

# Piotr Bórawski, Aleksander Lewczuk

---

## Innowacyjność i źródła sukcesu w rozwoju przedsiębiorstw agrobiznesu na obszarach wiejskich w Polsce

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 34, 163-171

---

2009

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

PIOTR BÓRAWSKI

ALEKSANDER LEWCZUK

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

## INNOWACYJNOŚĆ I ŹRÓDŁA SUKCESU W ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW AGROBIZNESU NA OBSZARACH WIEJSKICH W POLSCE

### Wprowadzenie

Proces powstawania, funkcjonowania i rozwoju firm agrobiznesu na obszarach wiejskich w Polsce jest uwarunkowany wieloma czynnikami i zróżnicowany regionalnie. Szczególnie duże znaczenie w procesie funkcjonowania i rozwoju firm agrobiznesu ma poziom ich innowacyjności i systematyczne unowocześnianie stosowanych technologii. Doskonale nie procesów innowacyjnych w firmach agrobiznesu i ciągle poszukiwanie źródeł sukcesu w ich rozwoju stanowi podstawowy warunek wzrostu konkurencyjności firm.

W literaturze naukowej istnieje jednoznaczne stanowisko wielu autorów, że zwiększanie poziomu innowacyjności firm agrobiznesu stanowi podstawowy czynnik ich rozwoju, zwłaszcza w aspekcie procesu organizacji i zarządzania. Zdaniem Lemanowicz, w konkurencyjnej gospodarce, do dynamicznego i efektywnego rozwoju przedsiębiorstw potrzebna jest działalność innowacyjna, która stanowi zasadniczy czynnik decydujący o organizacji i konkurencji firm. Według autorki, we współczesnej gospodarce wdrażanie innowacji jest warunkiem sukcesu rynkowego i osiągnięcia przewagi konkurencyjnej nad rywalami. Skuteczność procesów innowacyjnych jest związana głównie ze stopniem zgodności cech oferowanych w nowym produkcie z oczekiwaniami nabywców oraz skracaniem czasu trwania całego procesu innowacyjnego<sup>1</sup>.

Według Hernik i współautorów, w procesie rozwoju agrobiznesu należy szczególnie nacisk położyć na wykształcenie, rozwój, podnoszenie innowacyjności i przedsiębiorczości

---

<sup>1</sup> M. Lemanowicz, *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw przemysłu spożywczego jako narzędzie budowy przewagi konkurencyjnej*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2005, t. VII, z. 2.

społeczeństwa. W opinii autorów, najbliższa przyszłość pokaże, że tylko innowacyjni ludzie będą tworzyć nowe wartości i nowe szanse<sup>2</sup>.

W procesie dynamicznego i efektywnego rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie, oprócz innowacji, ważne są również cechy osobowe przedsiębiorców, które warunkują sukces w biznesie. Mając to na uwadze w badaniach własnych, interesująca była ocena poziomu innowacyjności, poznanie źródeł oraz cech osobowych przedsiębiorców, warunkujących sukces w rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich w kraju.

### Metodyka badań

Podmiotem badań była losowo wybrana grupa małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu i ich właściciele na obszarach wiejskich w Polsce. Badaniami objęto 820 firm agrobiznesu o różnych kierunkach działalności, głównie produkcji i usług. Badania przeprowadzono w 2008 roku.

W badaniach wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu. Wykorzystany w badaniach kwestionariusz wywiadu zawierał pytania otwarte i zamknięte. Badania terenowe przeprowadzili specjaliści instytucji i organizacji doradczych oraz konsultingowych, zlokalizowanych w różnych województwach kraju.

Uzyskane wyniki badań opracowano statystycznie w oparciu o metody wykorzystywane w naukach ekonomiczno-społecznych.

### Wyniki badań i dyskusja

Uzyskane na obszarach wiejskich w kraju wyniki badań wskazują, że 59,9% badanych właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw agrobiznesu wprowadzają innowacje, które przyczyniają się do rozwoju firm i wzrostu ich konkurencyjności (tab. 1). Stwierdzono, że prawie co piąty przedsiębiorca w agrobiznesie (19,1%) dokonywał zakupu nowych maszyn i urządzeń, które usprawniały proces rozwoju firm. Przedsiębiorcy w agrobiznesie do najczęściej wprowadzanych innowacji zaliczyli: nowoczesne technologie produkcji, nowe linie technologiczne (17,9% firm), automatyzacja i mechanizacja prac (15,7%), nowoczesne magazyny gotowego produktu i surowca (12,0%), integracja pozioma w produkcji i dystrybucji zdrowej żywności (11,5%), komputeryzacja firmy (11,0%).

Badani przedsiębiorcy wprowadzali również szereg innych innowacji, które odzwierciedlają specyfikę funkcjonowania i rozwoju firm agrobiznesu na obszarach wiejskich. Bardzo niekorzystnym zjawiskiem jest fakt, że aż 40,1% badanych firm agrobiznesu nie wprowadziło żadnych innowacji, co skutkuje pogorszeniem ich konkurencyjności.

---

<sup>2</sup> I. Hernik, K. Zięba, R. Mazur, *Rozwój przedsiębiorczości w oparciu o zasoby lokalne*, [w:] *Osiągnięcia transgranicznej współpracy polsko-niemieckiej w społeczno-gospodarczej aktywizacji obszarów przygranicznych*, A. Mickiewicz (red.), Wydawnictwo AR Szczecin, Szczecin 2003.

Innowacje są niezbędnym warunkiem przetrwania firmy w zmieniającym się otoczeniu. Konkurencja wymusza na przedsiębiorstwach wdrażanie ich i podejmowanie szeregu innych działań przedsiębiorczych, w celu utrzymania pozycji na rynku<sup>3</sup>. Innowacje są specyficznym narzędziem przedsiębiorczości. Ta zaś, wyrażająca się w ciągłym poszukiwaniu nowych kombinacji czynników wytwórczych, jest motorem postępu gospodarczego. Przedsiębiorstwo, by mogło dostosować się do potrzeb rynku, a także zmieniającego się otoczenia, musi być otwarte na innowacje<sup>4</sup>.

Tabela 1

Nowoczesne technologie i rozwiązania innowacyjne  
w firmach agrobiznesu na obszarach wiejskich w Polsce

Wyszczególnienie	n <sup>1)</sup>	% resp.
Zakup nowych maszyn i urządzeń	157	19,1
Nowoczesne technologie produkcji, nowe linie technologiczne	147	17,9
Automatyzacja i mechanizacja prac	129	15,7
Nowoczesne magazyny gotowego produktu i surowca	98	12,0
Integracja pozioma w produkcji i dystrybucji zdrowej żywności	94	11,5
Komputeryzacja firmy	90	11,0
Standaryzacja produktów	85	10,4
Ciągła modernizacja firmy	80	9,8
Klipsowanie produktów, paczkowanie	72	8,8
Podnoszenie kategorii firmy	72	8,8
Produkcja zdrowej żywności	69	8,4
Dostosowanie firmy do wymogów UE	62	7,7

<sup>1)</sup>respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowania własne.

W badaniach własnych interesujące było poznanie źródeł informacji, z których właściciele firm agrobiznesu korzystali w procesie wprowadzania innowacji do swoich przedsiębiorstw (tab. 2). Stwierdzono, że niemal wszyscy przedsiębiorcy (92,0%) w procesie wprowadzania innowacji do swoich przedsiębiorstw korzystali z firm prowadzących podobną działalność. Jest to zjawisko z jednej strony niekorzystne, gdyż firmy konkurencyjne niechętnie udostępniają źródła unowocześniania swoich firm, z drugiej jednak strony, wskazu-

<sup>3</sup> T. Karkowski, *Innowacje i przedsiębiorczość*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 1999, nr 9.

<sup>4</sup> A. Matuszyk, *Znaczenie rozszerzenia Unii Europejskiej dla małych i średnich przedsiębiorstw*, [w:] *Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego*, J. Brudlak (red.), M. Kulikowski, Wydawnictwo Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa 2004.

je na współpracę przedsiębiorstw. Zdecydowana większość przedsiębiorców (74,0%) przy wprowadzaniu informacji do swoich firm korzystała z prasy, radia i telewizji. Szczególnie ważnym źródłem informacji o innowacjach winny być instytucje doradcze, konsultingowe oraz inne instytucje otoczenia biznesu na obszarach wiejskich i małych miast. Z badań własnych wynika, że z usług informacyjnych instytucji doradczych korzystało 42,6% właścicieli firm agrobiznesu, w tym 34,1% z ośrodków doradztwa rolniczego. Badani przedsiębiorcy korzystali również z innych źródeł informacji o innowacjach, a mianowicie: dostawcy, indywidualni klienci (22,7% wypowiedzi), sąsiedzi i inne osoby (17,8%), technolodzy firm zaopatrujący w surowce do produkcji (17,4%), bezpośrednie kontakty z kontrahentami (16,2%).

Tabela 2

Źródła informacji o innowacjach, które przedsiębiorcy wykorzystali w prowadzeniu firm agrobiznesu

Wyszczególnienie	n <sup>1)</sup>	% respondentów
Firm prowadzących podobną działalność	754	92,0
Prasy, radia i telewizji	607	74,0
Od sąsiadów i innych osób	146	17,8
Od doradcy (jakiej instytucji?)	349	42,6
– ośrodki doradztwa rolniczego	280	34,1
– technolodzy firm zaopatrujących w surowce do produkcji	143	17,4
– urząd gminy	63	7,7
– od dostawców	52	6,3
Inne źródła (jakie?)	411	50,1
– dostawcy, indywidualni klienci	186	22,7
– doświadczenie, własne obserwacje	181	22,1
– bezpośrednie kontakty z kontrahentami	133	16,2
– rozeznanie rynku	110	13,4
– akwizytorzy	108	13,2
– literatura fachowa	95	11,6

<sup>1)</sup>respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowania własne.

Zapewnienie dostępu właścicielom firm do właściwej informacji we właściwym czasie jest niezbędne dla sprawnego zarządzania przedsiębiorstwem. Podobnie wiedza dla przedsiębiorstwa o charakterze spożywczym jest podstawowym nakładem potrzebnym dla zapewnienia sobie konkurencyjności. Wykorzystanie kapitału intelektualnego i wiedzy

może zapewnić przedsiębiorstwu konkurencyjność. Przedsiębiorstwa spożywcze powinny reagować, dzięki rzetelnej informacji, na potrzeby konsumenta przez zmianę cech i jakości swoich wyrobów. Wiedza, kompetencje, informacja wyłaniają się jako główne czynniki przewagi konkurencyjnej, która zapewni efektywność i wzrost wartości firmy<sup>5</sup>.

Realizacja procesów modernizacyjnych i innowacyjnych oraz zwiększanie konkurencyjności firm agrobiznesu wymaga, aby ich właściciele posiadali wysokie kwalifikacje. Mając to na uwadze badany właścicielom firm agrobiznesu postawiono pytanie o kwalifikacje potrzebne w prowadzeniu biznesu (tab. 3). W odpowiedzi zdecydowana większość przedsiębiorców stwierdziła, że potrzebna jest umiejętność kalkulowania kosztów i opłacalności (97,0% wypowiedzi) oraz wiedza technologiczna (71,8%). Przedsiębiorcy do pozostałych, ważniejszych kwalifikacji zaliczyli: umiejętność planowania (71,7% wypowiedzi), umiejętność kierowania ludźmi (67,2%), intuicja, wyczucie (49,3%), znajomość księgowości (43,7%).

Tabela 3

Kwalifikacje potrzebna w prowadzeniu biznesu (w opinii przedsiębiorców)

Wyszczególnienie	n <sup>1)</sup>	% respondentów
Umiejętność kalkulowania kosztów i opłacalności	795	97,0
Wiedza technologiczna	589	71,8
Umiejętność planowania	588	71,7
Umiejętność kierowania ludźmi	551	67,2
Wiedza o intuicji (wyczuciu)	404	49,3
Znajomość księgowości	358	43,7
Znajomość technik organizacyjnych	311	37,9
Wiedza prawnicza	296	36,1
Inne (jakie?)	241	29,4
– marketing, reklama, promocja	74	9,0
– umiejętność dobrego wykonania zadań	40	4,9
– znajomość języków obcych	29	3,5

<sup>1)</sup>respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowania własne.

Obecna sytuacja rynkowa sprawia, iż powstaje konieczność budowania przedsiębiorstw w przyszłości opartych na wiedzy, profesjonalizmie, jakości – efektywnych i kon-

<sup>5</sup> D. Sikorska, *Wiedza i informacja jako elementy konkurencyjności przedsiębiorstw spożywczych*, „Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu” 2004, t. VI, z. 2.

kurencyjnych 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, bez względu na zajmowane stanowisko, wiek, rodzaj i poziom wykształcenia oraz strefę (miejską, wiejską) w której funkcjonuje jego przedsiębiorstwo<sup>6</sup>.

Nieodzownym warunkiem rozwoju przedsiębiorstw jest wiedza, 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 lokowania kapitału<sup>7</sup>

Tabela 4

Najważniejsze cechy osobowe warunkujące sukces w biznesie (w opinii przedsiębiorców)

Wyszczególnienie	n <sup>1)</sup>	% respondentów
Kreatywność, błyskotliwość, operatywność, siła przebiccia, zdolności adaptacyjne	798	97,3
Obowiązkowość, sumiennność, pracowitość	790	96,3
Fachowość, doświadczenie, wiedza fachowa, technologiczna, ekonomiczna, prawnicza	723	88,2
Intuicja, umiejętność perspektywicznego myślenia, umiejętność podejmowania decyzji	684	83,4
Wytrwałość, konsekwencja w działaniu	535	65,2
Umiejętność kierowania ludźmi, zdolności organizacyjne	514	62,7
Kontakty z ludźmi, komunikatywność, dar przekonywania	474	57,8
Dyspozycyjność	375	45,7

<sup>1)</sup>respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowania własne.

W badaniach problematyki rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich ważnym zagadnieniem było również poznanie opinii właścicieli firm o najważniejszych cechach osobowych, warunkujących sukces w biznesie (tab. 4). Z badań wynika, że zdecydowana większość właścicieli firm agrobiznesu (97,3%) do najważniejszych cech osobowych, które mogą warunkować sukces w biznesie zaliczyli: kreatywność, błyskotliwość, operatywność, siłę przebiccia, zdolności adaptacyjne, zaradność, zdecydowanie i upór. Niewiele mniej przedsiębiorców, bo aż 96,3% do tych cech zaliczyło: obowiązkowość, su-

<sup>6</sup> M. Grzybek, *Wiedza a przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*, „Zagadnienia Doradztwa Rolniczego”, 2005, nr 1.

<sup>7</sup> E. Skrzypek, *Kapitał intelektualny jako czynnik stymulujący rozwój przedsiębiorczości*, [w:] *Strategia rozwoju społecznej gospodarki rynkowej w Polsce*, S. Partycki (red.), Wydawnictwo UMCS Lublin, 2002.

mienność, pracowitość, lojalność, uczciwość, rzetelność i wiarygodność. Dopiero na trzecim miejscu 88,2% przedsiębiorców w agrobiznesie wymieniło: rzeczowość, doświadczenie, wiedzę fachową, technologiczną, ekonomiczną, prawniczą oraz profesjonalizm, kompetencje, znajomość branży i wykształcenie. Natomiast w opinii 83,4% właścicieli firm agrobiznesu dużą rolę w osiąganiu sukcesu w rozwoju przedsiębiorstwa odgrywa: intuicja, umiejętność perspektywicznego myślenia oraz umiejętność podejmowania trafnych decyzji.

Czynniki mające wpływ na sukces lokalnej przedsiębiorczości można podzielić na zewnętrzne (związane z firmą i jej otoczeniem) i wewnętrzne (związane z przedsiębiorczością). Do tych pierwszych należą czynniki związane z położeniem, otoczeniem gospodarczym, wyposażeniem infrastrukturalnym, potencjałem ludzkim środowiska i kondycją gospodarki w regionie, aktywnością władz samorządowych i państwowych. Druga grupa czynników jest bezpośrednio związana z przedsiębiorcą, jego portretem demograficzno-psychologicznym<sup>8</sup>.

Czynniki, sprzyjającymi osiągnięciu sukcesu w rozwoju przedsiębiorczości, są szczególnie motywy tworzenia firmy, wynikające z cech osobowościowych, potrzeby odmienności zajęcia, dokonania czegoś wartościowego w życiu, sprawdzenia się<sup>9</sup>.

Tabela 5

Czynniki zewnętrzne, pozwalające odnieść sukces w biznesie (w opinii przedsiębiorców)

Wyszczególnienie	n <sup>1)</sup>	% respondentów
Zbyt, zapotrzebowanie na dany towar lub usługę	329	40,1
Ukierunkowanie produkcji i usług do potrzeb rynku	316	38,5
Posiadanie kapitału	289	35,2
Wysoka jakość produktów i usług oraz innowacyjność produkcji	190	23,2
Odpowiednia cena produktów i usług	170	20,7
Pewne, stabilne rynki zbytu	156	19,0
Marketing, promocja, reklama	112	13,7

<sup>1)</sup>respondenci mogli podać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: opracowania własne.

Oprócz cech osobowych przedsiębiorcy, sukces w biznesie może być uwarunkowany również szeregiem innych czynników o charakterze zewnętrznym. Czynniki te mogą stwarzać szanse i bariery rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie. Umiejętność wykorzysta-

<sup>8</sup> B. Tuzimek, *Przedsiębiorczość w społeczności lokalnej. Wymiary sukcesu wiejskich przedsiębiorców*, „Wież i Rolnictwo”, Warszawa, 2002, nr. 2.

<sup>9</sup> *Ibidem*.



nia szans i osłabienia wpływu barier są w dużym stopniu zależne od wcześniej omówionych cech osobowych przedsiębiorców. Badani przedsiębiorcy do najważniejszych czynników zewnętrznych warunkujących sukces w rozwoju agrobiznesu, zaliczyli: zbyt, zapotrzebowanie na dany towar czy usługę (40,1% wypowiedzi) oraz ukierunkowanie produkcji i usług do potrzeb rynku (38,5%). Badani przedsiębiorcy do innych, ważniejszych czynników warunkujących sukces w rozwoju agrobiznesu zaliczyli: posiadanie kapitału (35,2% wypowiedzi), wysoką jakość produktów i usług oraz innowacyjność produkcji (23,2%), odpowiednie ceny (20,7%), pewne, stabilne rynki zbytu (19,0%).

Na obszarach wiejskich muszą być stworzone określone warunki aby zaistniała przedsiębiorczość, a o jej rozwoju lub zaniku decydują czynniki: ekonomiczne, wpływ państwa na działalność gospodarczą oraz sami przedsiębiorcy<sup>10</sup>.

### Podsumowanie i wnioski

1. Warunkiem prawidłowego funkcjonowania i modernizacji firm agrobiznesu na obszarach wiejskich jest wprowadzanie innowacji i systematyczne unowocześnianie procesów technologicznych. Z badań wynika, że właściciele firm agrobiznesu, mimo szeregu barier w funkcjonowaniu i rozwoju firm wprowadzali innowacje. Najczęściej były nimi zakup nowych maszyn i urządzeń (19,1% firm), stosowanie nowoczesnych technologii produkcji oraz nowych linii technologicznych (17,9%). Przedsiębiorcy w agrobiznesie wprowadzali również automatyzację i mechanizację prac (15,7% firm) oraz stosowali szereg innych innowacji. Stwierdzono, że 40,1% badanych właścicieli firm agrobiznesu nie wprowadzało żadnych zmian. Oznacza to, że firmy te są mało konkurencyjne i narażone na spadek opłacalności swojej działalności. Istnieje więc pilna potrzeba większego zaangażowania się instytucji otoczenia biznesu w uświadomienie przedsiębiorców o roli innowacji w rozwoju firm i zwiększaniu ich konkurencyjności.

2. Ważną rolę w procesie modernizacji firm agrobiznesu odgrywają źródła informacji o innowacjach i umiejętność przedsiębiorców korzystania z nich. Stwierdzono, że 92,0% badanych przedsiębiorców w procesie wprowadzania innowacji, korzystała z informacji firm, prowadzących podobną działalność. Należy stwierdzić, że nie jest to korzystne źródło informacji w aspekcie konkurencyjności firm. Natomiast 74,0% przedsiębiorców w agrobiznesie, w procesie wprowadzania innowacji korzystała z prasy, radia i telewizji. Niekorzystnym zjawiskiem jest fakt, że tylko 42,6% właścicieli firm agrobiznesu korzystało z informacji o innowacjach od instytucji doradczych i konsultingowych. Instytucje te winny być najważniejszym źródłem informacji i wsparciem w procesie innowacyjnym firm agrobiznesu.

3. Badani właściciele firm agrobiznesu wyrazili opinię na temat dziedzin wiedzy, z jakich chcieliby podnosić swoje kwalifikacje. Najwięcej przedsiębiorców wymieniło

---

<sup>10</sup> *Encyklopedia Biznesu*, W. Pomykało (red.), Wydawnictwo Fundacja Innowacja, Warszawa 1995.

umiejętność kalkulowania kosztów i opłacalności (97,0% wypowiedzi), wiedzę technologiczną (71,8%), umiejętność planowania (71,7%) oraz zdolność kierowania ludźmi (67,2%). Przedstawione opinie przedsiębiorców o dziedzinach wiedzy przydatnych im w prowadzeniu firm są jednocześnie ich potrzebami doradczymi i edukacyjnymi, które są źródłem wiedzy dla instytucji otoczenia biznesu we wspieraniu rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie na obszarach wiejskich.

4. Badani właściciele firm agrobiznesu wymienili również czynniki zewnętrzne, które mogą warunkować osiągnięcie sukcesu w biznesie. Przedsiębiorcy do najważniejszych czynników zewnętrznych zaliczyli: zbyt, zapotrzebowanie na dany towar czy usługę (40,1% wypowiedzi), ukierunkowanie produkcji i usług do potrzeb rynku (38,5%), posiadanie kapitału (35,2%), wysoka jakość produktów i usług oraz innowacyjność produkcji (23,2%), odpowiednie ceny (20,7%) oraz pewne i stabilne rynki zbytu (19,0%). Czynniki te mogą jednocześnie stwarzać szanse i bariery rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Instytucje doradcze i konsultingowe powinny udzielać przedsiębiorcom wsparcia w pokonywaniu tych barier i w wykorzystaniu szans w rozwoju przedsiębiorczości.

#### **INNOVATIVENESS AND SUCCESS SOURCES IN AGRIBUSINESS ENTERPRISES DEVELOPMENT ON RURAL AREAS IN POLAND**

##### **Summary**

The objective of the survey was to estimate innovativeness level and to recognize success sources in agribusiness development on rural areas in Poland. The survey was carried out in 2008. The survey included 820 agribusiness enterprises. The survey proved that 59.9% of agribusiness enterprises introduced innovations in their firms, which improved the process of development and competitiveness. The main source of information in innovations introduction for 92% of surveyed enterprises were other enterprises running similar activity.