

## OCENA ROZWOJU SEKTORA MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO<sup>1</sup>

Piotr Bórawski  
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

**Streszczenie.** Celem artykułu jest poznanie czynników rozwoju 112 przedsiębiorstw wybranych ze spisu REGON w województwie warmińsko-mazurskim. Ponadto, przedstawiono sytuację finansową oraz zasięg działania badanych podmiotów gospodarczych. Ukazano także wykorzystywane przez przedsiębiorców środki reklamy i promocji. W pracy przedstawiono również szanse i zagrożenia związane z prowadzonym przedsięwzięciem. Zaprezentowano także opinie respondentów dotyczące znaczenia integracji europejskiej dla prowadzonego przedsięwzięcia gospodarczego.

**Słowa kluczowe:** małe i średnie przedsiębiorstwa, zatrudnienie, sytuacja finansowa, reklama i promocja, szanse i zagrożenia rozwoju

### WSTĘP

Szczególne znaczenie w rozwoju gospodarki województwa warmińsko-mazurskiego odgrywają małe i średnie firmy. Właściciele tych przedsiębiorstw charakteryzują się elastycznością działania, która wyraża się w łatwości podejmowania ryzyka. Przedsiębiorcy mający bezpośrednie kontakty z klientami mogą szybko reagować na zmiany ich potrzeb [Niedzielski 1999].

Według Machowskiego [1994], małe przedsiębiorstwa są otwarte na postęp techniczny, realizację nowych idei, są dobrze przystosowane do lokalnych warunków zaopatrzenia i zbytu, ponoszą mniejsze koszty administracyjne i transportu. Stosunkowo niskie koszty jednego miejsca pracy umożliwiają wykorzystanie małych zakładów do aktywizacji terenów gospodarczo zaniedbanych i racjonalnego zatrudnienia nadwyżek siły roboczej.

---

<sup>1</sup>Wykonano w ramach tematu: 3P06R 06425.

Adres do korespondencji – Corresponding author: Piotr Bórawski, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Katedra Agrobiznesu i Ekonomii Środowiska, plac Łódzki 2, 10-957 Olsztyn, e-mail: pboraw@moskit.uwm.edu.pl

Małe i średnie przedsiębiorstwa charakteryzują się elastycznością działania oraz dostawami do otoczenia, co wyraża się częstym wprowadzaniem zmian. Innowacyjność i wykorzystanie posiadanych zasobów to kolejna cecha tych przedsiębiorstw [Krynicki 2001].

Ponadto, mimo dużych dysproporcji przestrzennych w potencjale MSP, odgrywają one ważną rolę zarówno w regionach produkujących pod względem aktywności gospodarczej, jak i w regionach peryferyjnych.

Gospodarcze i społeczne funkcje pełnione przez małe i średnie przedsiębiorstwa zależą zarówno od osiągniętego już poziomu rozwoju gospodarczego, jak i ustroju społeczno-politycznego [Piasecki 1998]. Autor podkreśla, że nawet w krajach o podobnym poziomie gospodarki rola małych i średnich przedsiębiorstw jest inna, a stan rozwoju różnicowany. Jest to wynikiem odmiennej polityki promocji tego sektora, kultury przedsiębiorczej i stosunku społeczeństwa do inicjowania i prowadzenia działalności gospodarczej przez członków danej społeczności.

## CEL I METODA BADAŃ

Głównym celem badań prezentowanych w artykule było poznanie wybranych czynników rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowanych w regionie warmińsko-mazurskim. Przedmiotem badań były przedsiębiorstwa, ich wielkość, bieżąca sytuacja finansowa, zasięg geograficzny, środki reklamy i promocji. Badania przeprowadzono w drugiej połowie 2004 r. Dobór próby do badań był losowy. Operatem badania był spis przedsiębiorstw w systemie REGON.

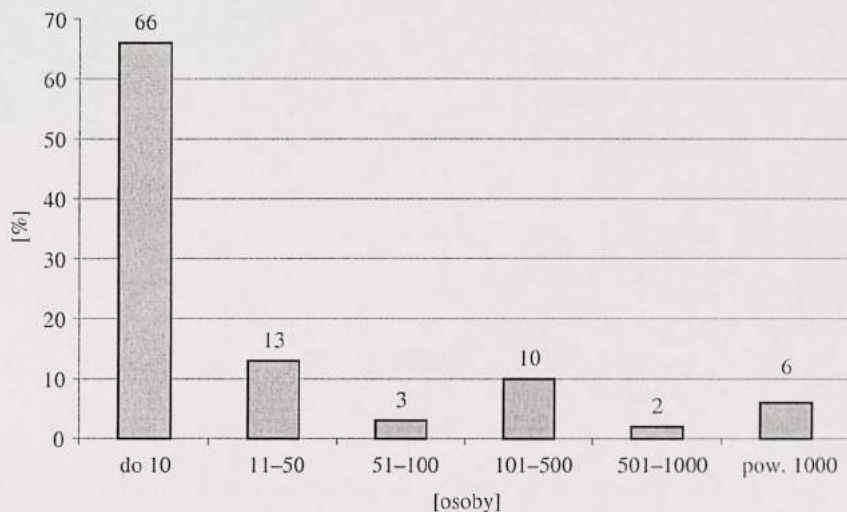
W badaniach wykorzystano kwestionariusz wywiadu, który został przeprowadzony wśród 112 właścicieli przedsiębiorstw przez przeszkolonych ankieterów. Po weryfikacji zebranego materiału badawczego pod względem kompletności i spójności odpowiedzi do analiz zakwalifikowano 100 przedsiębiorstw.

## WYNIKI BADAŃ

Jednym ze wskaźników obrazujących skalę prowadzonej działalności gospodarczej oraz świadczącym o możliwościach rozwojowych firmy jest liczba zatrudnionych w niej pracowników. Większość badanych firm (66%) deklarowała zatrudnienie do 10 pracowników (rys. 1). Tylko w 8% firm deklarowano zatrudnienie powyżej 500 pracowników. Z badań wynika, że są to w większości małe podmioty, dające zatrudnienie głównie rodzinie i lokalnej społeczności. Do przedsiębiorstw małych zalicza się firmy zatrudniające do 49 pracowników<sup>2</sup>. W badanej grupie stwierdzono, że przedsiębiorstwa takie stanowiły 79%. Grupa średnich przedsiębiorstw (zatrudnienie od 50 do 249 pracowników) stanowiła w badaniach 10%. Podobne wyniki badań uzyskała Krynicka [2002]. Badania autorki przeprowadzone w województwie warmińsko-mazurskim dowodzą, że w większość przedsiębiorstw (84,4%) wskazano na stałe zatrudnienie co najmniej

<sup>2</sup>Ustawa Prawo działalności gospodarczej z 19 listopada 1999 r., Dziennik Ustaw Nr 101/1999.

jednego pracownika. Wyniki te świadczą o małych możliwościach rozwojowych badanych firm. Wydaje się, że na niski poziom zatrudnienia badanych firm miały wpływ wysokie koszty pośrednie związane z zatrudnieniem pracowników, m.in. ubezpieczenie zdrowotne, składka do ZUS, podatek dochodowy.



Rys. 1. Przedsiębiorstwa wg liczby zatrudnionych  
Fig. 1. Enterprises according to number of employeee

Źródło: Badania własne, 2004 r.

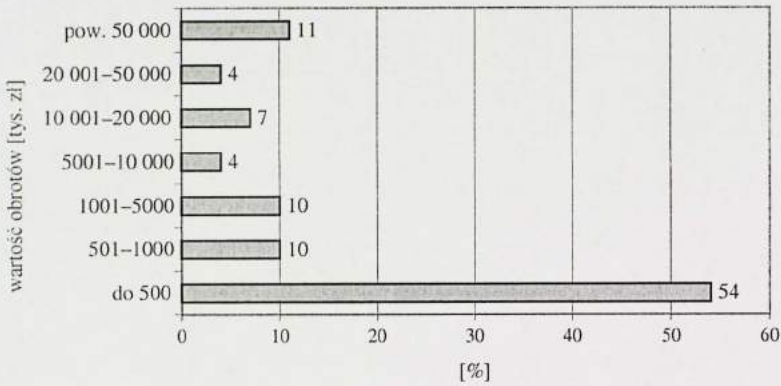
Ource: Own research, 2004.

Niska wartość handlowa obrotów w badanych firmach wskazuje na ich ograniczone możliwości rozwojowe. Uzyskane wyniki potwierdzają niewielką skalę prowadzonej działalności gospodarczej w badanych przedsiębiorstwach. W ponad połowie firm (54%) zadeklarowano roczny obrót w wysokości do 500 tys. zł (rys. 2). Z badań wynika, że niewiele więcej niż 10% podmiotów gospodarczych osiągało wartość obrotów powyżej 50 000 tys. zł. Mała liczba firm (10%) osiągała wartość obrotów od 501 do 1000 tys. zł oraz od 1001 do 5000 tys. zł.

Kolejnym wskaźnikiem potwierdzającym małą skalę prowadzonej działalności gospodarczej jest prawna forma organizacji badanych przedsiębiorstw. Ponad połowa firm (62%) funkcjonuje jako przedsiębiorstwa osób fizycznych (rys. 3). Ta forma organizacyjno-prawna charakteryzuje się małymi nakładami finansowymi na początku działalności oraz stosunkowo prostą procedurą założenia. Duża liczba tych przedsiębiorstw wynika z faktu, że założenie takiej firmy jest przedsięwzięciem względnie prostym i niedrogim. Jest to organizacja bardzo elastyczna, decyzje o tym, co i jak ma być wykonywane, nie muszą czekać na zebranie wspólników czy dyrektorów. W przedsiębiorstwach tych istnieje silny bodziec do wzrostu efektywności, bowiem sam właściciel uzyskuje korzyści z odniesionego sukcesu lub ponosi straty związane z porażką [Dębniowski i in. 2001]. Poważną niedogodnością jednak jest ponoszenie pełnej odpowiedzialności za wyniki działalności firmy. Jeżeli firma zbankrutuje, to właściciel odpowiada w pełni za



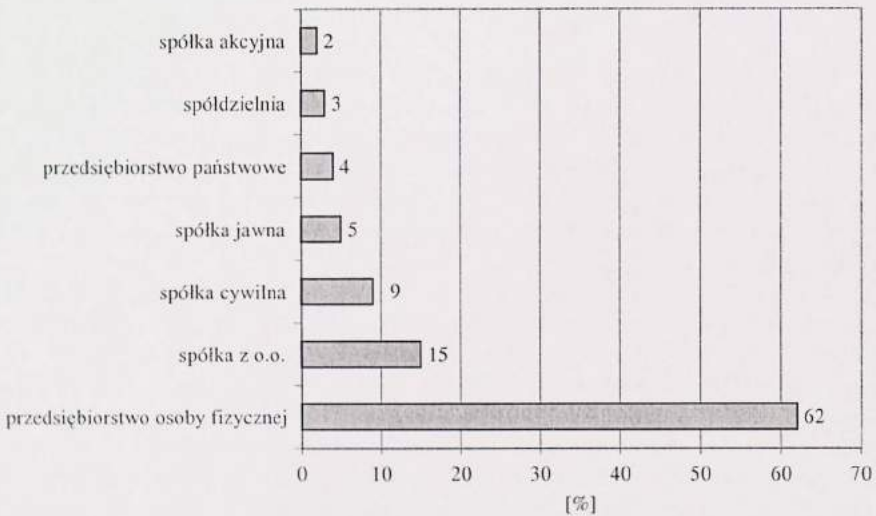
długi, jego majątek może zostać zlicytowany na pokrycie zobowiązań wobec wierzycieli. Dla takich przedsiębiorców uzyskanie pożyczek może być znacznie trudniejsze, ponieważ małe przedsiębiorstwa są uważane za przedsięwzięcia znacznie bardziej ryzykowne niż firmy duże i znane na rynku. Z uwagi na te trudności podstawowym źródłem środków finansowych są oszczędności właściciela firmy lub pożyczki uzyskane od rodziny i przyjaciół.



Rys. 2. Struktura procentowa badanych firm wg wartości obrotów w skali roku (tys. zł)  
Fig. 2. Surveyed firms' structure (%) according to annual value of turnover (thousands PLN)

Źródło: Badania własne, 2004 r.

Source: Own research, 2004.



Rys. 3. Struktura badanych firm wg formy prawnej (%)

Fig. 3. Legal form of surveyed firms (%)

Źródło: Badania własne, 2004 r.

Source: Own research, 2004.

Przedsiębiorstwa funkcjonujące w formie spółek z o.o. stanowiły 15% badanych firm. Ta forma prawna jest spółką o wysokim, określonym w kodeksie handlowym majątku, świadczącym o większej skali działalności, ze stosunkową niewielką liczbą pracowników [Bórawski 2004]. Spółka ta jest uproszczoną formą spółki kapitałowej, wyposażoną w osobowość prawną. Ponadto, forma ta charakteryzuje się brakiem ponoszenia odpowiedzialności osobistym majątkiem w przypadku bankructwa przedsiębiorstwa. Stosunkowo duża liczba takich spółek wynika z faktu, że funkcjonują one w formie średniej wielkości przedsiębiorstw. Ta forma jest szczególnie popularna w grupie przedsiębiorstw handlowych i usługowych.

Zdecydowanie najmniejszy udział miały spółdzielnie (3%), spółki akcyjne (2%) oraz przedsiębiorstwa państwowe (4%). Z kolei udział spółek cywilnych wynosił (9%), a jawnych (5%) (rys. 3).

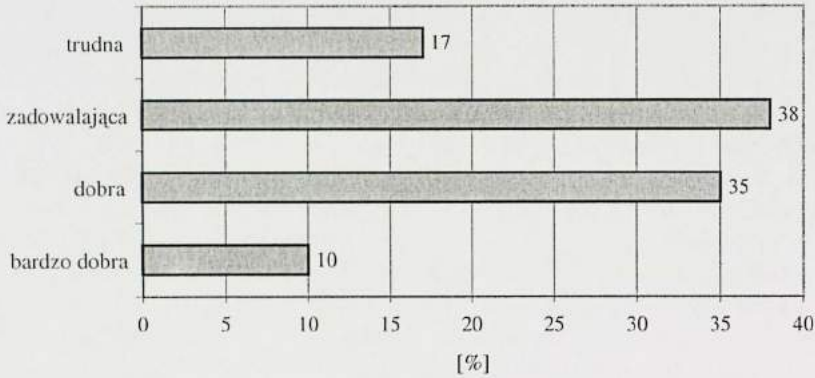
Prowadząc badania nad przedsiębiorstwami, nie sposób pominąć rodzaje prowadzonej działalności. W analizowanej próbie w ponad połowie podmiotów (51%) prowadzono działalność handlową, a w 24% usługową. Przedsiębiorstwa handlowe to w szczególności sklepy spożywcze, przemysłowe i wielobranżowe. Z kolei w grupie przedsiębiorstw usługowych znalazły się: firmy turystyczne, rolnicze, budowlane, zakłady fryzjerskie i inne. Badania wskazały, iż działalność usługowa jest coraz częściej podejmowana przez przedsiębiorców. Przyczyn takiej sytuacji jest bardzo wiele: niskie w porównaniu z innymi kierunkami działań gospodarczych nakłady kapitałowe, dysponowanie większym zapleczem majątkowym oraz bazą lokalową i materiałową. Również bogate zasoby przyrodnicze, dostępność jezior, mało zanieczyszczony klimat sprzyjają coraz większemu popytowi na usługi turystyczne i agroturystyczne w regionie warmińsko-mazurskim.

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw stanowiły firmy produkcyjne (22%) i wielobranżowe (2%). Uzyskane wyniki świadczą o tym, że działalność produkcyjna wymaga dużych nakładów, użytkowania różnego rodzaju materiałów, środków technicznych i usług w celu wytworzenia nowych produktów i usług wymaganych przez klienta. Działalność taka jest obciążona znacznie większym ryzykiem. Ponadto, na rynku obserwuje się tendencje do zmniejszania się liczby przedsiębiorstw produkcyjnych na rzecz firm usługowych.

Analizując czynniki rozwoju badanych firm dokonano oceny ich bieżącej sytuacji finansowej. Z badań wynika, że 38% przedsiębiorców określiło sytuację finansową firmy jako zadowalającą, a 35% jako dobrą. Tylko co dziesiąty przedsiębiorca wskazał na bardzo dobrą sytuację finansową (rys. 4). Pesymizmem napawa fakt, że dość znaczna liczba firm (17%) określiła swoją sytuację finansową jako trudną.

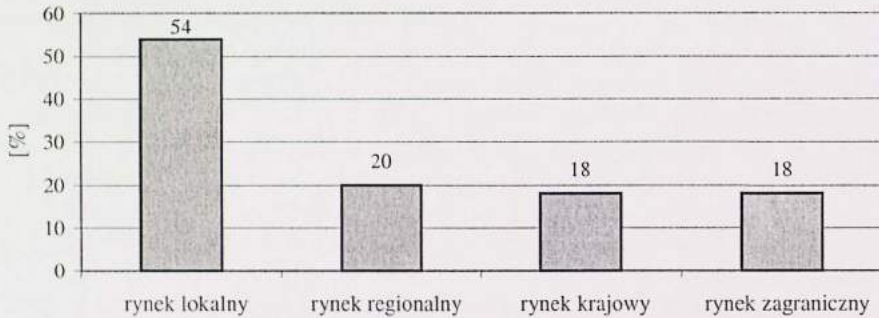
Najwięcej badanych firm ograniczało swoją działalność do rynków lokalnych (rys. 5). Jak można było przypuszczać, mniej badanych przedsiębiorstw koncentrowało swoją działalność na rynkach krajowych oraz zagranicznych (18%). Mały udział firm funkcjonujących na rynku krajowym i zagranicznym może wynikać z braku środków finansowych, obaw przed konkurencją, usytuowaniem w północno-wschodniej Polsce – rejonie o najwyższym bezrobociu, braku rozpoznania zagranicznych rynków. Zdecydowana większość badanych firm handlowych i usługowych nastawiona była na obsługę rynku lokalnego, w tym małych osiedli mieszkaniowych. W celu dalszego rozwoju i podniesienia konkurencyjności 74% badanych przedsiębiorców widzi potrzebę rozszerzenia

działalności na rynki krajowy i zagraniczne. Istnieje silna potrzeba szukania nowych możliwości zbytu, szczególnie teraz, gdy są otwarte granice państw UE, a rynki lokalne wykazują ograniczone możliwości popytowe.



Rys. 4. Sytuacja finansowa badanych przedsiębiorców (%)  
Fig. 4. Financial situation of surveyed entrepreneurs (%)

Źródło: Badania własne, 2004 r.  
Source: Own research, 2004.



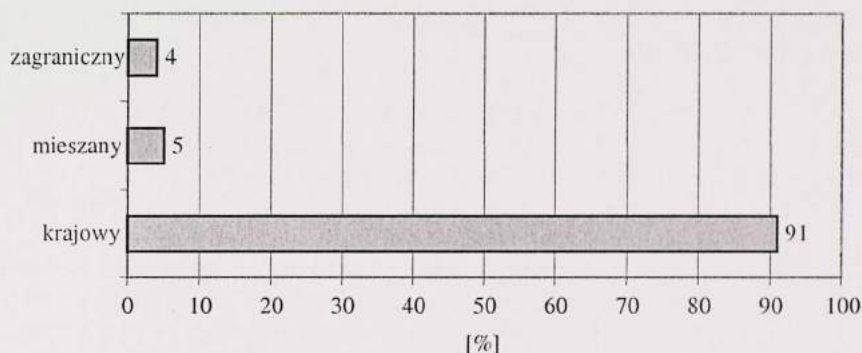
Rys. 5. Struktura firm wg zasięgu terytorialnego działalności gospodarczej (%)  
Fig. 5. Enterprises' structure according to territorial range of economic activity (%)

Źródło: Badania własne, 2004 r.  
Source: Own research, 2004.

Z zasięgiem terytorialnym działalności gospodarczej ściśle powiązane jest pochodzenie środków finansowych, zaangażowanych w funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Zdecydowana większość badanych firm (91%) korzysta z kapitału krajowego (rys. 6), na co składają się własne oszczędności, kredyty bankowe, pomoc rodziny i znajomych. Tylko 4% badanych firm korzysta z kapitału zagranicznego, a 5% z kapitału mieszanego. Taką sytuację tłumaczą ograniczone możliwości dostępu do środków zewnętrznych lub brak wiedzy na temat, jak je pozyskać. Członkostwo Polski w UE sprzyja zwiększonym możliwościom poszukiwania zewnętrznych źródeł finansowania działalności gospodar-



czej. Jest to bardzo atrakcyjna szansa rozwoju, która wymaga wiedzy oraz umiejętności pokonania czasochłonnych procedur biurowych. Mała liczba firm wykorzystujących kapitał zagraniczny świadczy o ostrożności w podejmowaniu takich decyzji, a także o braku wizji dalszego rozwoju.



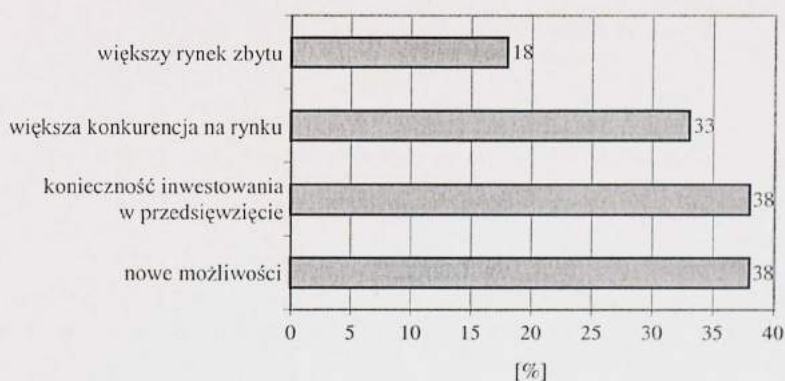
Rys. 6. Struktura przedsiębiorstw wg źródeł pochodzenia środków finansowych (%)

Fig. 6. Enterprises' structure according to financial funds resources (%)

Źródło: Badania własne, 2004 r.

Source: Own research, 2004.

Przedsiębiorcy wypowiedzieli się również na temat znaczenia członkostwa Polski w Unii Europejskiej dla prowadzonego przez nich przedsięwzięcia. Badania wykazały, że przedsiębiorcy dostrzegają zmiany, jakie niesie członkostwo Polski w Unii Europejskiej. Stwierdzono, że dla 38% przedsiębiorstw integracja oznacza pojawienie się nowych możliwości rozwoju (rys. 7).



Rys. 7. Opinie przedsiębiorców nt. znaczenia integracji z Unią Europejską (%)

Fig. 7. Entrepreneurs' opinions about importance of the European Union integration (%)

Źródło: Badania własne, 2004 r.

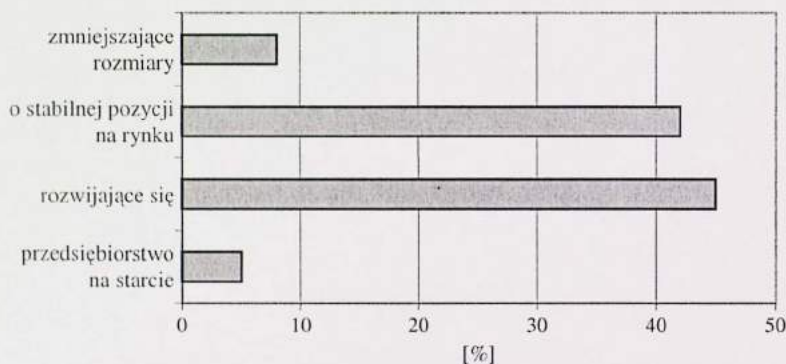
Source: Own research, 2004.

Dla takiej samej liczby przedsiębiorstw integracja to konieczność dalszego inwestowania w przedsięwzięcie. Jest to warunek niezbędny dla utrzymania się na wspólnym, bardziej konkurencyjnym rynku. Przedsiębiorcy są świadomi nakładów, jakie muszą ponieść w celu przystosowania przedsiębiorstw, m.in. w zakresie wymogów ochrony środowiska czy zasad ochrony konsumentów.

Większa konkurencja na rynku to zauważalny rezultat integracji dla 33% przedsiębiorstw, natomiast prawie co czwarty przedsiębiorca wiąże integrację ze zwiększeniem rynków zbytu.

Potwierdzają to inne badania, gdzie stwierdza się, iż „integracja z UE służy przyspieszeniu rozwoju gospodarczego, modernizacji gospodarki, likwidacji luki rozwojowej dzielącej nasz kraj od innych państw europejskich” [Kožuch 2001].

W badaniach podjęto próbę określenia fazy rozwoju przedsiębiorstw (rys. 8). Prawie połowa respondentów (45%) zakwalifikowała swoje przedsiębiorstwo do grupy podmiotów rozwijających się. Niewiele mniej (42%) zaliczyło swoje przedsiębiorstwo do populacji firm o stabilnej pozycji rynkowej. Przedsiębiorstwa takie mają ugruntowaną pozycję na rynku, mimo niezbyt dużego potencjału rozwojowego. Ten optymistyczny wynik należy tłumaczyć tym, że przedsiębiorstwa te działają na rynku już kilka lat i możliwości powstania konkurencyjnych firm, szczególnie w małych miejscowościach, są bardzo ograniczone ze względu na małą siłę nabywczą konsumentów.



Rys. 8. Opinie przedsiębiorców dotyczące określenia fazy rozwoju przedsiębiorstwa (%)

Fig. 8. Entrepreneurs' opinions about firm's development phase (%)

Źródło: Badania własne, 2004 r.

Source: own research, 2004.

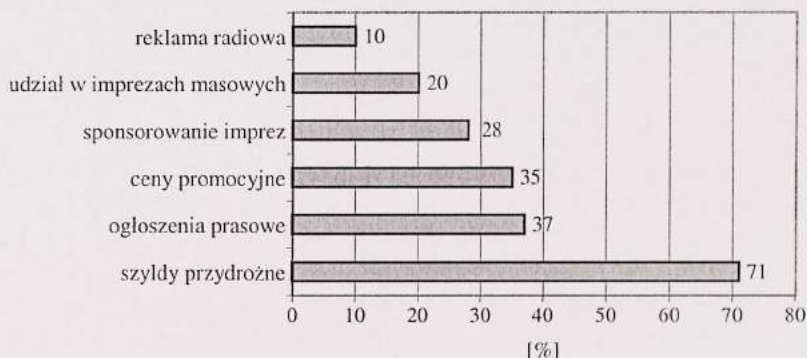
Pesymistyczny jest natomiast fakt, że 8% badanych firm zmniejsza rozmiary działalności. Znajdują się one w fazie schyłkowej, a ich właściciele nie potrafią wyprowadzić swoich przedsiębiorstw z fazy kryzysu.

W świetle badań nad rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw w województwie warmińsko-mazurskim okazało się, że skala nowych inicjatyw gospodarczych jest mała (5%). Wydaje się, że najważniejszymi barierami są: niewielka liczba osób, które chcą założyć własne firmy, brak kapitału, duża konkurencja, brak aktywnego nastawienia samorządów lokalnych wobec problemów ożywienia społeczno-gospodarczego gmin.



Przełamanie tych barier będzie zależało od aktywności przedsiębiorców, społeczności lokalnych, samorządów [Brodziński 1996].

W celu zwiększenia sprzedaży oraz konkurencyjności przedsiębiorcy stosowali różne środki reklamy i promocji (rys. 9). Zdecydowanie najczęściej (71%) w badanych firmach stosowano szyldy przydrożne. Kolejnym środkiem były ogłoszenia prasowe (37%) oraz ceny promocyjne (35%). W dalszej kolejności wymieniono sponsorowanie imprez (28%) oraz udział w imprezach masowych (20%). Jest to fakt bardzo pozytywny, gdyż dla badanych przedsiębiorców te formy promocji mogą być źródłem przewagi konkurencyjnej.



Rys. 9. Opinie przedsiębiorców na temat stosowanych środków reklamy i promocji (%)

Fig. 9. Entrepreneurs' opinions about implemented promotion and advertisement means (%)

Źródło: Badania własne, 2004 r.

Source: own research, 2004.

Działania marketingowe przedsiębiorców były ściśle uzależnione od posiadanych środków finansowych, a dominacja taniej formy reklamy jest potwierdzeniem braku pieniędzy na ten cel.

Niepokoje natomiast niski odsetek odpowiedzi (10%) dotyczących reklamy radiowej oraz brak wskazań korzystania z reklamy telewizyjnej. Wyniki dowodzą, że właściciele badanych firm nie stać na kosztowne formy reklamy, a ograniczenie działalności do rynków lokalnych i regionalnych nie wymaga stosowania aż takich form promocji.

Przeprowadzone badania empiryczne wskazują, że wśród ogółu przedsiębiorców aż 26% nie stosowało żadnych form reklamy i promocji. Jest to bardzo niekorzystny wynik, zwiastujący nadchodzące problemy ze sprzedażą w tych przedsiębiorstwach. Sytuacja taka może być następstwem krótkowzroczności właścicieli, którzy w przypadku ograniczenia wydatków lub braku problemów ze sprzedażą nie podejmują żadnych działań promocyjnych rokujących rozwój firmy w przyszłości.

Analizując wyniki badań, można stwierdzić, że ponad połowa przedsiębiorców (53%) za główną szansę rozwoju firmy uznaje wzrost dochodów ludności, a co za tym idzie zwiększenie jej siły nabywczej (tab. 1). Wzrost dochodów ludności podnosi dobrobyt społeczeństwa, sprzyja stabilizacji gospodarczej i wzrostowi koniunktury na rynku. Prawie co drugi przedsiębiorca szansę rozwoju upatrywał w poszerzeniu asortymentu produktów (49%) oraz podwyższeniu ich jakości (42%). Omawiając czynniki sprzyjające

rozwojowi przedsiębiorstw, warto szczególnie zaakcentować specjalizację (25%) oraz korzystne kredyty (17%) jako szanse. Tani i dostępny kredyt jest szczególnie ważny dla przedsiębiorców działających w rejonach zagrożonych dużym bezrobociem i biedniejszym. Mimo dokonujących się pozytywnych zmian w zakresie dostępności kredytów, dla części małych i słabo rozwiniętych przedsiębiorstw pozostają one nadal nieosiągalne.

Przedsiębiorcy zdają sobie sprawę z zagrożeń i barier, jakie stoją na drodze działalności gospodarczej. Za główny obszar zagrożeń działalności gospodarczej respondenci uznali rosnącą liczbę konkurencyjnych firm (63%) oraz malejące dochody ludności (61%). Ważną barierą rozwoju przedsiębiorczości są także nieuczciwa konkurencja oraz niekorzystne warunki kredytowania (tab. 1). Zbyt szczupłe zasoby finansowe do rozpoczęcia nowej działalności gospodarczej, brak dostępu do tanich kredytów i skomplikowane procedury ich uzyskania pozostają wciąż barierami rozwoju przedsiębiorstw. Podsumowując, można stwierdzić, że nadal czynnikami w największym stopniu utrudniającymi działalność gospodarczą są bariery ekonomiczne i rynkowe.

Tabela 1. Opinie przedsiębiorców na temat szans i zagrożeń w działalności gospodarczej (%)  
Table 1. Entrepreneurs opinions about chances and threats in economic activity (%)

Szansa	Procent	Zagrożenia	Procent
Wzrost dochodów ludności	53	Rosnąca liczba konkurencyjnych firm	63
Poszerzenie asortymentu produktów	49	Malejące dochody ludności	61
Podniesienie jakości usług	42	Nieuczciwa konkurencja	41
Specjalizacja działalności	25	Niekorzystne warunki kredytowania	13
Korzystne kredyty	17	Inne	2

\*respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź/respondents could have given more than one answer  
Źródło: Badania własne, 2004 r.  
Source: Own research, 2004.

## WNIOSKI

Na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych w regionie warmińsko-mazurskim na zbiorowości 112 przedsiębiorców prowadzących małe firmy nasuwają się następujące wnioski:

1. Przedsiębiorstwa działające na terenie województwa warmińsko-mazurskiego zaliczają się do małych i średnich podmiotów gospodarczych. Przedsiębiorcy w swojej działalności gospodarczej wskazują na szanse, wśród których wzrost dochodów ludności jest szansą najważniejszą. Analiza zagrożeń w rozwoju działalności gospodarczej przedsiębiorców dowodzi, że najistotniejszą barierą jest rosnąca liczba konkurencyjnych firm. Bariery finansowe pozostają nadal ważnym zagrożeniem działalności gospodarczej.
2. Czynnikiem, który w dużym zakresie decyduje o możliwościach rozwojowych firm jest zasięg terytorialny działania przedsiębiorstwa. Uzależnienie działalności gospodarczej badanych przedsiębiorstw tylko do rynków lokalnych powoduje ograniczenie ich rozwoju. Rozszerzenie rynku i jego rozpoznanie, uniezależnienie od popytu lokalnej ludności, zdobycie nowych klientów to szanse na rozwój badanych podmiotów gospodarczych.



3. Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że właściciele badanych podmiotów borykają się z trudnościami finansowymi, małą siłą nabywczą klientów, dużą konkurencją oraz brakiem wyraźnych perspektyw dalszego rozwoju.
4. Przeprowadzone badania pozwalają postawić również wnioski pozytywne, oprócz bowiem zagrożeń istnieją również przesłanki pozwalające stwierdzić, że dokonuje się wiele istotnych zmian podnoszących konkurencyjność. Planowanie zwiększenia asortymentu, poszerzenie rynków, wzrost przychodów, poprawa jakości i umiarkowana cena produktów to główne działania rynkowe badanych przedsiębiorstw. Stosowanie przez blisko 74% przedsiębiorstw różnych środków reklamy i promocji czy dostrzeganie nowych możliwości, jakie niesie członkostwo w Unii Europejskiej pozwolą utrzymać na dotychczasowym poziomie, a nawet mieć nadzieję na rozwinięcie działalności badanych firm.

## PISMIENICTWO

- Brodziński Z., 1996: Czynniki utrudniające i stymulujące przedsiębiorczość w opinii kobiet wiejskich prowadzących działalność gospodarczą. *Wieś i Rolnictwo* nr 4, s. 150–160.
- Bórawski P., 2004: Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie gminy Staroźreby. *Acta Scientiarum Polonorum – Oeconomia*, Warszawa, s. 37–46.
- Dębniowski G, Pałach H., Zakrzewski W., 2001: *Mikroekonomia*. Wydaw. UWM, Olsztyn, s. 336.
- Kożuch A., 2001: Czynniki wzrostu konkurencyjności obszarów wiejskich w aspekcie integracji z Unią Europejską. *PTE*, Warszawa, z. 4, s. 16.
- Krynicki A., 2001: Czynniki rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw na wiejskich terenach przygranicznych regionu warmińsko-mazurskiego. Niepublikowana praca doktorska. UWM, Olsztyn.
- Krynicka A., 2002: Uwarunkowania rozwoju podmiotów gospodarczych na terenach wiejskich. Niepublikowana praca doktorska. UWM, Olsztyn.
- Machowski E., 1994: Promowanie przedsiębiorczości czynnikiem rozwoju wsi. [w:] *Alternatywne źródła dochodów ludności wiejskiej*. Biuletyn Regionalny ZDR, AR Kraków, nr 309, s. 287–295.
- Niedzielski E., 1999: Bezrobocie i przedsiębiorczość gospodarza na obszarach wiejskich. Wydaw. UWM, Olsztyn, s. 191–199.
- Piasecki B., 1998: *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*. PWN, Warszawa, s. 570.

## DEVELOPMENT ESTIMATION OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES SECTOR ON THE EXAMPLE OF WARMIA AND MAZURY PROVINCE

**Abstract.** The aim of the article is to recognize development factors in 112 enterprises chosen from REGON system in Warmia and Mazury province. Moreover, current financial situation of firms and range of their activity have been presented. Means of promotion and advertisement have been analyzed. The study also concerns chances and threats of economic activity. Finally, respondents' opinion about integration with UE and its meaning for their economic activity.

**Key words:** small and medium enterprises, employment, financial situation, advertisement and promotion, chances and threats of development

Zaakceptowano do druku – Accepted for print: 05.12.2005