

# Mioduszewski, Jarosław / Miętlewski, Zygmunt

---

## Czynniki warunkujące rozwój przedsiębiorczości na lokalnym rynku

---

Zeszyty Naukowe Ostroleckiego Towarzystwa Naukowego 24, 85-98

---

2010

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.

## CZYNNIKI WARUNKUJĄCE ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI NA LOKALNYM RYNKU

## FACTORS INFLUENCING OPERATIONS OF MEDIUM AND SMALL ENTERPRISES ON THE LOCAL MARKET

### Wprowadzenie

Rozwój przedsiębiorczości uznawany jest za jeden z niezbędnych warunków zrównoważonego rozwoju gospodarczego każdego regionu. Jego dynamika oraz struktura podmiotowa i przedmiotowa według klasyków nauk ekonomicznych jest zróżnicowana i stanowi swoistego rodzaju „akcelerator” wzrostu i rozwoju gospodarczego.

Przedsiębiorczość rozumiana jest jako zdolność człowieka lub organizacji do poszukiwania i stosowania nowych rozwiązań, wymagających inicjatywy, energii, pomysłowości oraz umiejętności oszacowania niezbędnych nakładów rzeczowo-finansowych, czasowych, a także możliwych do osiągnięcia korzyści w obszarze występujących ograniczeń i możliwości oraz skłonności do podejmowania ryzyka i odpowiedzialności za podjęte decyzje i działania<sup>1</sup>.

Adam Smith wskazuje, że rozwój gospodarczy zależy od trzech prerogatyw, które przysługują jednostce, tj.: dążenie do osiągania własnych korzyści, podziału pracy oraz wolności handlu. W praktyce gospodarczej wszystkie są wykorzystywane, dając możliwość realizowania celu, dla którego są tworzone podmioty gospodarcze<sup>2</sup>.

Podejmowanie działalności gospodarczej przyczynia się do ożywienia i rozwoju społeczno-gospodarczego regionu, przejawiającego się między innymi zmniejszeniem poziomu bezrobocia oraz wzrostem wpływów do budżetów lokalnych.

---

\* dr, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

\*\* dr, Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa, Akademia Morska w Gdyni

<sup>1</sup> J. Penc, *Leksykon biznesu*, Placet, Warszawa 1997.

<sup>2</sup> P.J. O'Rourke, *Adam Smith. Bogactwo narodów*, MUZA, Warszawa 2009.

W Polsce systematycznie rośnie znaczenie przedsiębiorstw sektora MSP w tworzeniu produktu krajowego brutto (PKB), którego udział w 2008 r. stanowił 46,9%, z tego przedsiębiorstwa mikro wytworzyły 29,8%, małe – 7,3%, a średnie około 9,8%<sup>3</sup>. Rozwój przedsiębiorczości wpływa również na poprawę warunków życia i sytuacji materialnej mieszkańców. Jedną z ważnych cech osobowości przedsiębiorcy jest zdolność przystosowania się do zmiennych warunków otoczenia. Jak wskazuje Wilkin<sup>4</sup>, zmiany cech tkwiących w postawach i motywacji ludzi mają mniejszą dynamikę i nie zachodzą tak szybko jak w sferze przekształceń systemowych w gospodarce. Współczesna przedsiębiorczość oparta jest na dużej absorpcji wiedzy i informacji oraz wymaga wsparcia za strony wielu instytucji działających na różnych szczeblach organizacji państwa.

Barier rozwoju przedsiębiorczości lokalnej jest wiele, a ich ranga różna. Jedne mają charakter ograniczeń zewnętrznych (makroekonomicznych), związanych z rozwiązaniami wynikającymi z polityki społeczno-gospodarczej państwa, systemu ekonomicznego oraz stosowanych rozwiązań formalno-prawnych. Uwarunkowania zewnętrzne w mniejszym lub większym stopniu sprzyjają rozwojowi lokalnemu, są niezależne od władz na poziomie lokalnym<sup>5</sup>.

Celem badań była identyfikacja czynników warunkujących rozwój przedsiębiorczości gospodarczej na lokalnym rynku.

W opracowaniu przedstawiono wyniki badań ankietowych przeprowadzonych na terenie miasta i gminy Elbląg, wśród osób prowadzących działalność gospodarczą zaliczaną do sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Na terenie gminy w 2008 roku było zarejestrowanych ogółem 12 619 podmiotów, w tym w sektorze prywatnym 92,4%. Badaniami ankietowymi objęto 124 przedsiębiorców zarejestrowanych w Ewidencji Działalności Gospodarczej w Urzędzie Miasta Elbląg. Kwestionariusz ankietowy prawidłowo i kompletnie wypełniło 82 przedsiębiorców, wśród których większość stanowiły kobiety (57,35%). 78% badanych osób swoją działalność prowadziło w miejscu zamieszkania.

## Wyniki badań

Wśród badanych dominowały osoby młode. W grupie wiekowej od 18 do 30 lat było 30,5%, od 31 do 40 lat 32,9% i od 41 do 50 lat 22,0%. Nieliczne grono

<sup>3</sup> R. Zakrzewski, *Udział małych i średnich przedsiębiorstw w wytwarzaniu PKB i wartości dodanej brutto*, w: *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008–2009*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010.

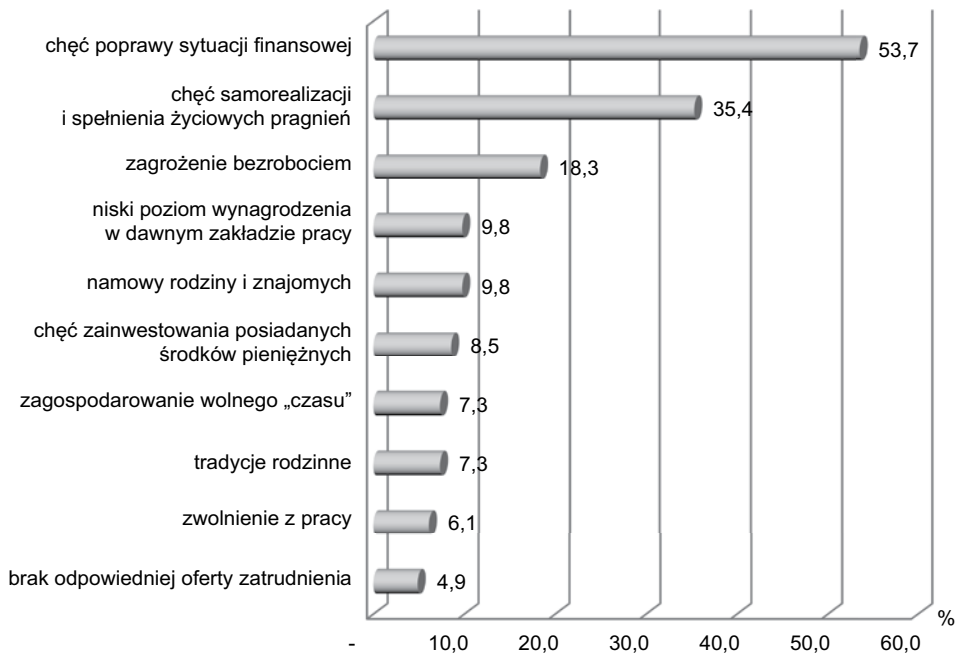
<sup>4</sup> J. Wilkin, *Przedsiębiorczość na wsi – główne determinanty i uwarunkowania*, w: *Przedsiębiorczość w agrobiznesie a rozwój terenów wiejskich*. Międzynarodowa Konferencja Naukowa, Trzcianica 1997.

<sup>5</sup> M. Zarębski, *Czynniki rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw na obszarach wiejskich*, w: *Przedsiębiorstwo i jego otoczenie w warunkach integracji europejskiej*, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn 2002.

stanowiły osoby w grupie wiekowej od 50 do 60 roku życia (12,2%), osoby powyżej 60 roku stanowiły 2,4%. Relatywnie niski udział osób starszych w życiu gospodarczym może świadczyć o tym, że osoby starsze niechętnie podejmują ryzyko prowadzenia własnego biznesu. Połowa badanych posiadała wykształcenie wyższe, a ponad 46,4% wykształcenie średnie (techniczne zawodowe i ogólnokształcące), pozostali mieli wykształcenie zawodowe (2,4%). W ogólnej liczbie badanych respondentów dominowały działalności prowadzone jednoosobowo przez osoby fizyczne (76,8%), w spółkach cywilnych (9,8%), jawnych (7,3%), z ograniczoną odpowiedzialnością (6,1%). Respondenci podejmowali głównie działalność usługową (46,3%) związaną z prowadzeniem salonów kosmetycznych, zakładów krawieckich i fryzjerskich, świadczeniem usług gastronomicznych, biur rachunkowych i ubezpieczeniowych, pośrednictwa kredytowego, usługami stolarskimi, transportowymi, naprawą sprzętu gospodarstwa domowego, prowadzeniem warsztatów samochodowych oraz działalność handlową (35,4%), tj. sklepy odzieżowe, obuwnicze, motoryzacyjne, z materiałami budowlanymi, chemiczne, kosmetyczne, spożywcze itp. Uruchamiając działalność gospodarczą, większość respondentów wskazała, że posiadała doświadczenie zawodowe (96,3%), tylko nieliczni go nie posiadali (3,7%), podejmując ją po ukończeniu szkoły. W większości swoją działalność podejmowano, opierając się na doświadczeniu zawodowym- w tej samej branży (58,5%). Zakres prowadzonej działalności miał głównie charakter lokalny (40,2%) i regionalny (35,4%). Pozostałe podmioty prowadziły działalność o charakterze mieszanym produkcyjno-handlowo-usługowym (piekarnie, cukiernie, masarnie, przetwórstwo zbożowe, meble, palety Euro). Co szósta firma miała zasięg krajowy, a co czternasta działała także na rynkach zagranicznych, głównie w Rosji (w obwodzie kaliningradzkim). Na taką strukturę zakresu terytorialnego ma wpływ m.in. położenie geograficzne. Wśród badanych firm 28% nie zatrudniało pracowników. Pozostali przedsiębiorcy zatrudniali łącznie 407 osób (średnio 6,9 osoby/1 podmiot) i były to osoby posiadające odpowiednie kwalifikacje. Jak wskazywano, co dziesiąty zatrudniany pracownik był znajomym, a co szesnasty osobą „przypadkową”. Około ¼ lokali użytkowych było własnością badanych, a 71,9% dzierżawiono lub najmowano, pozostali do swojej działalności nie potrzebowali lokali (praca w terenie).

W podejmowaniu decyzji o uruchomieniu działalności gospodarczej badane osoby kierowały się głównie motywem ekonomicznym, wynikającym z chęci poprawy sytuacji finansowej (53,7%), chęcią samorealizacji i spełnienia życiowych pragnień (35,4%), a także obawą przed bezrobociem (18,3%), niskimi dochodami uzyskiwanymi w dotychczasowej pracy, namowami rodziny i znajomych oraz chęcią zainwestowania posiadanych środków finansowych, na które wskazywał co dziesiąty respondent. Co piętnasta badana osoba wskazywała na chęć zagospodarowania wolnego czasu, tradycje rodzinne, a także na swoisty przymus związany ze zwolnieniem z pracy lub brakiem odpowiedniej oferty zatrudnienia na rynku pracy (rys. 1).

**Rysunek 1. Motywy podjęcia i prowadzenia działalności gospodarczej badanych osób**



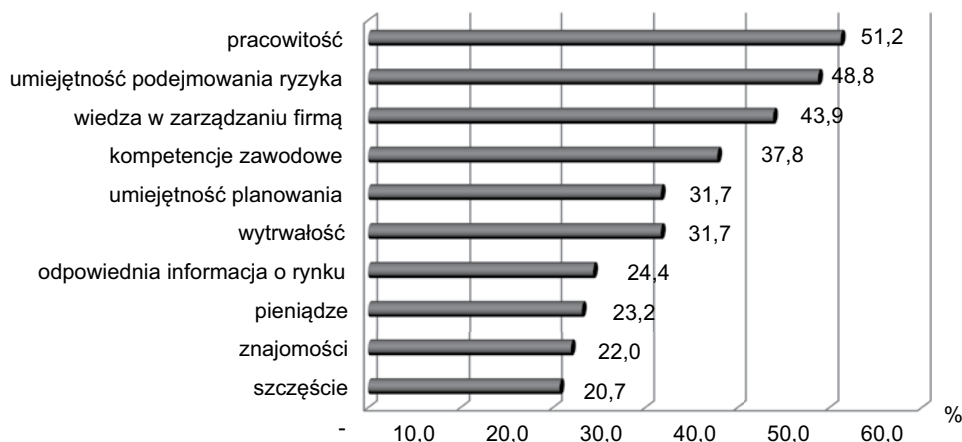
*Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.*

Istotnym elementem związanym z rozwojem przedsiębiorczości są cechy osobowościowe przedsiębiorców, które niejako decydują o odniesieniu do sukcesu w biznesie. Zaliczono do nich pracowitość, a także zasoby wiedzy niezbędnej przy podejmowaniu decyzji i ryzyka z nią związanego, wiedzę o zarządzaniu firmą i realizacją poszczególnych funkcji zarządzania (największe znaczenie w tym zakresie przypisano planowaniu działań). W osiągnięciu sukcesu zawodowego potrzebne są również szeroko pojęte kompetencje zawodowe, często wynikające ze zdobytego własnego doświadczenia zawodowego, a także wytrwałość i konsekwencja w działaniu. Za mniej istotne czynniki uznano znajomości, a także „szczęście” będące odzwierciedleniem stanu świadomości przedsiębiorcy w odniesieniu do ryzyka podejmowania decyzji, odpowiednie informacje o rynku i środki pieniężne. Te ostatnie czynniki wskazywali respondenci, którzy prowadzili działalność w małych miejscowościach o zasięgu lokalnym na niewielką skalę (rys. 2).

Analizując zgromadzone dane pod względem źródeł finansowania przy uruchamianiu działalności gospodarczej, ankietowane osoby wskazywały głównie środki własne i kredyty bankowe. Coraz popularniejszym źródłem, a po części i motywem uruchamiania działalności gospodarczej, są dofinansowania celowe

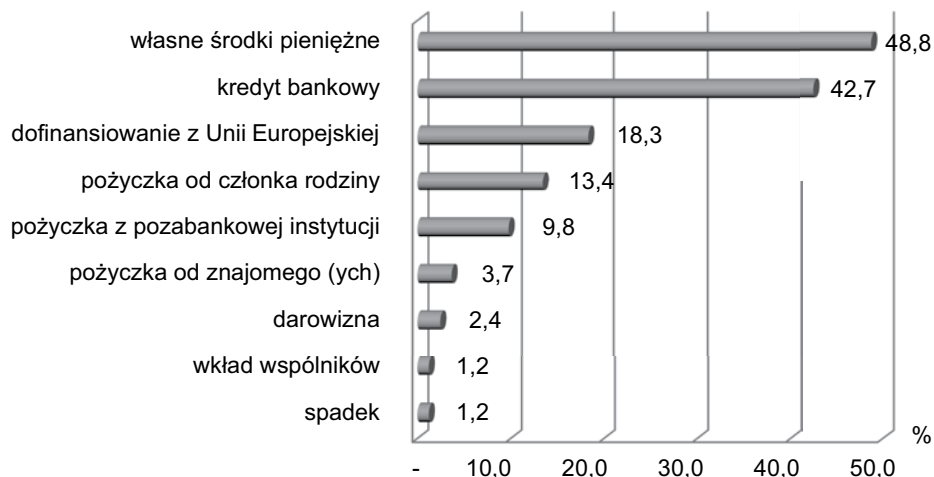
pochodzące z funduszy Unii Europejskiej. Wśród pozostałych źródeł wskazywano także na pożyczki od rodziny czy też z pozabankowych instytucji finansowych. Natomiast najrzadziej korzystano z pożyczki od znajomych, darowizny, wkładu własnego wspólników czy otrzymanego spadku (rys. 3).

**Rysunek 2. Czynniki decydujące o odniesieniu sukcesu w prowadzeniu biznesu w opinii badanych osób**



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

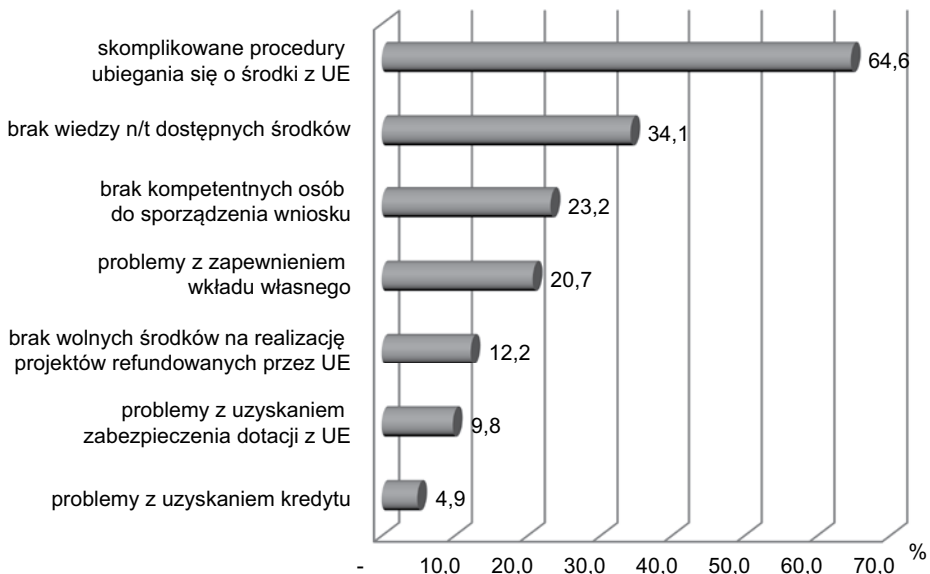
**Rysunek 3. Źródła finansowania wykorzystywane do uruchomienia działalności gospodarczej wg badanych osób**



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Rozwój prowadzonej działalności, jak wskazywały wszystkie badane osoby, finansowany był środkami własnymi. Co drugi przedsiębiorca korzystał z kredytu (52,4%), co trzeci z leasingu (34,1%) oraz środków finansowych z funduszy pożyczkowych (8,5%). Z dofinansowania funduszy unijnych na rozwój działalności poprzez zakup środków trwałych, technologii i stworzenie miejsc pracy korzystał tylko co dziewiąty respondent (11,0%). Pomoc publiczna przeznaczona była głównie na komputeryzację firmy, szkolenia pracowników, rozwiązania innowacyjne (zakup sprzętu i wyposażenia, zwiększenie zatrudnienia, budowy, remonty, uzyskanie certyfikatów jakości (ISO), zakup licencji, patentów. Małe zainteresowanie badane osoby wykazują również ubieganiem się o środki finansowe z programów unijnych w przyszłości, co w części wynika z braku pomysłu na wykorzystanie dotacji. Chęć taką wyrażała co piąta badana osoba. Powodem niewielkiego zainteresowania respondentów funduszami unijnymi są bariery związane z posiadaniem odpowiedniej wiedzy o dostępności funduszy unijnych, wynikające ze skomplikowanych procedur ubiegania się o środki z Unii Europejskiej, a także brak kompetentnych osób do sporządzenia wniosku. Wskazano także na problemy finansowe związane m.in. z trudnościami ze zgromadzeniem środków finansowych na wkład własny, uzyskaniem finansowego zabezpieczenia dotacji bądź przeznaczonego na ten cel kredytu (rys. 4).

**Rysunek 4. Bariery w pozyskiwaniu funduszy z Unii Europejskiej wg opinii badanych osób**

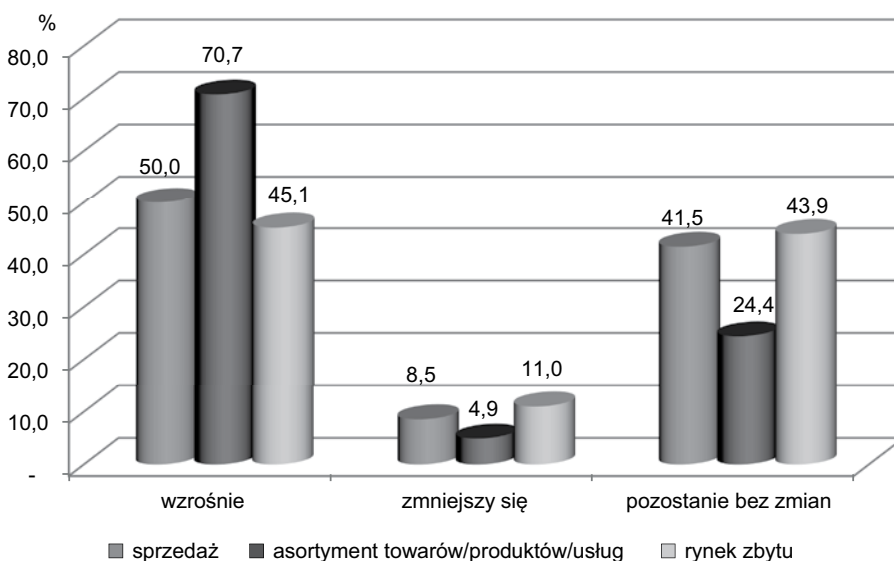


*Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.*

Dokonując oceny wpływu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej na położenie przedsiębiorstwa prowadzonego przez respondentów, większość badanych (65,9%) wskazała, że nie wpłynęło to na zmianę sytuacji ekonomiczno-finansowej. Co dwunasty respondent przyznał, że sytuacja się pogorszyła. Co czwarty respondent wskazywał, że sytuacja jego firmy polepszyła się m.in. dzięki możliwości zwiększenia rozmiarów działalności, dzięki dostępowi do technologii i środków finansowych.

Dokonując oceny możliwości rozwoju własnego przedsiębiorstwa, respondenci odnieśli się do trzech aspektów z nim związanych, obejmujących poziom sprzedaży, wielkość asortymentu/usług oraz rynku zbytu. W swoich prognozach wyrażano się dość optymistycznie, wskazując, że poziom sprzedaży zwiększy się (50%) między innymi dzięki szacowanemu wzrostowi asortymentu towarów, produktów lub zakresu świadczonych usług lub pozostanie bez zmian (41,5%). 45,1% z nich szacowała, że zwiększy swój zasięg działalności przez zwiększenia rynku zbytu (rys. 5).

**Rysunek 5. Perspektywa rozwoju prowadzonej działalności gospodarczej wg opinii badanych osób**



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

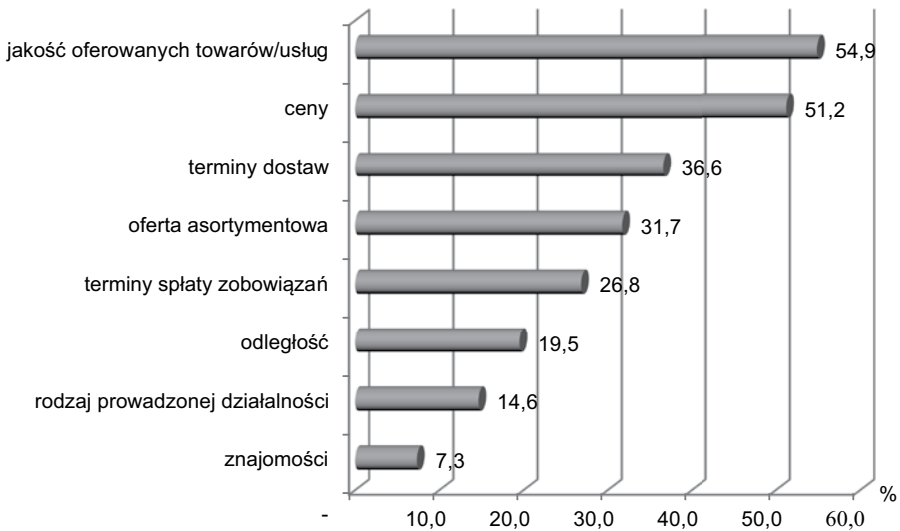
Swoją wiedzę na temat rynku przedsiębiorcy czerpią głównie od znajomych, współpracowników i klientów (47,4%). Coraz częściej wykorzystywanym źródłem jest Internet (37,8%) oraz własne obserwacje konkurencji (30,5%), prasa fachowa i media (14,6%), raporty instytucji badawczych (14,6%) oraz badania zlecone agencjom badawczym (8,5%). W ocenie prowadzonej działalności gospodarczej istotnym czynnikiem jest oszacowanie poziomu uzyskiwanych dochodów badanych przedsiębiorców. Większość badanych osób (51,2%) oceniała swoje dochody



na przeciętnym poziomie. Za skromny, ale wystarczający na utrzymanie rodziny, poziom dochodów uznało 30,5% badanych osób, jako wysoki 15,9% badanych osób. Tylko dwóch przedsiębiorców (2,4%) wskazało, że ich dochody z działalności są skromne i w niewielkim stopniu pokrywają potrzeby rodziny.

Na prowadzoną przez respondentów działalność gospodarczą wpływa szereg czynników zewnętrznych i wewnętrznych. Jednym z bardziej istotnych jest współpraca z dostawcami. O wyborze dostawców decydują określone kryteria i znaczenie przypisywane im przez respondentów. Za najistotniejsze uznano jakość oferowanych towarów/usług, ceny, dostępność, rozumianą jako terminy dostaw, ofertę asortymentową oraz terminy spłaty zobowiązań. Niewielkie znaczenie natomiast przypisywano położeniu dostawcy (odległość), rodzajowi prowadzonej działalności czy też jego bezpośredniej znajomości (rys. 6).

**Rysunek 6. Czynniki warunkujące wybór firm współpracujących (dostawców) wg opinii badanych osób**



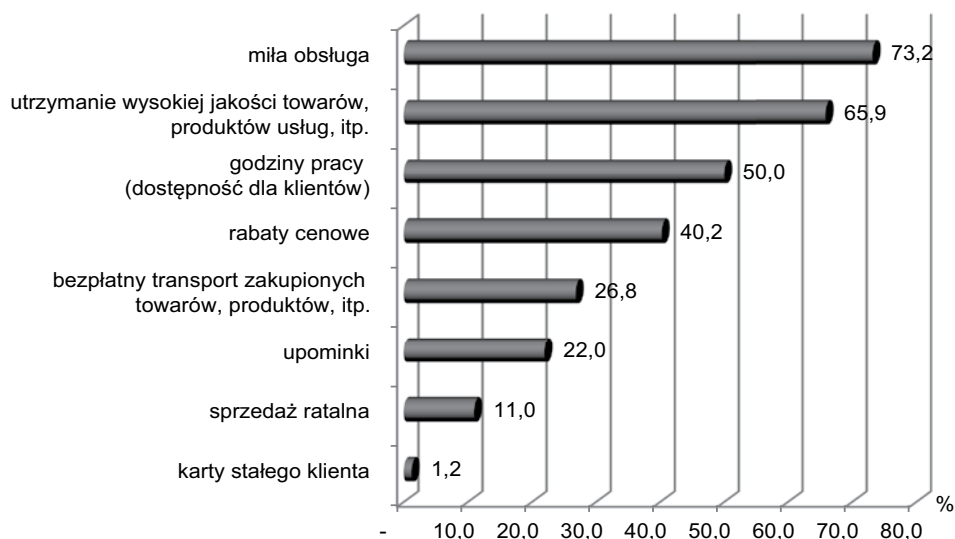
*Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.*

Do uwarunkowań zewnętrznych prowadzenia działalności gospodarczej można także zaliczyć wpływ działalności konkurencyjnych przedsiębiorstw funkcjonujących na tym samym rynku, o podobnym zakresie i profilu działalności. Z analizy zgromadzonych danych wynika, że na rynku jest dość duża konkurencja, którą w skali 5-stopniowej oceniono na poziomie 3,2 pkt, a którą dostrzega 89,0% badanych osób. Według większości respondentów (52,4%) na rynku funkcjonuje powyżej 5 firm, a 36,6% wskazuje, że ich liczebność kształtuje się na poziomie od 1 do 5 firm.

Do uwarunkowań wewnętrznych rozwoju przedsiębiorczości zalicza się m.in. działania, jakie firma prowadzi w celu pozyskania i utrzymania klientów. Badani

przedsiębiorcy, aby zdobyć i utrzymać klientów, najczęściej stawiają na miłą obsługę, wysoką jakość towarów, produktów i świadczonych usług oraz godziny pracy dostosowane do potrzeb klientów, a także wywieranie wpływu na decyzje zakupowe przez stosowanie rabatów. W zależności od branży i rozmiarów prowadzonej działalności zapewniają również bezpłatny transport i dodatkowe gratyfikacje w postaci tzw. upominków. Umożliwiają również dokonywanie zakupów poprzez sprzedaż ratalną i oferowanie kart stałego klienta (rys. 7).

**Rysunek 7. Działania stosowane przy pozyskiwaniu i utrzymaniu klientów w opinii badanych osób**



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

Innym elementem mającym wpływ na rozwój działalności jest sposób informowania potencjalnych klientów firmy o prowadzonej działalności. Badani przedsiębiorcy zdobywają nowych klientów najczęściej dzięki poleceniu osób, które korzystały z ich usług czy kupowały ich produkty, towary (70,7%), oraz reklamom zamieszczanym na tablicach reklamowo-informacyjnych (43,9%). Dużą rolę w reklamowaniu firm odgrywają również polecenia znajomych i rodziny (43,9%) oraz reklama w Internecie (42,7%). Coraz bardziej popularną metodą informowania o prowadzonej działalności jest zamieszczanie informacji w lokalnych mediach, takich jak radio czy telewizja (37,8%), oraz prasie o zasięgu lokalnym. Tylko nieliczni korzystają z reklamowania się przez oklejanie reklamą samochodów firmowych (4,9%) oraz kolportaż ulotek (1,2%).

W rozważaniach o mikroekonomicznych uwarunkowaniach rozwoju przedsiębiorczości należy brać pod uwagę ekologiczno-społeczny i gospodarczy poten-

cjał gminy (zasoby), który powinien być racjonalnie wykorzystany m.in. dzięki aktywności władz, instytucji i organizacji na szczeblu lokalnym.

Barier rozwoju przedsiębiorczości lokalnej jest wiele, a ich ranga różna. Jedne mają charakter ograniczeń zewnętrznych (makroekonomicznych), związanych z rozwiązaniami wynikającymi z polityki społeczno-gospodarczej państwa, systemu ekonomicznego oraz stosowanych rozwiązań formalno-prawnych. Uwarunkowania zewnętrzne w mniejszym lub większym stopniu sprzyjają rozwojowi lokalnemu, są niezależne od władz na poziomie lokalnym.

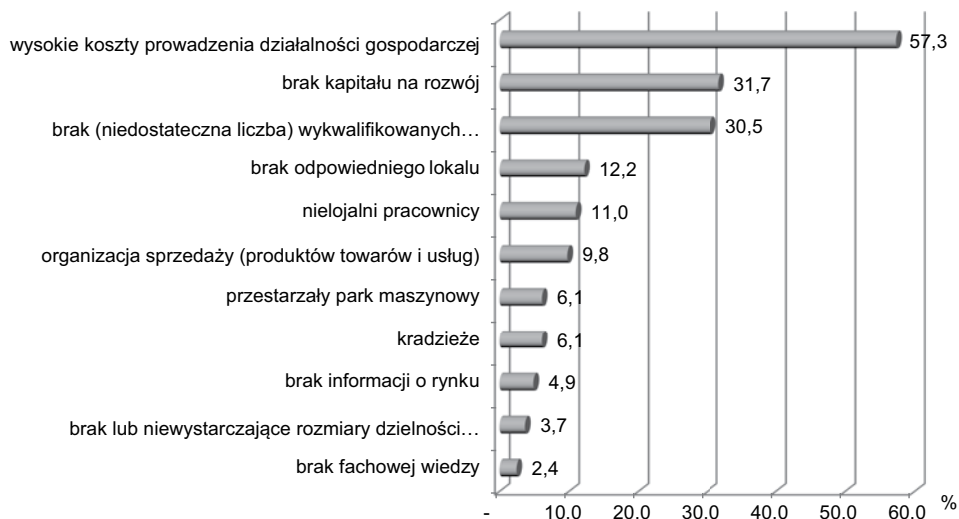
Do najważniejszych barier (ograniczeń) rozwoju działalności gospodarczej respondenci zaliczyli wysokie koszty jej prowadzenia (wysokie obciążenia podatkowe), finansowe związane z brakiem kapitału na rozwój firmy oraz trudności kadrowe przejawiające się kłopotami ze znalezieniem odpowiedniej liczby pracowników o określonych umiejętnościach i kwalifikacjach. Badania potwierdzają powszechnie znaną słabość małych firm polegającą na niedostatku własnych środków finansowych i trudnościach w uzyskaniu kredytu, nie tylko w okresie tworzenia firmy, ale również w trakcie jej działania. Niewielka skala działalności powoduje również, że koszty jednostkowe wytwarzanych produktów, świadczonych usług i marże handlowe MSP są wyższe praktycznie we wszystkich dziedzinach ich działalności w porównaniu z dużymi firmami. Znacznym problemem dla właścicieli małych i średnich firm jest także „ubogi” rynek, czyli tzw. bariera popytowa. Małe firmy podlegają silnej konkurencji, co wynika z dużego nasycenia przestrzeni gospodarczej podmiotami prowadzącymi działalność podobną zarówno pod względem przedmiotu, jak i rozmiarów. Na te czynniki nakładają się również w sposób pośredni uwarunkowania wewnętrzne mające podłoże w zasobach podmiotów gospodarczych (ludzkie, rzeczowe i informacyjne – rys. 8).

Możliwości rozwoju działalności gospodarczej respondenci upatrują w dużej aktywności władz samorządowych polegającej na działaniach promocyjnych miasta, gminy, przyciąganiu inwestorów oraz wykorzystywaniu instrumentów fiskalnych (obniżanie podatków i opłat lokalnych, pomoc finansowa), a także wspieraniu poprzez rozwój infrastruktury technicznej, wspomaganie rozwoju kontaktów międzyregionalnych i zagranicznych oraz angażowanie środowiska biznesowego w rozwój oświaty i usług okołobiznesowych (rys. 9).

Równie istotne znaczenie dla dynamiki rozwoju przedsiębiorstwa mają cechy miejscowości, w której prowadzona jest działalność gospodarcza. Za najistotniejsze respondenci uznali położenie geograficzne (45,1%), rynek pracy (41,5%), chłonność rynku lokalnego (32,9%), a także zaangażowanie władz lokalnych w rozwój gospodarczy regionu (26,8%) oraz poziom wykształcenia i kulturę społeczności lokalnej (24,4%). W dalszej kolejności wymieniano infrastrukturę instytucjonalną (20,7%), tj. urzędy administracji, infrastrukturę techniczną (17,4%), tj. drogi, sieć kanalizacyjną, wodociągową, elektryczną, gazową, telekomunikacyjną itp. Często wśród czynników mających wpływ na rozwój przedsiębiorczości wymieniany jest również stan środowiska naturalnego (13,4%), na który przedsiębiorcy bar-

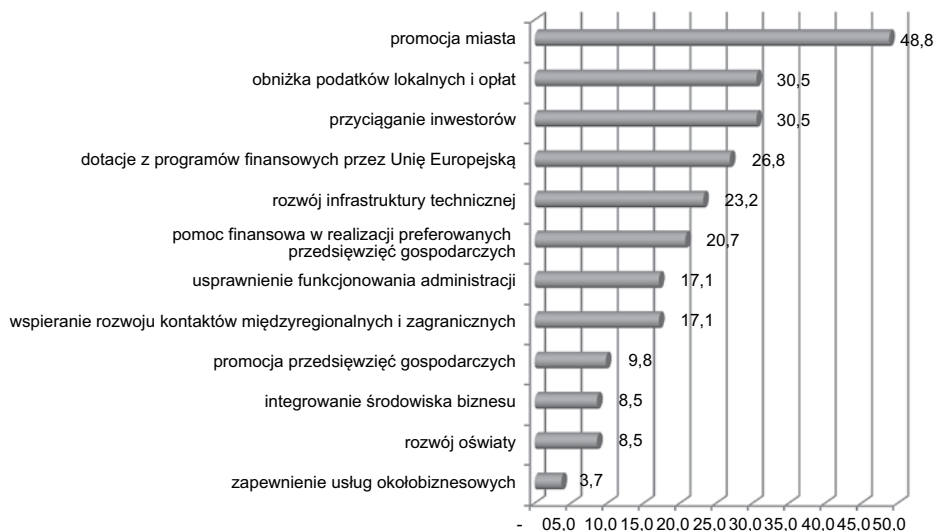
dzo rzadko zwracają uwagę, szczególnie w rejonach słabo uprzemysłowionych, gdzie czyste środowisko naturalne jest uznawane za pewien standard.

**Rysunek 8. Czynniki utrudniające rozwój działalności gospodarczej w opinii badanych osób**



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

**Rysunek 9. Działania władz samorządowych wspierające rozwój lokalnej przedsiębiorczości w opinii badanych osób**



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych.

## Wnioski

Celem badań była identyfikacja czynników warunkujących rozwój przedsiębiorczości gospodarczej na lokalnym rynku. Wyniki badań oraz przeprowadzona analiza pozwalają na sformułowanie następujących wniosków.

W podejmowaniu decyzji o uruchomieniu działalności gospodarczej respondenci kierowali się głównie motywem ekonomicznym, wynikającym z chęci poprawy sytuacji finansowej, chęci samorealizacji i spełnienia życiowych pragnień, a także z obawy przed bezrobociem, niskimi dochodami uzyskiwanymi w dotychczasowej pracy.

Ważnym czynnikiem związanym z rozwojem działalności gospodarczej są cechy osobowościowe przedsiębiorców, do których należy zaliczyć pracowitość popartą wiedzą o zarządzaniu firmą, kompetencje zawodowe oraz wytrwałość i konsekwencję w działaniu. Do głównych źródeł finansowania wykorzystywanych w rozwoju działalności gospodarczej respondenci zaliczyli środki własne, kapitały obce (kredyty, środki finansowe z funduszy pożyczkowych) oraz dofinansowania celowe pochodzące z funduszy Unii Europejskiej. Niewielkie zainteresowanie ubieganiem się o środki finansowe z programów unijnych można tłumaczyć brakiem pomysłu na wykorzystanie dotacji oraz barierami mającymi charakter informacyjny, związany z posiadaniem odpowiedniej wiedzy o dostępności funduszy unijnych, a także skomplikowanymi procedurami ich pozyskiwania. Z tego punktu widzenia istotny jest brak informacji o osobach świadczących usługi doradcze, a także bariery finansowe związane ze zgromadzeniem środków finansowych na wkład własny czy uzyskaniem finansowego zabezpieczenia dotacji bądź kredytu.

Rozwój przedsiębiorczości warunkowany jest utrzymaniem stałych klientów i pozyskiwaniem nowych. Badani przedsiębiorcy, aby zdobyć i utrzymać klientów, najczęściej stawiają na miłą obsługę, wysoką jakość towarów, produktów i świadczonych usług, godziny pracy dostosowane do potrzeb klientów oraz wywieranie wpływu na decyzje zakupowe poprzez stosowanie rabatów. Do uwarunkowań zewnętrznych prowadzenia działalności gospodarczej respondenci zaliczyli dość duże oddziaływanie konkurencyjnych przedsiębiorstw. Możliwości rozwoju działalności gospodarczej respondenci upatrują w dużej aktywności władz samorządowych polegającej na działaniach promocyjnych, przyciąganiu inwestorów oraz wykorzystywaniu instrumentów fiskalnych, w zachęcaniu do rozwijania działalności, rozwoju infrastruktury technicznej, kontaktów międzyregionalnych i zagranicznych, integrowaniu środowiska biznesowego, rozwoju oświaty i usług okołobiznesowych.

**BIBLIOGRAFIA**

- O'Rourke P.J. 2009.** *Adam Smith. Bogactwo narodów*. MUZA, Warszawa.
- Penc J. 1997.** *Leksykon biznesu*. Placet, Warszawa.
- Wilkin J. 1997.** *Przedsiębiorczość na wsi – główne determinanty i uwarunkowania*. W: *Przedsiębiorczość w agrobiznesie a rozwój terenów wiejskich*. Międzynarodowa Konferencja Naukowa, Trzcinica.
- Zakrzewski R. 2010.** *Udział małych i średnich przedsiębiorstw w wytwarzaniu PKB i wartości dodanej brutto, w: Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008–2009*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Zarębski M. 2002.** *Czynniki rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw na obszarach wiejskich, w: Przedsiębiorstwo i jego otoczenie w warunkach integracji europejskiej*. Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn.

**STRESZCZENIE**

Czynniki wpływające na funkcjonowanie i rozwój przedsiębiorstw na szczeblu lokalnym prezentują wyniki badań przeprowadzonych wśród 82 osób prowadzących działalność gospodarczą na terenie miasta i gminy Elbląg. W podejmowaniu decyzji o uruchomieniu działalności gospodarczej respondenci kierowali się głównie motywem ekonomicznym, chęcią samorealizacji i spełnienia życiowych pragnień. O rozwoju działalności gospodarczej decydują cechy osobowościowe przedsiębiorców związane z pracowitością, kompetencjami zawodowymi oraz wytrwałością i konsekwencją w działaniu. Do głównych źródeł finansowania rozwoju działalności gospodarczej respondenci zaliczyli głównie środki własne, kredyty oraz środki z funduszy Unii Europejskiej. Przedsiębiorstwa w relatywnie małych miastach mają trudniejszy dostęp do informacji gospodarczej, która jest niezbędna do podejmowania decyzji ekonomicznych, oceny własnych możliwości i racjonalnego planowania rozwoju. Od lokalnych władz samorządowych drobni przedsiębiorcy oczekują przede wszystkim podejmowania działań integrujących środowisko, dobrej informacji, a także obniżenia lokalnych podatków.

**SŁOWA KLUCZOWE:** przedsiębiorczość, małe i średnie przedsiębiorstwa, lokalny rynek

**SUMMARY**

Factors, which affect the functioning and development of enterprises on a local level are shown by results of researches carried out with 82 people who run their own business on the premises of Elbląg city and commune. When making decisions about starting business, respondents mostly went by economic motive, wish of self-realization and fulfilment of their life desires. The development of business is determined by personal features of entrepreneur combined with diligence, pro-

fessional references and persistence and consistency in action. As the main sources of funding development of business respondents classified mostly self means, credits, and means from fund of European Union. Enterprises in relatively small cities face more difficulties to get the economic information, which is essential for the development. From local authorities they expect first of all taking up actions interfering in environment, reliable information and reduction of local taxes.

**KEYWORDS:** enterprise, medium and small enterprises, local trade