyższe, lecz nieprzekraczające 1 mln zł, były w co dziesiątej firmie. Więcej niż 1 mln zł a maksymalnie 30 mln wykazano w kolejnych 14% firm.

W populacji znalazły się podmioty ze wszystkich powiatów województwa mazowieckiego. Najwięcej badanych podmiotów miało siedziby na terenie powiatów: sochaczewskiego (15), plockiego (14), sierpeckiego (12), a także: gostynińskiego, przasnyskiego i wołomińskiego (po 10 badanych firm). Po 8 jednostek wybrano do badań z powiatów: makowskiego i mińskiego, po 7 z terenu powiatów: grodzkiego, ostrowskiego, pułtuskiego i żyrardowskiego. W powiatach: ciechanowskim, mławskim, ostrołęckim, piaseczyńskim, sokołowskim, warszawskim zachodnim, wyszkowskim i żuromińskim zlokalizowanych było po 6 podmiotów. Po 5 firm miało siedziby w powiatach: nowodworskim, płońskim, pruskowskim i siedleckim. W powiecie garwolińskim były 4 badane podmioty, a w powiatach lipskim, radomskim i węgrowskim zlokalizowane były po 3 firmy. W powiatach: grójeckim, legionowskim, łosickim, otwockim, przysuskim i zwoleńskim oraz białobrzezkim, kozienickim i szydłowieckim zebrano informacje z 2 lub 1 firmy, 1 podmiot zlokalizowany był na terenie miasta stołecznego Warszawy. Tym samym można powiedzieć, iż firmy były równomiernie rozproszone na terytorium całego regionu Mazowsza.

Zasięg terytorialny działalności prowadzonej przez firmy był zróżnicowany. Badane podmioty były przede wszystkim nastawione na działalność na rynku lokalnym (38%). Tylko 17 firm (8%) prowadziło działalność na rynkach zagranicznych, w tym jedynie w 2 firmach eksport obejmował więcej niż 50% produktów i towarów (odpowiednio 70 i 90%).

Wybrane do badań podmioty prowadziły zróżnicowaną działalność, zarówno produkcyjną, jak i usługową (por. rys. 1). Zdecydowanie przeważały podmioty prowadzące działalność handlową. Stanowiły one aż 39% ogółu (84 jednostki). Działalność usługową prowadziło 48 podmiotów (23% populacji), działalność produkcyjną – 15 podmiotów (7% badanej populacji), a inną działalność – 4 podmioty (2% badanej populacji). Tak więc badane firmy potwierdzają utrwaloną specyfikę charakteru drobnej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, którą jest dominacja handlu. Pod tym względem nie następują, niestety, istotne zmiany w ostatnich latach w kierunku bardziej wydajnej ekonomicznie i nowoczesnej struktury przedsiębiorczości, gdzie działalność handlowa byłaby wypierana przez inne, bardziej wydajne branże usługowe, a także przez działalność produkcyjną [Sawicka 2007].



Rys. 1. Zróżnicowanie badanych podmiotów pod względem rodzaju prowadzonej działalności
Fig. 1. Enterprises by a type of an activity

Źródło: Badanie własne.

Source: Author's research.

Co do okresu funkcjonowania firmy, to ankietowane podmioty działały na rynku przeciętnie nie dłużej niż 10 lat, jednak badana populacja była bardzo zróżnicowana pod tym względem. Co dziesiąta firma prowadziła działalność zaledwie od roku do trzech lat, co piąta – około dziesięciu lat, tyleż samo – przez 20 lat. Najdłużej funkcjonująca firma działa na rynku od 63 lat.

ZASOBY KOMPUTEROWE W BADANYCH FIRMACH DZIAŁAJĄCYCH NA OBSZARACH WIEJSKICH

Jednym z celów badania było określenie zasobów komputerowych w ankietowanych podmiotach oraz zbadanie zakresu i charakteru ich wykorzystania przez pracowników do celów służbowych (w pracy).

W 210 badanych przedsiębiorstwach było łącznie 626 komputerów, czyli średnio przypadało po 3 komputery w firmie. W celu analizy zakresu wykorzystania tego narzędzia w pracy wyodrębniono cztery grupy personelu: kadre szczebla kierowniczego, pracowników „funkcyjnych”, pracowników księgowości oraz pracowników działów produkcyjnych. Zdaniem ankietowanych, komputer do celów służbowych najczęściej wykorzystywali pracownicy szczebla kierowniczego, (należy pamiętać, iż w populacji było 14% firm jednoosobowych), następnie pracownicy księgowości, rzadziej pracownicy działów produkcyjnych.

Kolejnym celem badań było określenie potrzeb i stopnia przeszkolenia pracowników w zakresie obsługi komputera i narzędzi komputerowych. Jak wynika z udzielonych przez ankietowanych odpowiedzi, pracownicy najczęściej uczestniczyli w szkoleniach z zakresu podstawowej obsługi komputera, pakietu MS Office oraz korzystania z Internetu. Zaskakująco nisko oceniono dalsze zapotrzebowanie na wszelkiego typu szkolenia z zakresu obsługi komputera i zastosowania technik informacyjnych w działalności firmy (tab. 1).

Tym bardziej niezrozumiała jest niska ocena potrzeby podwyższania kwalifikacji, gdy bowiem ankietowanych zapytano o ocenę umiejętności obsługi komputera w grupach

Tabela 1. Zapotrzebowanie na szkolenia z zakresu obsługi komputera w badanych podmiotach
Table 1. Demand for training courses in use of computer in the enterprises

Wyszczególnienie	Ocena (w skali 1–5)
Ogólna obsługa komputera	1,27
Narzędzia MS Office	1,84
Program do ewidencji księgowej	1,85
Biznesplan	1,43
Inne narzędzia	0,28
Ogólne wykorzystanie Internetu	1,37
Bankowość elektroniczna	1,52
Biznes elektroniczny	1,17

Źródło: Badanie własne.

Source: Author's research.

pracowników poszczególnych szczebli, jedynie umiejętności pracowników szczebla kierowniczego określono jako dość dobre. Umiejętności pracowników księgowości określono jako „przeciętne”, a w grupie pracowników działów produkcyjnych jako najslabsze. Wniosek nasuwa się taki, iż przedsiębiorcy na ogół nie mieli świadomości korzyści, jakie dają technologie informatyczne zastosowane w biznesie, stąd brak zapotrzebowania na szkolenia a zarazem motywacji do podwyższania kwalifikacji w tym zakresie.

DOŚTĘP DO INTERNETU I JEGO WYKORZYSTANIE

Badanie miało również na celu określenie stopnia wykorzystania Internetu w firmach zlokalizowanych na obszarach wiejskich. Spośród ankietowanych 92% firm posiadało podłączenie do Internetu, a 7% miało takiego podłączenia. Ankietowani określili rodzaj podłączenia do Internetu w przedsiębiorstwie. Dostęp przez stałe łącze miało prawie 60%, dostęp kablówkowy przez modem telefoniczny 28%, dostęp bezprzewodowy przez sieć radiową 7%, dostęp bezprzewodowy przez telefonię komórkową 6%. Badani byli pytani o wykorzystanie Internetu w działalności firmy (tab. 2). Badane podmioty wykorzystywały Internet najczęściej do poszukiwania informacji prawnych, rolniczych, rozmów (Skype, Gadu Gadu itp.), a także szkoleń przez Internet. W odniesieniu do funkcji, z których aktualnie podmiot nie korzysta, ale zdaniem ankietowanych byłyby przydatne w przyszłości, ankietowani wskazywali m.in. na podpis elektroniczny.

Tabela 2. Wykorzystanie Internetu w badanych firmach
Table 2. Use of the Internet in the enterprises

Wyszczególnienie	Korzysta		Nie korzysta, ale byłoby przydatne w przyszłości	
	liczba odpowiedzi	średnia ocena (w skali 1–5)	liczba odpowiedzi	średnia ocena (w skali 1–5)
Korespondencja elektroniczna (e-mail)	2	4,26	1	1,17
Rozmowy za pomocą połączeń przez komputer (Skype, komunikator Gadu Gadu, inne)	15	1,82	3	1,12
Bankowość elektroniczna	7	3,06	2	1,15
Podpis elektroniczny	3	1,26	9	1,48
Kontakty z urzędami (składanie sprawozdań, wniosków)	9	2,29	5	1,68
Prezentacja oferty/Promocja firmy/institucji	11	2,72	1	1,68
Handel elektroniczny (sprzedaż towarów, zakup surowców, materiałów)	3	2,42	1	1,51
Źródło informacji rynkowych	1	3,64	0	1,39
Źródło informacji prawnych	10	3,20	1	1,21
Źródło informacji rolniczych	17	2,79	4	0,90
Szkolenia poprzez Internet	17	0,84	5	1,18

Źródło: Badanie własne.
Source: Author's research.

Spośród badanych 214 podmiotów tylko 52 firmy miały własną stronę internetową. Z tej grupy zaledwie w 3 przypadkach systematycznie obserwowano liczbę odwiedzin. Tylko 17 ankietowanych poinformowało, że strona internetowa reprezentowanego podmiotu zawiera informacje skierowane i przydatne dla rolników. W 12 przypadkach uzyskano informację, że administrowaniem stroną zajmuje się pracownik firmy. Ankietowani uzasadniali utworzenie strony internetowej przede wszystkim potrzebą promocji, a także potrzebą poprawy kontaktowania się z klientami.

Tabela 3. Wykorzystanie stron internetowych dotyczących tematyki rolnictwa w badanych firmach

Table 3. Use of agricultural Web pages in the enterprises

Nazwa strony	Liczba odpowiedzi	Udział [%]
www.agroportal.net.pl	73	34,3
www.portalrolniczy.pl	78	36,6
www.rolnictwo.org.pl	48	22,5
www.inforolnik.pl	22	10,3
Inne rolnicze	1	0,5
MRiRW www.minrol.gov.pl	108	50,7
ARiMR www.arimr.gov.pl	138	64,8
ARR www.arr.gov.pl	82	38,5
ODR	85	39,9
Urząd gminy	84	39,4
Inne rządowe	6	2,8
Strony internetowe przedsiębiorstw	29	13,6

Źródło: Badanie własne.

Source: Author's research.

Najczęściej odwiedzaną przez badanych stroną internetową była strona Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, z której korzystało 65% badanych. Drugą pod względem popularności była strona Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, z której korzystało 51% badanych.

WNIOSKI

Z odpowiedzi ankietowanych w 2009 r. przedsiębiorców z grupy wybranych celowo 214 głównie małych firm zlokalizowanych na obszarach wiejskich woj. mazowieckiego wyłania się bardziej ogólny obraz i można zauważyć następujące prawidłowości w badanych przedsiębiorstwach.

1. Nasylenie w sprzęt komputerowy można uznać na obecnym etapie za wystarczające. Użytkowanie komputerów jest już powszechne (przeciętnie były po 3 komputery w firmie). Wykorzystanie natomiast możliwości, które daje posiadanie komputera i połączenie do Internetu, w celach biznesowych jest niewielkie.
2. Ankietowani nisko ocenili przydatność w przyszłości zarówno szkoleń, jak i instrumentów, jakie oferuje teleinformatyka do ich działalności.

3. Podłączenie do Internetu posiadało 93% badanych firm. W tej grupie zdecydowanie najwięcej badanych korzystało z podłączenia za pomocą stałego łącza (59%). O ponad połowę mniejsza grupa korzystała z dostępu kablowego przez modem telefoniczny (28%). Jeden procent badanych nie wiedział, jakie połączenie z Internetem jest wykorzystywane w przedsiębiorstwie.
4. Internet wykorzystywany był najczęściej do poszukiwania informacji, korzystania ze szkoleń, rozmów (Skype), w co dziesiątej firmie do kontaktów z urzędami; z bankowości elektronicznej korzystało zaledwie 7% firm, jedynie 12% promowało przez Internet własną działalność.
5. Własną stronę internetową posiadały 52 firmy, czyli co czwarta badana, w tym tylko 17 firm podało, że są tam informacje przydatne dla rolników, być może dlatego, że przedsiębiorcy, szczególnie ci ze sfery agrobiznesu, mają świadomość bardzo rzadkiego korzystania z Internetu przez rolników.
6. Najczęściej odwiedzaną przez badanych przedsiębiorców stroną internetową była strona Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa. Drugą pod względem popularności była strona Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.
7. Analiza porównawcza wykorzystania technologii informatycznych pokazała, iż firmy na obszarach wiejskich i te, które działają w branży rolniczej są pod tym względem bardzo opóźnione. Zakres wykorzystania Internetu jest niewielki i co gorsze, badani przedsiębiorcy nie mieli świadomości potrzeb wykorzystania tych technologii we własnej firmie w przyszłości (por. wyniki badań na podobny temat przeprowadzonych przez Kandefera [2008]. Były to badania w grupie wylosowanych 341 MSP zlokalizowanych w woj. pomorskim i ich wyniki zostały przedstawione w rozprawie pt. Rola Internetu w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw z branży turystycznej).

PIŚMIENNICTWO

- Bański J., 2006. Witryny internetowe jednostek samorządowych z siedzibą w małych miastach – analiza i ocena, [w:] Rola małych miast w rozwoju obszarów wiejskich, Studia Obszarów Wiejskich, 11. IGiPZ PAN, PTG, Warszawa.
- Dąbrowska A., Janoś-Kresło M.A., Wódkowski M., 2008. E-usługi a społeczeństwo informacyjne. Difin, Warszawa.
- Kandefera K., 2008. Rola Internetu w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw z branży turystycznej. Maszynopis rozprawy doktorskiej. Wydział Nauk Ekonomicznych SGGW, Warszawa.
- Kuciński J., Mazurek-Kucharska B., Flis R., Lewandowska B., Gębczyk I., Szut J., 2009. Badanie zapotrzebowania na działania wspierające rozwój usług świadczonych elektronicznie (e-usług) przez przedsiębiorstwa mikro i małe. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Sawicka J., 2007. Przedsiębiorczość kobiet wiejskich w Polsce i w Południowej Dakocie – Badania porównawcze. Acta Sci. Pol., Oeconomia, Nr 6 (4) 2007, 63–70, Bydgoszcz, Kraków, Lublin, Olsztyn, Poznań, Warszawa.
- Wykorzystanie technologii informacyjno-telekomunikacyjnych w przedsiębiorstwach, gospodarstwach domowych i przez osoby prywatne w 2008 r. GUS, Warszawa.

INTERNET AS AN INSTRUMENT SUPPORTING RURAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT – THEORY AND PRACTICE

Abstract. Nowadays the Internet is commonly used in public institutions activity as well by citizens and small entrepreneurs. In rural areas such changes have occurred much more slower than at urban territories. The reason only partly depends on the lack and underdevelopment of rural infrastructure, in particular broadband Internet access in rural areas. The research results reveal that the main barrier is insufficient knowledge within the entrepreneurs and consumers on needs and potential benefits connected with everyday use of computers and the Internet. In summer 2009, 214 small-sized entrepreneurs in the Mazovia region were surveyed. The sample was selected with advice of experts, workers of Agricultural Advisory Offices (ODR). There were mainly small firms located in rural areas, different in a size (a number of employees and annual turnover) and a kind of activity.

Key words: Internet, small business, rural areas, questionnaire research

Zaakceptowano do druku – Accepted for print 30.01.2010