

**Zbigniew Olesiński**

Akademia Finansów w Warszawie

---

## **ROLA GMIN W KREOWANIU LOKALNEJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W GMINIE**

---

**Streszczenie:** W ramach programu finansowego z Europejskiego Funduszu Społecznego zespół z Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego w Kielcach przebadał 100 gmin i 300 przedsiębiorstw. Badania wykazały, że mimo wzrostu zainteresowania intensywnymi czynnikami rozwoju gmin i przedsiębiorstw znaczna część z nich nadal w praktyce wykorzystuje czynniki ekstensywne (niski koszt siły roboczej, wzrost skali produkcji itd.). W strategii rozwoju gmin i przedsiębiorstw dominuje oczekiwanie pojawienia się czynników egzogenicznych rozwoju (niższe podatki, publiczna pomoc finansowa), rzadziej upatruje się znaczenia czynników endogenicznych (poprawa jakości, wprowadzenie nowych produktów i usług).

### **1. Wstęp**

Istotną szansą poprawy warunków życia w gminach [Hamel, Breen 2008, s. 17 i nast.] jest wykorzystywanie środków Unii Europejskiej [Śliwa 2001, s. 191 i nast.; Pietrzyk 2006; Grzeszczyk 2003]. Szczególnie dotyczy to poprawy konkurencyjności przedsiębiorstw działających na terenie gminy, w tym przez wzrost jakości i innowacyjności ich produktów, usług i rozwój przedsiębiorczości na terenie gminy. Ważna rola w tych procesach winna przypaść samorządom gmin i organizacjom wsparcia biznesu działającym na terenie gmin – było to przedmiotem badań realizowanych ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego [Putman 2008, s. 51 i nast.; Castells 2007, s. 22 i nast.; Kelly 2001, s. 155 i nast.].

Zespół badawczy Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego Jana Kochanowskiego w Kielcach kierowany przez dra hab. Zbigniewa Olesińskiego<sup>1</sup> przeprowadził badania 100 gmin województwa świętokrzyskiego (na ogólną liczbę 102) oraz 300 przedsiębiorstw (na ogólną liczbę ok. 100 tys.) [Olesiński i in. 2009a, s. 5- 155; 2009b, s. 97-151].

---

<sup>1</sup> Dr hab. Zbigniew Olesiński, dr Agnieszka Predygiel, dr Michał Adam Leśniewski, dr Jarosław Przybytniowski, mgr Agnieszka Rzepka, mgr Agnieszka Klikowicz, mgr Michał Różycki.

## 2. Postrzeganie przedsiębiorstw przez gminy

Samorządy gminne po kilkunastu latach działalności w coraz szerszym zakresie wychodzą naprzeciw oczekiwaniom mieszkańców [Osiński 2008, s. 36 i nast.; Kogut-Jaworska 2008, s. 9 i nast.]. Badania wskazują, że w sposobie patrzenia na problemy współczesności dominuje akcentowanie jako czynników w decydujący sposób wpływających na rozwój gminy czynników ekstensywności i egzogenicznych (niech władza pomaga gminie!). Główną zasadą lokalizacji inwestycji w danej gminie, zdaniem respondentów, są niższe koszty pracy, korzyści związane z większą skalą świadczonych usług, możliwość korzystania ze środków UE oraz pomoc gminy w pokonywaniu trudności przedsiębiorców.

**Tabela 1.** Największy walor konkurencyjny gminy

	Ile	%
Produkt regionalny	12	12
Położenie geograficzne	64	64
Pomoc w pokonywaniu barier biurokratycznych	6	6
Infrastruktura techniczna	26	26
Infrastruktura drogowa	34	34
Bliski dostęp do autostrad, dróg	15	15
Inwestycje w kanalizację	28	28
Inwestycje w wodociągi	37	37
Inwestycje w gazyfikację	9	9
Tania siła robocza	31	31
Obszar pod inwestycje	14	14
Specjalna strefa ekonomiczna	13	13
Park technologiczny	1	1
Na 100 ankiet wypełniono	100	100

Źródło: analizowane badanie.

**Tabela 2.** Bariery rozwoju gminy

	Ile	%
Skomplikowane procedury w uzyskaniu środków UE	16	17
Brak środków finansowych	58	61
Brak terenów inwestycyjnych	4	4
Niska aktywność społeczna	9	9
Infrastruktura techniczna i drogowa	4	4
Brak inwestorów	18	19
Bezrobocie	4	4
Biurokracja i częste zmiany w prawie	19	20
Na 100 ankiet wypełniono	95	95

Źródło: analizowane badanie.

Największym walorem konkurencyjnym gmin są: położenie geograficzne, inwestycje w wodociągi, infrastruktura techniczna, tania siła robocza, inwestycje w kanalizację, infrastruktura techniczna, produkt regionalny.

Ewidentną barierą rozwoju gminy jest brak środków finansowych (61%), biurokracja i częste zmiany w prawie (20%), brak inwestorów (19%), skomplikowane procedury w uzyskaniu środków UE (17%), niska aktywność społeczna 9%. Jako kierunki rozwoju strategicznego gminy respondenci wskazywali przede wszystkim na szansę, jaką daje wykorzystanie funduszy strukturalnych UE (36%) oraz rozwój mikroprzedsiębiorstw (30%). Znacznie mniej tych szans upatruje się we wzroście konkurencyjności przedsiębiorstw (16%) i innowacyjności ich produktów i usług (11%).

**Tabela 3.** Główny kierunek rozwoju strategicznego gminy

	Ile	%
Rozwój mikroprzedsiębiorstw	28	30
Wzrost konkurencyjności	15	16
Innowacyjność	10	11
Rozwój przedsiębiorczości dzięki pozyskaniu funduszy strukturalnych	33	36
Rozwój przedsiębiorczości dzięki doradztwu i rozwojowi otoczenia okołobiznesowego	8	9
Powstanie inkubatora, parku technologicznego lub innej inwestycji wspierającej biznes	4	4
Inny	31	34
Na 100 ankiet wypełniono	92	92

Źródło: analizowane badanie.

**Tabela 4.** Wsparcie udzielone dla mikroprzedsiębiorstw

	Ile	%
Wyszukiwanie partnerów biznesowych	7	17
Rozwój nowego produktu/techn./usług	3	7
Pomoc w ocenie technologii i możliwości wprowadzenia zmian produktu, usługi, procesów	4	10
Pomoc w dostępie do informacji o nowościach rynkowych	5	12
Pomoc w zarządzaniu finansami, kontroli finansowej	3	7
Pomoc w pozyskaniu środków finansowych	17	41
Tworzenie biznesplanów i studiów wykonalności nowej inwestycji	7	17
Pomoc w planowaniu, organizacji firmy	5	12
Pomoc w sprzedaży i marketingu	5	12
Pomoc w promowaniu działalności firmy	7	17
Szkolenia i doskonalenie zawodowe personelu	11	27
Szkolenia w zakresie tworzenia systemów kontroli i zapewniania jakości	2	5
Inny	10	24
Na 100 ankiet wypełniono	41	41

Źródło: analizowane badanie.

O stosunku respondentów do problemu wspierania przez gminy przedsiębiorczości świadczy fakt, że na 100 osób wypełniających ankietę ledwie 41 zdecydowało się wskazać na rodzaje wsparcia udzielanego przedsiębiorcom przez gminy. Prawdopodobnie w 41% gmin w ogóle takie wsparcie ma miejsce. Warto zwrócić uwagę, że w tab. 3, wskazując główny kierunek rozwoju strategicznego gminy, aż 34% respondentów nie dostrzegало znaczenia przedsiębiorczości.

17 respondentów (41%) wskazało, iż okazano im pomoc przy uzyskaniu środków finansowych, 11 respondentów (27%) wskazało, że pomagało mikroprzedsiębiorcom w szkoleniu i doskonaleniu zawodowym personelu, 7 respondentów (17%) pomogło w wyszukiwaniu partnerów biznesowych, tworzeniu biznesplanów i studiów wykonalności nowej inwestycji oraz okazało pomoc w promowaniu działalności firmy, mniej, bo tylko 5 na 41 osób (12%), które udzieliły odpowiedzi, okazało pomoc w dostępie do informacji o nowościach rynkowych, pomoc w planowaniu i organizacji firmy czy pomoc w sprzedaży i marketingu.

**Tabela 5.** Źródła przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw w gminie (każdy respondent mógł wskazać do 3 najważniejszych czynników)

	1	1[%]	2	2[%]	3	3[%]	Σ	Σ [%]
Korzyści związane z większą skalą świadczonych usług	24	26	13	16	14	19	51	55
Niższe koszty pracy	40	43	20	25	6	8	66	71
Wyższa jakość/większa złożoność usług	0	0	8	10	3	4	11	12
Bardziej efektywna promocja	4	4	5	6	10	13	19	20
Łatwiejszy dostęp do zewnętrznych środków finansowych	6	6	3	4	6	8	15	16
Zdolność pozyskiwania zamówień publicznych	2	2	7	9	5	7	14	15
Pomoc gminy w pokonywaniu barier	6	6	9	11	11	15	26	28
Możliwość korzystania ze środków UE	7	8	11	14	17	23	35	38
Posiadanie własnego zaplecza badawczo-rozwojowego	0	0	0	0	1	1	1	1
Spełnianie kryteriów koniecznych do udziału w przetargach	0	0	1	1	0	0	1	1
Działalność parku technologicznego	0	0	0	0	0	0	0	0
Działalność w specjalnej strefie ekonomicznej	3	3	1	1	1	1	5	5
Działalność inkubatora przedsiębiorstw	0	0	0	0	0	0	0	0
Wsparcie otoczenia biznesu	0	0	1	1	0	0	1	1
Inne	2	2	1	1	1	1	4	4
Na 100 ankiet wypełniono	93	93	80	80	75	75		

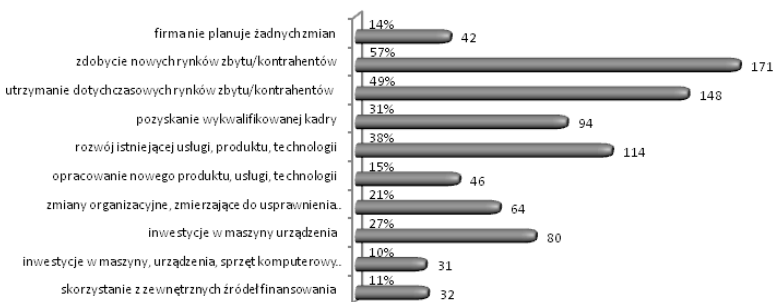
Źródło: analizowane badanie.

Respondenci z gmin upatrują przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw przede wszystkim w niższych kosztach pracy (43% pierwszy wybór i 71% łącznie trzy wybory), dalej w korzyściach związanych z większą skalą świadczonych usług (26% pierwszy wybór i 55% trzy wybory), inne wskazania na ogólną liczbę 14 możliwych

wyborów uzyskały minimalną liczbę głosów. Na przykład opcja (możliwość korzystania ze środków UE) uzyskała 8% wskazań respondentów w pierwszym wyborze i łącznie 38% w dokonanych trzech wyborach. Opcja "pomoc gmin w pokonywaniu barier" uzyskała odpowiednio 6 i 28% wskazań respondentów. Czynniki stwarzające przesłanki intensywnego rozwoju endogenicznego uzyskały działalność inkubatora przedsiębiorczości 0%, wsparcie otoczenia biznesu 1% (i to w trzech wyborach).

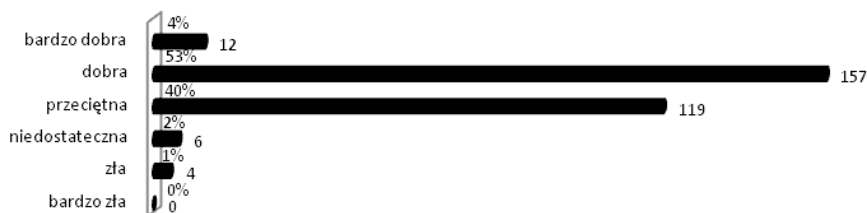
### 3. Działalność przedsiębiorstw na terenie gminy

300 przedsiębiorstw z terenu województwa świętokrzyskiego zostało zapytanych o priorytety strategii rozwoju swoich przedsiębiorstw [Drucker 1976, s. 11 i nast.]. Miały one do wyboru 10 możliwości i mogły dokonywać do trzech wyborów. Charakterystyczne jest, że 171 z nich wskazało, że planuje zdobycie nowych rynków zbytu i (lub) nowych kontrahentów. Charakterystyczne jest, że 148 z pytanых zadeklarowało, że planuje utrzymanie dotychczasowych rynków zbytu i (lub) kontrahentów, a 42 zadeklarowało, że firma nie planuje żadnych zmian. Jeśli z powyższych danych wyciągnąć optymistyczny wniosek, to należałoby stwierdzić, że 171 planuje zmiany, chociaż co najmniej 19 z nich ( $171 + 148 - 300 = 19$ ) kładzie nacisk na utrzymanie dotychczasowej sytuacji. Wniosek pesymistyczny jest taki, że 190 z respondentów ( $148 + 42 = 190$ ) planuje utrzymanie dotychczasowej pozycji, stąd tak naprawdę zaledwie 110 ( $300 - 190 = 110$ ) szczerze i autentycznie planuje i chce zmian na lepsze w swojej firmie. Pewną wskazówką w ustaleniu autentycznych poglądów respondentów jest fakt, iż 114 z nich zamierza rozwijać istniejące usługi, produkty, technologie, a tylko 80 planuje inwestycje w maszyny i urządzenia, a 31 inwestycje w maszyny, urządzenia, sprzęt, komputery o charakterze innowacyjnym – co by wskazywało, iż raczej 110, a nie 171 autentycznie myśli o zmianach.



Rys. 1. Priorytety przedsiębiorstwa na okres najbliższych 24 miesięcy

Źródło: analizowane badanie.



Rys. 2. Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa

Źródło: analizowane badanie.

Pozytywnym zjawiskiem w badanych przedsiębiorstwach jest ocena własnej kondycji finansowej przez świętokrzyskich przedsiębiorców. Większość badanych ocenia kondycję finansową swojego przedsiębiorstwa jako dobrą (157 odpowiedzi). Ocena przeciętną wystawia 119 przedsiębiorców. Najczęściej wymienianymi zewnętrznymi źródłami finansowania celów strategicznych świętokrzyskich przedsiębiorstw są: fundusze Unii Europejskiej (18 odpowiedzi), kredyty bankowe (3 odpowiedzi), fundusze resortowe (1 odpowiedź). Przedsiębiorcy niechętnie korzystają ze środków finansowych banków, których kredyty są postrzegane jako drogie.

Tabela 6. Źródła przewag konkurencyjnych badanych przedsiębiorstw (każdy z respondentów miał możliwość wskazania 3 źródeł)

	1	1[%]	2	2[%]	3	3[%]	Σ	Σ [%]
Korzyści związane z większą skalą sprzedaży/produkcji/świadczonej usług	96	32	29	10	34	11	159	54
Niższe koszty pracy	58	20	40	13	25	8	123	41
Wyższa jakość/większa złożoność produktów lub usług	27	9	37	12	19	6	83	28
Bardziej efektywna promocja	41	14	67	23	50	17	158	53
Bardziej wydajne kanały dystrybucji	10	3	30	10	31	10	71	24
Łatwiejszy dostęp do zewnętrznych środków finansowych (fundusze europejskie, kredyty bankowe itd.)	19	6	31	10	42	14	92	31
Zdolność do pozyskiwania zamówień publicznych	11	4	30	10	34	11	75	25
Posiadanie własnego zaplecza badawczo-rozwojowego	15	5	10	3	20	7	45	15
Spełnianie kryteriów koniecznych do udziału w przetargach organizowanych przez duże przedsiębiorstwa	7	2	8	3	17	6	32	11
Inne	13	4	4	1	6	2	23	8
Na 300 ankiet wypełniono	297	99	286	95	278	93		

Źródło: analizowane badanie.

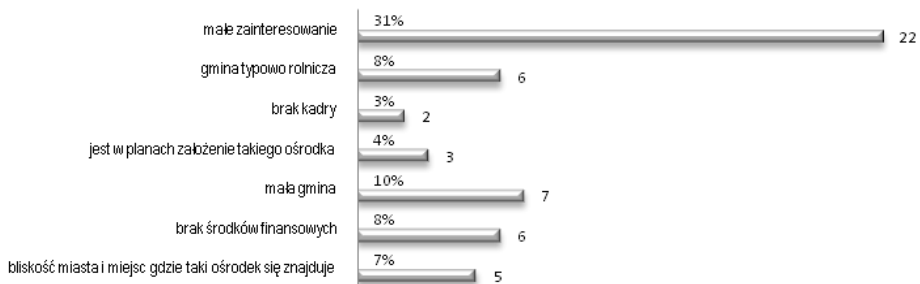
Badane przedsiębiorstwa jako główne przewagi konkurentów, których muszą się obawiać, podawali: korzyści związane z większą skalą sprzedaży, bardziej efek-

tywną promocją, niższe koszty pracy, łatwiejszy dostęp do środków finansowych ze względu na posiadane przez nich informacje i możliwość wniesienia zabezpieczeń. Świętokrzyscy przedsiębiorcy uważają, iż udział w przetargach, posiadanie zaplecza badawczo-rozwojowego, zdolność do pozyskiwania zamówień publicznych nie różni ich konkurencyjnie od innych podmiotów. Podobnie inne czynniki, takie jak: wysoka jakość, posiadanie wydajnych kanałów dystrybucji, nie stanowią zbyt dużego problemu dla świętokrzyskich przedsiębiorców. Interesujące są odpowiedzi w kategorii innych obaw przedsiębiorców dotyczących konkurentów, którzy mogą mieć: własne, tanie surowce, większą sieć sprzedaży i serwisu, dłuższy staż na rynku i identyfikowalną markę, własne zaplecze zasobowe, lepszą lokalizację, niższe ceny produktów, większą specjalizację i sprzyjające warunki rozwoju (SSE, inkubatory, koncesje).

#### 4. Publiczne wsparcie rozwoju innowacyjności

W przeprowadzonych badaniach ankietowych 51 na 98 respondentów z gmin stwierdziło, iż gminy mają świadomość wspierania rozwoju przedsiębiorczości [Drucker 1992, s. 21 i nast.; Dziemianowicz i in. 2001, s. 21 i nast.; Olesiński, Sabat 2009, s. 3 i nast.] chociażby przez organizację stosownych szkoleń. W 27 gminach istnieją gminne ośrodki przedsiębiorczości.

57 gmin ma stały i bezpłatny dostęp do Internetu, praktycznie we wszystkich szkołach (97%) realizowane są zajęcia z obsługi komputera. W 45 gminach odbywają się bezpłatne lekcje nauki języków obcych finansowane ze środków Unii Europejskiej, a 18 gmin organizuje bezpłatne wyjazdy zagraniczne, w tym w ramach wymiany młodzieży.



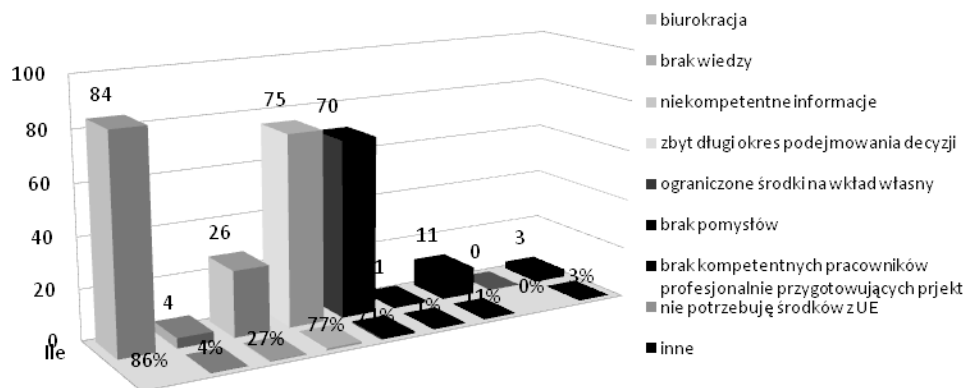
**Rys. 3.** Najczęściej podawane przyczyny braku w gminie organizacji wspierającej przedsiębiorczość

Źródło: analizowane badanie.

Jako powody braku w gminie organizacji wspierającej przedsiębiorczość respondenci wskazują przede wszystkim małe zainteresowanie. Wydaje się, że na szcze-

gólną uwagę władz gminy zasługuje podjęcie prób zainteresowania przedsiębiorców tego rodzaju wsparciem.

Na pytanie, co mogłoby poprawić i usprawnić współpracę gmin i organizacji wsparcia z przedsiębiorcami, respondenci w gminie przede wszystkim wskazują na konieczność ograniczenia biurokracji, zbyt długi okres podejmowania decyzji, ograniczony wkład własny.



Rys. 4. Co mogłoby poprawić/usprawnić współpracę gmin i organizacji wsparcia z przedsiębiorcami?

Źródło: analizowane badanie.

Analizując możliwe do podjęcia działania na rzecz intensyfikacji innowacji na terenie gminy, respondenci z gmin wskazywali przede wszystkim na celowość zwiększenia zewnętrznych środków finansowych (27%), znacznie mniej z nich postulowało wprowadzenie nowych technologii (12%) i informatyzację (8%).



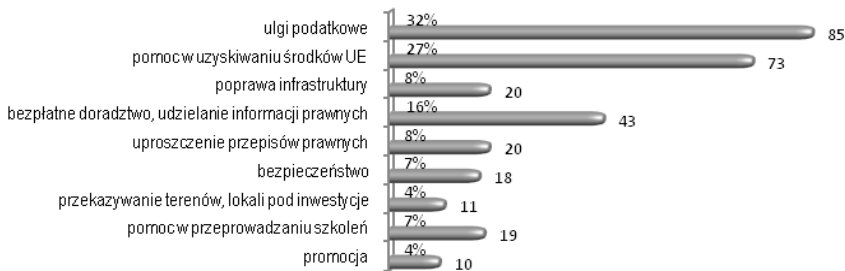
Rys. 5. Najczęściej wymieniane sposoby przyspieszania przez przedsiębiorców procesów innowacji

Źródło: analizowane badanie.



Zbliżoną opinię mają przedsiębiorcy, jako sposób przyspieszenia przez przedsiębiorców procesów innowacji proponują: dofinansowanie działalności przez fundusze zewnętrzne, takie jak kredyty, pożyczki, dotacje UE (38%), w znacznie mniejszym stopniu – doskonalenie kwalifikacji zawodowych (10%), inwestowanie w nowe rozwiązania, technologie, procedury (9%).

Jako oczekiwane przez przedsiębiorców wsparcie przez gminę przedsiębiorcy wskazali: ulgi podatkowe (32%), pomoc w uzyskiwaniu środków UE (27%), bezpłatne doradztwo, udzielanie informacji prawnych (16%),



**Rys. 6.** Najczęściej wymieniane rodzaje wsparcia dla przedsiębiorców, które powinna realizować gmina

Źródło: analizowane badanie.

Jako najczęściej wymieniane rodzaje wsparcia ze strony rządu przedsiębiorcy wymieniali: ulgi podatkowe (32%), pomoc w uzyskiwaniu środków UE (27%), bezpłatne doradztwo, udzielanie informacji prawnych (16%) – a więc podobnie jak wyżej. Najczęściej wymienianym wsparciem dla przedsiębiorców ze strony organizacji wsparcia biznesu przedsiębiorcy było: bezpłatne doradztwo, udzielanie informacji, porady dotyczące działalności na rynku (51%), pomoc w uzyskiwaniu środków finansowych, w tym z UE (23%), prowadzenie szkoleń i kursów (15%).



**Rys. 7.** Najczęściej wymieniane wsparcia dla przedsiębiorców, jakie powinny okazywać organizacje wsparcia biznesu

Źródło: analizowane badanie.

Z kolei jeśli idzie o wsparcie przedsiębiorstw przez jednostki naukowo-badawcze i szkoły wyższe, to przedsiębiorcy najczęściej wskazywali przeprowadzenie analiz

rynku i udostępnienie wyników badań (51%), promocyjne ceny szkoleń, studiów, kursów (41%), organizowanie dla studentów praktyk, staży itp. (11%).



**Rys. 8.** Najczęściej wymieniane wsparcie dla przedsiębiorców, jakie powinny okazywać jednostki naukowo-badawcze i szkoły wyższe

Źródło: analizowane badanie.

## 5. Wnioski

Wyniki badań wskazują, iż relatywnie mało (18 na 300 firm) korzystało z pomocy Unii Europejskiej. Jako przyczynę tego stanu rzeczy przedsiębiorcy najczęściej wymieniają brak zaufania do instytucji oferujących fundusze europejskie, brak doświadczenia w przygotowaniu projektów lub po prostu brak odpowiedniej wiedzy. Jest to ważki sygnał, iż konieczna jest intensyfikacja promocji programów pomocowych i wsparcie publiczne przy przygotowywaniu wniosków o tę pomoc.

Jako przyczynę z kolei małej skuteczności wsparcia publicznego dla przedsiębiorców respondenci w gminach wskazują utrudnienia biurokratyczne, zbyt długi okres podejmowania decyzji, ograniczone środki na wkład własny. Jeśli zaś idzie o uwarunkowania braku w gminie organizacji wsparcia przedsiębiorczości, najczęściej podawane przyczyny to małe zainteresowanie, brak środków finansowych, bliskość miasta i miejsc, gdzie taki ośrodek już się znajduje.

Jako źródło przewag konkurencyjnych badanych przedsiębiorstw respondenci wskazywali przede wszystkim korzyści związane z większą skalą sprzedaży produktów i usług, bardziej efektywną promocję, niższe koszty pracy, troskę o wyższą jakość wyrobów i usług, większą złożoność produktów i usług – znalazła się ona na kolejnym 4 miejscu na 9 analizowanych czynników. Kolejne wskazywane czynniki to: łatwiejszy dostęp do zewnętrznych środków finansowych (fundusze europejskie, kredyty bankowe), posiadanie własnego zaplecza badawczo-rozwojowego i inne. Z kolei respondenci w gminach wskazywali, iż przedsiębiorcy ich zdaniem winni dążyć do zdobycia nowych rynków zbytu, uzyskiwać zewnętrzne środki finansowe oraz rozszerzać działalność o nowe produkty i usługi. Poprawa jakości produktów i usług znalazła się na 5-6 miejscu na 16 analizowanych czynników na równi z rozwojem otoczenia biznesu w gminie po wzroście rozmiarów firmy (poz. 4), a przed

przetwarzaniem na dotychczasowym rynku (poz. 7-8) i wzrostem nakładów na reklamę (poz. 7-8).

Analiza strategicznych priorytetów badanych 300 przedsiębiorstw wykazała, iż prawie połowa z nich (148) chce przede wszystkim utrzymać dotychczasową pozycję, a 171 myśli o zdobyciu nowych rynków zbytu i nowych kontrahentów. Jak z powyższego wynika, 19 z nich myśli i o utrzymaniu dotychczasowej pozycji, i o zdobyciu nowych rynków (respondenci mogli dokonać do trzech wyborów). Charakterystyczne, że 114 respondentów preferuje rozwój istniejącego produktu, usługi technologii. Należy sadzić, iż znajdują się oni w wyżej wskazanej grupie 148 respondentów. W sumie można jednak stwierdzić, iż ponad połowa planuje zmiany – 80 planuje zakupy nowych maszyn i urządzeń, 64 – zmiany organizacyjne zmierzające do usprawnienia funkcjonowania firmy, a 46 respondentów planuje opracowanie nowego produktu, 46 usługi, wprowadzenie nowej technologii.

Respondenci w gminach wskazali, iż najważniejsze źródła przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw w gminie to niższe koszty pracy, korzyści związane z większą skalą świadczonych usług, możliwość korzystania ze środków unijnych, pomoc gminy w pokonywaniu barier. Wyższa jakość wyrobów i świadczonych usług znalazła się dopiero na 8 pozycji na 14 analizowanych czynników. Jako walory zwiększające konkurencyjność gminy respondenci wymieniają: położenie geograficzne, inwestycje w wodociągi, infrastrukturę techniczną, tanią siłę roboczą, inwestycje w kanalizację, posiadanie produktu regionalnego (7 czynników wymienionych w pierwszej kolejności na 13 analizowanych).

Respondenci w gminach wskazali, iż przedsiębiorcy z ich strony otrzymali wsparcie w uzyskiwaniu środków finansowych, szkoleniu i doskonaleniu zawodowym personelu, a także wyszukiwaniu partnerów biznesowych, tworzeniu biznesplanów i studiów wykonalności nowej inwestycji, pomoc w promowaniu działalności firmy. Charakterystyczne jest, że na 100 ankietowanych tylko 41 zdecydowało się wypełnić tę tabelę. Równocześnie jako główny kierunek rozwoju strategicznego gminy respondenci wskazali rozwój przedsiębiorczości dzięki funduszom strukturalnym, rozwój mikroprzedsiębiorstw, wzrost konkurencyjności.

Analiza powyższych wniosków wskazuje, że z przebadanych 100 gmin i 300 przedsiębiorstw około połowa podejmuje aktywne działania na rzecz poprawy konkurencyjności. W większości wypadków respondenci szanse na poprawę konkurencyjności upatrują w zastosowaniu ekstensywnych czynników wzrostu (rozszerzenie skali produkcji, rozszerzenie rynku zbytu itp., a nie w zastosowaniu czynników intensywnych. Zwraca szczególnie uwagę, iż respondenci w niewielkim stopniu upatrują poprawy konkurencyjności w wyniku poprawy jakości wyrobów i świadczonych usług.

Mimo powyższych zastrzeżeń, należy wskazać, iż licząca się część gmin (około połowa) postrzega celowość współpracy z przedsiębiorcami działającymi na terenie gminy, celowość wsparcia ich działalności, w tym w zakresie poprawy jakości i nowoczesności produkowanych wyrobów i świadczonych usług.

## Literatura

- Castells M., *Spoleczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Drucker F., *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, Warszawa 1992.
- Drucker F., *Skuteczne zarządzanie*, Warszawa 1976.
- Dziemianowicz W., Markiewicz M., Malinowska E., Misiąg W., Tomalak M., *Wspieranie przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny*, Wydawnictwo PAB – Font, Warszawa 2001.
- Grzeszczyk T., *Zarządzanie funduszami europejskimi w rozwoju województwa*, Wyższa Szkoła Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi, Łódź 2003.
- Hamel G., Breen B., *Zarządzanie jutra. Jakie jest twoje miejsce w przyszłości?*, Harvard Business School Press, Red Horse, Warszawa 2008.
- Kelly K., *Nowe reguły nowej gospodarki. Dziesięć przełomowych strategii dla świata połączonych sieci*, WIG-Press, Warszawa 2001.
- Kogut-Jaworska M., *Instrumenty interwencjonizmu lokalnego w stymulowaniu rozwoju gospodarczego*, CeDeWu.pl, Warszawa 2008.
- Olesiński Z., Predygiel A., Leśniewski M., Rzepka A., *Rola gmin w kreowaniu innowacyjności regionu. Analiza badań ankietowych wybranych gmin i przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa im. prof. E. Lipińskiego w Kielcach, Kielce 2009.
- Olesiński Z., Predygiel A., Leśniewski M., Rzepka A., *Rola gmin w kreowaniu innowacyjności regionu*, [w:] *Perspektywy RSI Świętokrzyskie (I etap) – raport z badań*, A. Piotrowska-Piątek (red.), Kielce 2009.
- Olesiński Z., Sabat A., *Rola przedsiębiorstw w rozwoju praktyk proinnowacyjnych i budowaniu sieci współpracy biznesu i nauki na przykładzie Stowarzyszenia Forum Przedsiębiorców*, Raport z badań, Kielce 2009.
- Osiński J., *Administracja publiczna a gospodarka regionalna i lokalna*, [w:] *Gospodarka regionalna i lokalna*, J. Strzelecki (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Pietrzyk J., *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Putman R.D., *Samotna w gra kregle: upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Śliwa J., *Fundusze Unijne bez tajemnic*, PWE, Warszawa 2001.

## ROLE OF COMMUNES IN THE CREATION OF THEIR LOCAL ENTREPRENEURSHIP

**Summary:** Within the financial programme of the European Social Fund the team from the Jan Kochanowski University of Humanities and Sciences in Kielce researched 100 communes and 300 companies. The research has proven that despite the growing interest of the intensive commune and company development the substantial part of the aforementioned entities still applies extensive factors (low labour costs, the increase of the production scale etc.). Within commune and company development strategy there is a prevailing expectation for the occurrence of the exogenic development factors (lower taxes, public funding aid) rather than the strove towards the development of endogenic factors (quality improvement, new product and service implementation).