

Wojciech Misterek

Znajomość działań podejmowanych przez jednostki samorządu terytorialnego w zakresie wspierania przedsiębiorczości

Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio H, Oeconomia 46/2, 141-151

2012

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Katedra Bankowości,
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

WOJCIECH MISTEREK

*Znajomość działań podejmowanych przez jednostki samorządu
terytorialnego w zakresie wspierania przedsiębiorczości*

Assessment of knowledge of the activities undertaken by local authorities as regards
support to entrepreneurship

Słowa kluczowe: jednostki samorządu terytorialnego, przedsiębiorczość, instrumenty wspierania przedsiębiorczości

Keywords: local government units, entrepreneurship, the instruments of supporting entrepreneurship

Wstęp

Jednostki samorządu terytorialnego, funkcjonując w ramach i z upoważnienia państwa, mają określony zakres zadań do wykonania, który został narzucony w ramach podziału kompetencji pomiędzy władzę państwową i poszczególne samorzady¹. Zadania te, jak stanowi art. 166 Konstytucji, dzielą się na własne, i to one powinny dominować, oraz zlecone przez administrację rządową, które ograniczają zakres samodzielności gmin, powiatów lub

¹ Szczegółowy podział zadań przypadający na poszczególne szczeble samorządu terytorialnego został sprecyzowany w ustawach samorządowych: *Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym*, Dz. U. 2001, nr 142 poz. 1591 z późn. zm., art. 7, *Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym*, Dz. U. 2001, nr 142 poz. 1592 z późn. zm., art. 4, *Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa*, Dz. U. 2001, nr 142 poz. 1590 z późn. zm., art. 11, 14.

województw samorządowych. Zadania własne jednostek samorządowych można podzielić na dwie grupy: obligatoryjne oraz fakultatywne. Realizacja pierwszej grupy zadań jest konieczna i wynika z ustawowo narzuconych obowiązków, natomiast druga wykonywana jest przy dostępnych i wystarczających środkach². Niestety brak realizacji zasady adekwatności środków do zadań w polskiej praktyce³ utrudnia możliwość wygospodarowania odpowiednich środków na zadania dodatkowe w poszczególnych samorządach. W konsekwencji realizowane są one w stopniu minimalnym, mimo że często mają kluczowe znaczenie dla rozwoju danej społeczności lokalnej.

Jednym z przykładów realizacji zadań fakultatywnych są projekty gmin i powiatów wpływające na kształtowanie właściwego środowiska do prowadzenia i rozwoju przedsiębiorczości w regionie. Chociaż wyżej wspomniane akty prawne nie wskazują tego obszaru jako obligatoryjnego dla JST, jednak jego wpływ na prawidłowe funkcjonowanie społeczności lokalnej skłania do zintensyfikowania działań w tym zakresie. Wysoka aktywność gospodarcza rodzimych przedsiębiorców oraz ewentualne pozyskanie dużych inwestorów zewnętrznych ma bezpośredni wpływ na pojawienie się nowych miejsc pracy, co ma kluczowe znaczenie dla spadku bezrobocia. To zaś pociąga za sobą zmniejszenie uzależnienia społeczności lokalnej od pomocy społecznej, a tym samym zwiększa samodzielność dochodową mieszkańców, zwłaszcza że wzrost aktywności gospodarczej przyczynia się jednocześnie do wzrostu dochodów mieszkańców. Można więc zauważyć, że aktywność gmin i powiatów w tym względzie, chociaż ustawowo fakultatywna, ma kluczowe znaczenie dla prawidłowego życia mieszkańców i samej jednostki, która może w przyszłości oczekiwać zwiększonych wpływów z podatków i opłat lokalnych oraz z gminnej lub powiatowej części podatku dochodowego od osób fizycznych oraz podatku dochodowego od osób prawnych.

Należy jednak pamiętać, że działania podejmowane w tym względzie są kosztowne, a efekty pojawiają się dopiero w perspektywie długoterminowej. Konieczne jest bowiem przełamanie wielu barier, które dotyczą zarówno aktywizowania lokalnych przedsiębiorców, jak i pozyskania dużych inwestorów

² M. Kosek-Wojnar, K. Surówka, *Podstawy finansów samorządu terytorialnego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 46.

³ Zasada ta stanowi, iż wysokość zasobów finansowych społeczności lokalnej powinna być dostosowana do zakresu uprawnień i obowiązków przyznanych jej w Konstytucji lub innych regulacjach prawnych. Szerzej na ten temat: A. Pomorska, *Zasady ogólne finansów publicznych*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 2002, nr 6, s. 10–11 oraz W. Miemieć, *Prawne gwarancje samodzielności finansowej gminy w zakresie dochodów publicznoprawnych*, Kolonia Limited 2005, s. 82.

zewnętrznych. Najważniejsze ograniczenia w tym obszarze zostały zaprezentowane w tabeli 1.

Tabela 1. Bariery inwestowania w środowisku lokalnym

	Bariery rozwoju lokalnych przedsiębiorstw	Bariery pozyskania inwestorów zewnętrznych
1	Słabość infrastruktury	Słabość infrastruktury
2	Niedostateczny poziom wiedzy przedsiębiorców i pracowników	Brak wykwalifikowanej siły roboczej
3	Konkurencja na rynku	Ograniczenia siły nabywczej lokalnego rynku
4	Bariery administracyjne i prawne oraz niedoskonałość systemu fiskalnego	Niechęć władz lokalnych wobec zewnętrznych inwestorów
5	Niska dostępność instrumentów finansujących start i rozwój działalności	Nieprzychylnie nastawienie ludności wobec obcego kapitału
6	Niska dostępność do informacji	

Źródło: M. Kogut-Jaworska, *Instrumenty interwencjonizmu lokalnego w stymulowaniu rozwoju gospodarczego*, CeDeWu, Warszawa 2008, s. 31–32

1. Instrumenty wspierania przedsiębiorczości w gminach i powiatach

Jednostki samorządu terytorialnego dysponują wieloma instrumentami, które mogą zostać zastosowane, aby zaktywizować lokalnych przedsiębiorców lub ewentualnie pozyskać znacznych inwestorów zewnętrznych. Należy jednak pamiętać, że narzędzia te są jedynie formą pośredniego oddziaływania, która nie generuje natychmiastowych efektów, jeżeli w ogóle takie się pojawiają. Dodatkowo w wielu przypadkach zastosowanie poszczególnych instrumentów wymaga zaangażowania znacznych nakładów kapitałowych lub też oznacza zmniejszenie wpływów budżetowych w kolejnych latach.

Pierwszą grupę takich instrumentów stanowią systemy ulg i zwolnień umożliwiające zmniejszenie obciążeń związanych podatkami i opłatami lokalnymi. Są to jedne z najczęściej stosowanych narzędzi interwencjonizmu gmin, jednak mają bardzo ograniczony wpływ na zwiększenie aktywności gospodarczej w regionie. Z jednej strony jest to wynik względnie niskich obciążeń podatkowych płaconych na rzecz gminy przez małych inwestorów, a z drugiej z powszechności zastosowania tego narzędzia w przypadku dużych podmiotów, które uważają, że takie zwolnienia zawsze im się należą. Warto także zaznaczyć, że narzędzie to może być stosowane wyłącznie w gminach i to głównie w przypadku podatku od nieruchomości, gdyż

pozostałe szczeble samorządu terytorialnego nie mają właściwego władztwa podatkowego⁴.

Znacznie większy wpływ na aktywizowanie przedsiębiorczości mają narzędzia związane ze zbyciem lub oddaniem do użytkowania składników mienia komunalnego. Dużi inwestorzy zewnętrzni oczekują bowiem odpowiednich terenów z dostępem do poszczególnych mediów, które pozwolą im na znaczne zmniejszenie nakładów związanych z rozpoczęciem działalności. W konsekwencji gminy oraz powiaty starają się tak realizować politykę planowania przestrzennego, aby sprostać ich oczekiwaniom, tworząc odpowiednie strefy przemysłowe. Nie bez znaczenia w tym przypadku jest także cena za grunt, która powinna być tak skalkulowana, aby z jednej strony nie uszczuplać wpływów budżetowych, a z drugiej aby stanowić właściwą zachętę dla inwestorów.

W przypadku małych i najczęściej lokalnych firm najważniejszym instrumentem w obszarze aktywizowania przedsiębiorczości jest polityka cenowa związana z najmem lub dzierżawą majątku komunalnego. To bowiem czynsz stanowi jedno z największych obciążeń dla tej grupy firm, dlatego samorządy starają się minimalizować te obciążenia, aby kreować odpowiednie środowisko do rozwoju małej lokalnej przedsiębiorczości⁵. Często więc starają się zaniżać koszty najmu w lokalach gminnych lub powiatowych, aby zwiększyć szanse dla trwałego rozwoju lokalnych firm. Przykładem takiego działania jest ostatni „Konkurs ofert na najem komunalnych lokali użytkowych położonych w Poznaniu”, w którym to wybrane podmioty gospodarcze będą mogły wynająć lokal komunalny w preferencyjnej cenie 1 zł/m². Władze miasta, licząc się z dużym zainteresowaniem konkursem, przyjęły, że na wybór podmiotu wpływ będą miały nie tylko czynniki ekonomiczne, ale także znaczenie danej działalności dla odpowiedniego wizerunku centrum miasta⁶.

Jednym z najważniejszych instrumentów rozwoju przedsiębiorczości w danej społeczności lokalnej jest rozbudowa infrastruktury i to zarówno tej bezpośrednio wpływającej na koszt rozwoju i funkcjonowania firmy, czyli dostępność do poszczególnych mediów, jak i tej pośrednio oddziałującej na prawidłowe funkcjonowanie firm, jak np. drogi. Należy jednak zauważyć, że działania w tym względzie, chociaż bardzo oczekiwane przez samych

⁴ W. Jarczewski, *Pozyskiwanie inwestorów do gmin*, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2007, s. 68–69.

⁵ M. Kogut-Jaworska, *Instrumenty interwencjonizmu lokalnego w stymulowaniu rozwoju gospodarczego*, CeDeWu, Warszawa 2008, s. 99–102.

⁶ http://bip.um.poznan.pl/bip/public/bip/news.html?co=print&id=46617&instance=1056&lang=pl&or_id=29.

przedsiębiorców, są bardzo kosztowne, a dodatkowo ich efekty są trudne do przewidzenia i skalkulowania. Dodatkowo działania w tym obszarze nie są postrzegane przez mieszkańców oraz samych przedsiębiorców jako wsparcie działalności gospodarczej, a raczej jako obowiązkowe inwestycje w poprawę standardu życia mieszkańców.

JST realizują także coraz więcej projektów mających bezpośredni wpływ poprawę środowiska dla rozwoju przedsiębiorczości w regionie. Chodzi tu zarówno o działania związane z ułatwieniem współpracy pomiędzy samorządem i przedsiębiorcami, jak i wspólne promowanie firm i regionów na różnego rodzaju targach branżowych. Przykładem takiej działalności są gminne lub powiatowe inicjatywy związane z promocją turystyki lokalnej, gdzie wspólnie z podmiotami gospodarczymi realizowane są projekty kształtujące właściwy wizerunek turystyki w regionie. Coraz częściej pojawiają się także inicjatywy tworzące lokalne instytucje otoczenia biznesu, które z jednej strony zabezpieczają podmiotom gospodarczym dostęp do taniego kapitału, głównie zwrotnego, a z drugiej umożliwiają dostęp do tanich lub darmowych porad związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej⁷.

2. Rozpoznawalność działań podejmowanych przez jednostki samorządu terytorialnego w zakresie wspierania przedsiębiorczości

Wyżej zaprezentowane działania aktywizujące przedsiębiorczość są w poszczególnych regionach realizowane z różnym natężeniem, na co wpływ mają ograniczone środki, jakie niektóre gminy lub powiaty mogą wygospodarować na omawiany cel. Dodatkowo należy zauważyć, że znaczna część z nich nie jest zauważana przez społeczność lokalną, co może być efektem słabej komunikacji pomiędzy władzami samorządowymi, a samymi mieszkańcami lub brakiem odpowiedniej promocji tych działań. Potwierdzeniem tej sytuacji mogą być badania przeprowadzone w pięciu wybranych powiatach województwa lubelskiego, które szerzej omówiono w następnej części artykułu.

1.1. Metodologia oraz opis próby badawczej

W ramach projektu „Lubelskie asocjacje zarządzania zmianą gospodarczą w powiatach”, współfinansowanego ze środków z Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, przeprowadzone zostały badania sondażowe, których jednym z elementów była identyfikacja znajomości działań

⁷ W. Jarczewski, *op. cit.*, s. 92–122.

podejmowanych przez gminy i powiaty w zakresie aktywizacji gospodarczej regionu. Badaniami objęci zostali mieszkańcy 5 powiatów województwa lubelskiego: janowskiego, krasnostawskiego, kraśnickiego, opolskiego oraz zamojskiego. W każdym powiecie przebadanych zostało odpowiednio po 100 osób fizycznych oraz 40 podmiotów gospodarczych.

Wśród ankietowanych gospodarstw domowych dominowały kobiety, które stanowiły ponad 60% populacji. W próbie badawczej znalazły się osoby o różnym statusie na rynku pracy, z czego największą grupę stanowili emeryci/renciści (ponad 40% populacji), a najmniejszą osoby jeszcze nieaktywne na rynku pracy, czyli studenci/uczniowie – 6%. Znaczną reprezentację miały osoby pracujące (blisko 40% populacji) oraz osoby bezrobotne (11% populacji).

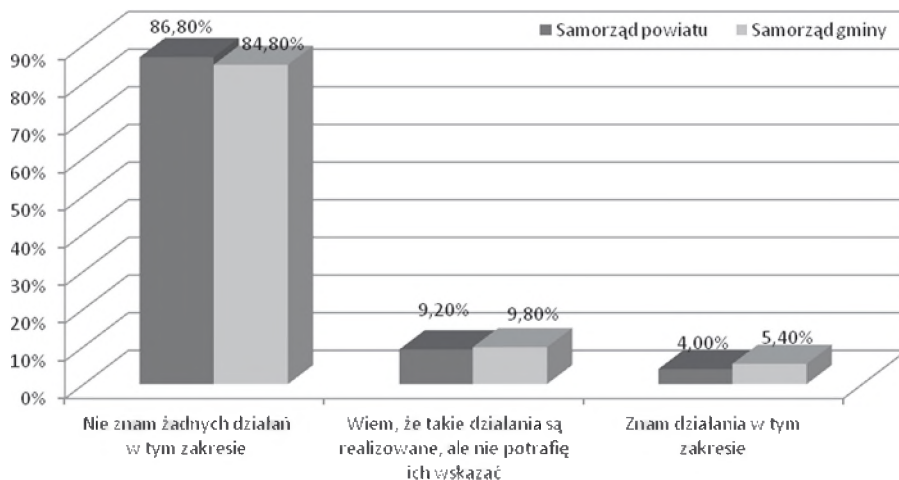
Wśród przedsiębiorstw zostały przeankietowane głównie mikroprzedsiębiorstwa, które stanowiły 70% populacji. Jedną czwartą analizowanych podmiotów stanowiły podmioty małe, a firmy średnie i duże stanowiły łącznie tylko 5%. Badane firmy charakteryzowały się bardzo wysoką dywersyfikacją ze względu na branżę. Największą grupę stanowiły firmy prowadzące działalność handlową. Ich udział wśród ankietowanych wyniósł ponad 25%. Nieco mniejszy odsetek ankietowanych stanowiły firmy usługowe – 21,7% oraz reprezentanci branży budowlanej – 8,5%.

1.2. Znajomość działań gmin i powiatów w zakresie aktywizacji gospodarczej w regionie wśród gospodarstw domowych

Jak pokazują dane zamieszczone na rysunku 1, działania które są realizowane przez gminy i powiaty w zakresie wspierania przedsiębiorczości w regionie nie są znane wśród mieszkańców tych jednostek. Zaledwie 4–5% mieszkańców nie tylko wie, że takie działania są podejmowane, ale także potrafi je wymienić. Dodatkowo kolejne blisko 10% badanych stwierdziło, że mają świadomość, że takie działania są realizowane, jednak nie potrafią ich skonkretyzować. W konsekwencji znaczna większość społeczności lokalnej nie ma świadomości podejmowanych działań w tym zakresie i dotyczy to zarówno gmin, jak i powiatów.

Należy jednak zauważyć, że aktywność poszczególnych powiatów jest zróżnicowana. Najsłabiej w badaniach oceniony został powiat zamojski, gdzie tylko pojedynczy respondenci mieli świadomość podejmowanych działań w tej dziedzinie, a dodatkowo żaden z nich nie wskazał na ich zakres. Dla odmiany w powiecie kraśnickim aż 20% gospodarstw domowych była świadoma wsparcia przedsiębiorczości ze strony JST, z czego 1/3 była w stanie wskazać konkretne działania.

Porównując opinie respondentów na temat aktywności obu szczebli samorządowych, należy zauważyć nieznacznie lepszy wynik w przypadku gmin.



Rys. 1. Znajomość wśród gospodarstw domowych działań powiatów i gmin w zakresie aktywizacji gospodarczej w regionie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Wydaje się, że ma to swoje uzasadnienie w większej dostępności tego szczebla samorządowego do instrumentów wspierających przedsiębiorczość, takich jak: ulgi i zwolnienia z podatków i opłat lokalnych, ułatwienia w zakładaniu i prowadzeniu działalności czy też właściwe przygotowanie terenów inwestycyjnych i ich uzbrojenie w odpowiednie media. Powiaty zaś dysponują znacznie mniejszymi możliwościami wygospodarowania wymaganych środków na kreowanie przedsiębiorczości w regionie, a dodatkowo ich działalność sprowadza się głównie do tworzenia odpowiedniej infrastruktury technicznej. Działania te, chociaż kluczowe dla omawianej problematyki, nie są utożsamiane z kreowaniem przedsiębiorczości, a raczej z poprawą środowiska bytowego mieszkańców. Tym samym nieznacznie tylko lepszy wynik gmin w porównaniu z powiatami należy raczej uznać za słabość podstawowego szczebla samorządowego i to w tym obszarze należy poszukiwać znacznego potencjału poprawy sytuacji.

Analizując analogiczne badania przeprowadzone wśród przedsiębiorstw z tych samych powiatów, można dostrzec wyraźną poprawę sytuacji. Jak pokazują dane zamieszczone na rysunku 2, już około 30% respondentów wskazało, że ma świadomość realizowanych działań gmin i powiatów aktywizujących przedsiębiorczość. I chociaż wciąż większość firm nie dostrzega wsparcia ze strony samorządów (około 70% respondentów), to jednak już kilkanaście procent z nich nie tylko wie, że takie działania są podejmowane, ale także jest w stanie konkretnie je wymienić. Oznacza to, że z omawianą pomocą

ze strony JST spotkały się bezpośrednio w swojej działalności lub też mają świadomość, że tego typu pomoc uzyskały firmy z ich otoczenia gospodarczego. Potwierdzeniem tej tezy są wyniki badań, które wskazują, że wśród badanych firm znalazło się 10% podmiotów, które uczestniczyły w projektach aktywizujących przedsiębiorczość w regionie.

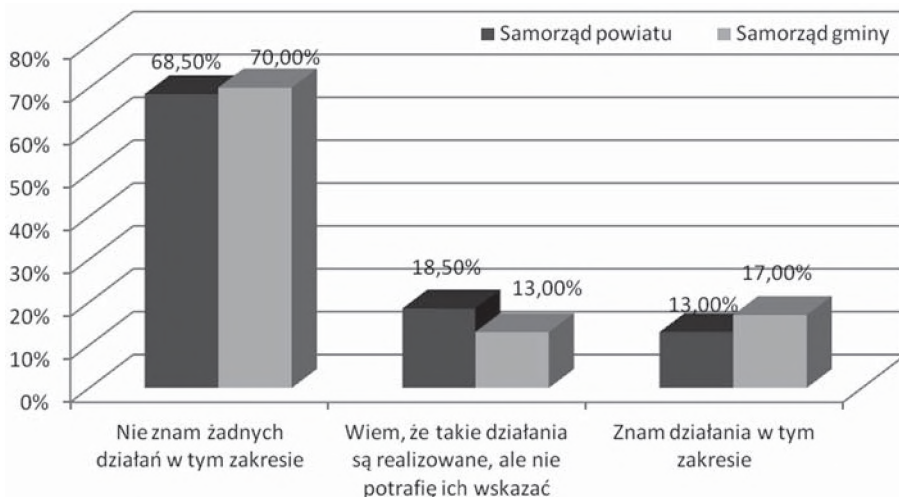
Podobnie jak w przypadku wcześniej opisanych badań przeprowadzonych wśród gospodarstw domowych, także przedsiębiorcy z różnych powiatów odmiennie oceniają aktywność samorządów. Ponownie zdecydowanie najslabiej oceniono powiat zamojski, gdzie tylko pojedyncze firmy miały świadomość realizowanych działań progospodarczych. W przypadku trzech pozostałych powiatów ocena jest zdecydowania wyższa, gdyż około połowy respondentów miała świadomość aktywności JST, z czego około 1 firm była w stanie wskazać konkretne projekty.

Porównując dane dotyczące obu szczebli samorządowych, należy dostrzec, że samorząd powiatu wydaje się nieznacznie aktywniejszy. Działania gmin chociaż mniej rozpoznawalne konkretniejsze, czego potwierdzeniem jest względnie duża grupa respondentów potrafiąca jednoznacznie wskazać, jakie formy wsparcia były przez tę jednostkę realizowane. Dodatkowo badania szczegółowe pokazały, że wśród podmiotów, które uzyskały bezpośrednie wsparcie, znalazły się aż 3 firmy, które uzyskały takie wsparcie od podstawowego szczebla samorządowego. Ta sytuacja potwierdza wcześniejsze spostrzeżenia, że to wśród gmin jest znacznie większy potencjał poprawy sytuacji, gdyż to one mają znacznie większe możliwości finansowe i pozafinansowe oddziaływania na rozwój gospodarczy.

Wyżej opisany negatywny obraz oddziaływania jednostek samorządu terytorialnego na przedsiębiorczość skłania do zastanowienia się nad przyczynami takiej sytuacji.

Z jednej strony może być to konsekwencja mniejszej od oczekiwań mieszkańców aktywności w zakresie pozyskiwania inwestorów zewnętrznych oraz wspierania rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. W efekcie brak jest spektakularnych i powszechnie znanych działań realizowanych w badanych powiatach, takich jak Specjalne Strefy Ekonomiczne, Parki Naukowo-Technologiczne, czy też odpowiednio przygotowane tereny inwestycyjne, na których już aktywnie funkcjonowałyby duzi i rozpoznawalni inwestorzy.

Z drugiej strony na tak niską ocenę działań gmin i powiatów może mieć wpływ słaba komunikacja pomiędzy JST i społecznością lokalną. Co oznacza, że w badanych gminach i powiatach jest realizowanych wiele działań w zakresie wspierania przedsiębiorczości, jednak o ich efektach nie są informowani ich mieszkańcy. Tym samym tylko nieliczni, którzy często bezpośrednio otrzymali



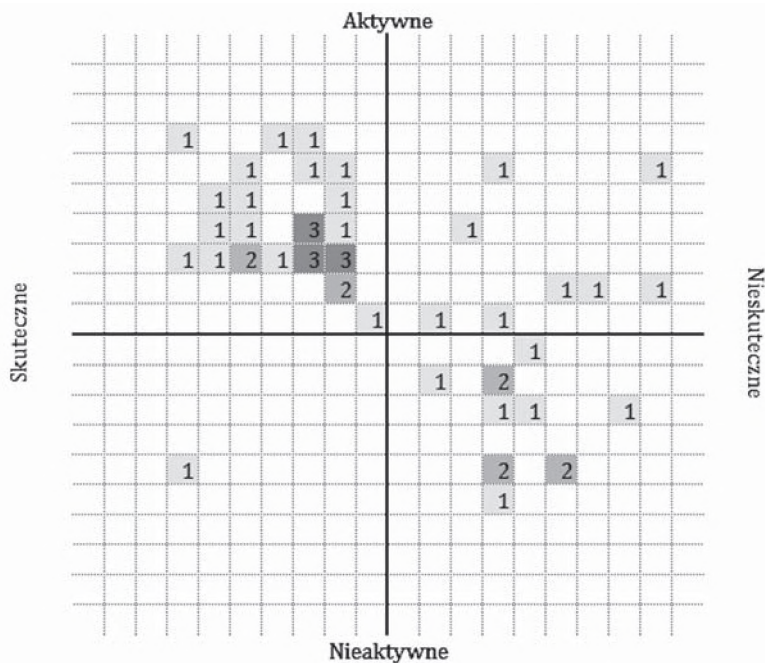
Rys. 2. Znajomość wśród podmiotów gospodarczych działań powiatów i gmin w zakresie aktywizacji gospodarczej w regionie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

jakieś wsparcie, mają o nich odpowiednią wiedzę. Taką sytuację także należy ocenić negatywnie, gdyż jednym z elementów budowania odpowiedniego środowiska dla rozwoju przedsiębiorczości lokalnej jest dotarcie z realizowanymi działaniami do jak najszerszego audytorium i to zarówno w gminie lub w powiecie, ale także do inwestorów zewnętrznych. Jednym z kluczowych aspektów przyczyniających się do rozwoju gospodarczego poszczególnych regionów jest bowiem wykreowanie postaw przedsiębiorczych wśród mieszkańców, co przyczyni się do powstawania wielu małych lokalnych podmiotów. Dodatkowo wypromowanie regionu jako atrakcyjnego dla inwestorów zewnętrznych może skutkować pojawieniem się dużych i spektakularnych inwestycji. W obu przypadkach konieczne jest stworzenie właściwego obrazu gminy lub powiatu jako miejsca przyjaznego przedsiębiorcom.

Potwierdzeniem tezy o słabej promocji działań związanych z kreowaniem przedsiębiorczości realizowanych przez gminy i powiaty są badania fokusowe przeprowadzone wśród mieszkańców, którzy są zatrudnieni lub współpracują z podmiotami bezpośrednio odpowiedzialnymi za rozwój przedsiębiorczości w regionie, w tym głównie w instytucjach otoczenia biznesu. Osoby uczestniczące w badaniu miały za zadanie ocenić działalność gmin i powiatów w dwóch obszarach: aktywności i skuteczności wspierania przedsiębiorczości. W przypadku tej wyselekcjonowanej grupy osób, która ma znacznie większą świadomość realizowanych projektów przez gminy lub powiaty ocena działań JST w zakresie oddziaływania na przedsiębiorczość jest znacznie lepsza. Jak

pokazują dane zamieszczone na rysunku 3, największe skupienie odpowiedzi znalazło się w lewej i górnej ćwiartce mapy percepcji, co oznacza, że respondenci ocenili działania gmin i powiatów jako aktywne, a dodatkowo jako względnie skuteczne. Co prawda, względnie duża grupa badanych (24%) znalazła się po przeciwnej stronie mapy percepcji, jednak w ich przypadku wskazania nie odbiegały znacząco od środka osi, co wskazuje, że siła ich negatywnych opinii nie jest zbyt wielka.



Rys. 3. Wskazania uczestników badania fokusowego oceniające aktywność i skuteczność JST w zakresie oddziaływania na przedsiębiorczość

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Potwierdzają to badania szczegółowe, gdzie badani mogli obu zmiennym, czyli skuteczności oraz aktywności, przypisać oceny od -10 do 10 . Pozwoliło to na ustalenie dla obu parametrów średniej dla całej próby. W zakresie wsparcia przedsiębiorczości średnia ocena wyniosła $1,86$ punktu, czyli znacznie powyżej zera, co jest potwierdzeniem wcześniejszych spostrzeżeń. W przypadku skuteczności tych działań ocena na poziomie $0,26$ nie jest już tak jednoznaczna, badane osoby miały jednak bowiem bardzo rozbieżne opinie. Część osób uważała, że podejmowane działania są, jak na potencjał JST, wystarczająco skuteczne. Jednak duża grupa respondentów wskazała, że działania te są o niskim poziomie efektywności.

Zakończenie

Podsumowując, można stwierdzić, że samorządy podejmują wiele działań mających na celu ułatwienie funkcjonowania istniejących podmiotów gospodarczych, jednak nie mają one odpowiedniego wsparcia promocyjnego, które zwiększyłoby ich efektywność. Tym samym wiele osób zainteresowanych takim wsparciem nie ma odpowiedniej wiedzy, gdzie powinny się kierować, aby taką pomoc uzyskać. W tym obszarze jest więc bardzo duży potencjał poprawy, gdyż w najbliższym czasie nie można oczekiwać, aby obecnie już bardzo obciążone budżety JST były w stanie wygospodarować więcej środków na bezpośrednie wsparcie przedsiębiorczości. W konsekwencji to od lepszego wykorzystania tych środków zależy ich skuteczność, a najlepszym sposobem poprawy efektywności jest dotarcie do szerokiego spektrum zainteresowanych. Potwierdzeniem tej tezy są wskazane w publikacji odmienne wyniki znajomości działań aktywizujących gospodarkę w poszczególnych powiatach. Posiadając podobne zasoby i realizując zbliżone projekty, niektóre z nich potrafią znacznie lepiej je wypromować i dotrzeć do szerszej grupy odbiorców, co przekłada się zarówno na poprawę efektywności tych działań, jak i na większą akceptację wydatkowanych środków przez samorząd.

Bibliografia

- Jarczewski W., *Pozyskiwanie inwestorów do gmin*, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2007.
- Kogut-Jaworska M., *Instrumenty interwencjonizmu lokalnego w stymulowaniu rozwoju gospodarczego*, CeDeWu, Warszawa 2008.
- Kosek-Wojnar M., Surówka K., *Podstawy finansów samorządu terytorialnego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Miemiec W., *Prawne gwarancje samodzielności finansowej gminy w zakresie dochodów publicznoprawnych*, Kolonia Limited 2005.
- Pomorska A., *Zasady ogólne finansów publicznych*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 2002, nr 6.

Assessment of knowledge of the activities undertaken by local authorities as regards support to entrepreneurship

The subject of the article is the analysis of knowledge of the activities undertaken by municipalities and counties in the region's economic revival. The analysis is based on the results of studies that were conducted in selected five Lublin's districts among both entrepreneurs and residents. The results showed that the visibility of projects in support of entrepreneurship is very low and it may be a consequence of low effort undertaken in this area and very poor promotion of these activities.