

Anna Sieczko

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

WYKORZYSTANIE INTERNETU W PRZEDSIĘBIORSTWACH DZIAŁAJĄCYCH NA OBSZARACH WIEJSKICH

USE OF INTERNET IN COMPANIES OPERATING AT RURAL AREAS

Słowa kluczowe: Internet, przedsiębiorcy, obszary wiejskie, portale internetowe, przedsiębiorczość

Key words: internet, entrepreneurs, rural areas, internet portals, entrepreneurship

Synopsis. Praca zawiera analizę wykorzystania internetu przez przedsiębiorców na terenach wiejskich. Skupiono się na możliwościach jakie daje internet w poszukiwaniu pracowników, poszerzaniu rynku, pozyskiwaniu funduszy z PROW. Omówiono portale: Allegro, Świstak, Bazarek i Agropraca. Przedstawiano również dane statystyczne z wykorzystania Internetu na obszarach wiejskich.

Wstęp

Przedsiębiorczość w Polsce koncentruje się głównie w dużych miastach i na terenach z nimi sąsiadujących. Na wsi ciężko utrzymać i rozwinąć własną firmę. Pomocą może okazać się internet. Każda działalność gospodarcza nadaje się do tego, aby być w internecie. Może to odbywać się na zasadzie wspomagania działalności lub jej pełnego funkcjonowania w sieci. Biznes elektroniczny (*e-biznes*) ma już długą historię i nie jest ona związana tylko z internetem. Rola sieci jest na pewno duża, niektórzy nawet utożsamiają biznes internetowy z elektronicznym. Natomiast biznes internetowy jest tylko jedną z form *e-biznesu*. Z pojęciem biznesu elektronicznego łączą się również zagadnienia: elektronicznego handlu (*e-commerce*), elektronicznego przedsiębiorstwa (*e-enterprise*), elektronicznej gospodarki (*e-economy*), społeczeństwa (*e-society*), jak również bardziej szczegółowe pojęcia jak *e-banking*, czy *e-learning* [Nojszewski 2004].

Z roku na rok wzrasta liczba konsumentów robiących zakupy w Internecie. W 2010 roku 74% internautów dokonało zakupów *on-line* [Baranowska-Skimina 2011]. Najważniejszą zaletą takich zakupów jest oszczędność czasu, wygoda i możliwość korzystniejszego cenowo zakupu. Internet jest szansą na prowadzenie działalności w każdym miejscu, do którego on dociera. Założenie sklepu internetowego nie wymaga dużego kapitału oraz nie trzeba być informatykiem, aby taki sklep prowadzić. Drugą popularną formą w Polsce jest zakup produktów na aukcjach internetowych. Choć liczba sklepów *on-line* w ostatnim okresie gwałtownie się powiększyła i zbliża się do 10 tys. podmiotów, aukcje internetowe są nadal bardziej popularne wśród polskich internautów. Zakup tym kanałem deklaruje, aż 80% kupujących w sieci (59,2% internautów). W sklepach internetowych dokonuje zakupów 68% tej grupy (50,3% internautów) [Baranowska-Skimina 2011]. Inną możliwością jest *freelancer*. Osoba samozatrudnia się oferując swoje usługi różnym klientom. Jest to możliwe dla osób wykonujących tzw. „wolne zawody”. Obecnie liczba profesji dzięki rozwojowi internetu poszerza się. Takie usługi oferują już nie tylko prawnicy, graficy i fotograficy, ale także tłumacze, architekci, twórcy stron www, konsultanci oraz piarowcy. Atutem samozatrudnienia jest praca na własny rachunek. Wyrabia się własne nazwisko będące marką na rynku i stosuje się od początku do końca autorskie rozwiązania.

Metodyka badań

Do badań wykorzystano dane pochodzące z portali: Allegro, Świstak, Bazarek i Agropraca, pobrane w dniu 9 kwietnia 2011 roku. Dwa pierwsze portale to serwisy aukcyjne. Sprzedający mogą dodawać aukcje w dowolnym czasie. Aukcje, w których transakcje nie doszły do skutku oraz te kończące się zawarciem umowy zostają przeniesione do zakończonych, wtedy nie są widoczne dla użytkowników portalu. Ponieważ proces dodawania aukcji i kończenia ich nie ma jednej ustalonej pory dnia, zależy tylko od czasu wystawienia, dlatego pod wykresami podano godzinę wyświetlenia aukcji. Analiza przypadku nie pozwala jednak wychwycić aukcji o charakterze sezonowym i jest tylko obrazem sprzedaży w badanym czasie. Do analizy wybrano materiał pochodzący z działu „przemysł” z uwzględnieniem kategorii „rolnictwo”. Portal bazarek jest serwisem umożliwiającym założenie oraz prowadzenie sklepu

internetowego w domenie własnej lub bazarek.pl. Sklep może być zintegrowany z serwisem allegro.pl i świstak.pl jeżeli użytkownik ma tam już swoje konto. Serwis ten jest więc tak zwanym pasażem handlowym, gdzie można przypisać wystawione swoje produkty do poszczególnych kategorii, które możemy znaleźć na stronie głównej.

Serwis agropraca.pl jest prowadzony przez firmę mająca uprawnienia pośrednictwa pracy. Za pomocą serwisu można złożyć ofertę pracy, definiując lokalizację oraz wszelkie inne wymagania z nią związane. Użytkownik bezpłatnie może przejrzeć lub wyszukać ofertę, która ma ukryte dane adresowe. Dostęp do szczegółów kontaktowych ofert jest już płatny. Podobna sytuacja ma miejsce przy dodawaniu CV przez osobę poszukującą zatrudnienia.

Przedsiębiorcy na wsi

Przez długie lata tereny wiejskie traktowane były jako miejsce wytwarzania produktów rolniczych. Obecnie stają się miejscem zamieszkania i pracy nie tylko rolników, ale również małych i średnich przedsiębiorców. Widać to w statystykach, osoby pracujące w rolnictwie na własny rachunek stanowiły na wsi w 2009 roku około 92% ogółu pracujących w rolnictwie, w tym w rolnictwie indywidualnym około 97% ogółu pracujących w tym sektorze. Wśród pracujących poza rolnictwem odsetek pracujących na własny rachunek zwiększył się na wsi z 10,6% w 2008 roku do 11,5% w 2009 roku [Wilkin, Nurzyńska 2010]. Jest to spowodowane odchodzeniem od rolnictwa jako dominującej funkcji gospodarczej na wsi na rzecz zrównoważonego rozwoju. Na przeobrażenia terenów wiejskich wskazują też dane dotyczące pracujących przedsiębiorców według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD). W 2009 roku najliczniejszą grupę mieszkańców wsi pracujących poza rolnictwem stanowiły osoby zatrudnione w następujących sekcjach: „przetwórstwo przemysłowe” – 29,2%, „handel i naprawy” – 16,5%, „budownictwo” – 13,8%. Odsetek pracujących na własny rachunek w ogólnej liczbie pracujących poza rolnictwem był na wsi najwyższy w sekcjach „pozostała działalność usługowa” – 25,0%, „handel i naprawy” – 23,3%, „działalność finansowa i ubezpieczenia” – 22,8% oraz „zakwaterowanie i gastronomia” – 21,0% [Wilkin, Nurzyńska 2010].

Rozwój małej i średniej przedsiębiorczości na terenach wiejskich napotyka na wiele barier. Są to bariery finansowe, zasobów ludzkich, rynkowe, infrastrukturalne ale również mentalne. Istotnym ograniczeniem dla przedsiębiorców zwłaszcza działających na terenach wiejskich jest utrudniony dostęp do kapitału. W dużym stopniu wpływają na to trudności z pozyskaniem kredytu zwłaszcza na rozpoczęcie działalności oraz zabezpieczenia kredytu. Wiejscy przedsiębiorcy napotykać również bariery rynkowe. Popyt na oferowane towary lub usługi jest często niewystarczający. Wynika to z jednej strony z płytkości lokalnego rynku, a drugiej z niskiej siły nabywczej mieszkańców wsi. Kolejną barierą jest niewystarczająca jakość siły roboczej. Na tą barierę ma wpływ niski poziom wykształcenia mieszkańców wsi oraz brak przywiązywania wagi do samokształcenia i podnoszenia kwalifikacji, co bezpośrednio wpływa na korzystanie z nowoczesnych technologii oraz innowacyjność przedsiębiorstw. Z drugiej strony pracownik wykwalifikowany ma większe szanse na zatrudnienie w dużej firmie, która przyciąga pakietem różnorodnych zachęt, na które nie stać właścicieli małych firm działających na terenach wiejskich. Dużą rolę w rozwoju przedsiębiorstw odgrywa infrastruktura. Generalnie stan infrastruktury technicznej jest dalej niewystarczający. Braki dotyczą sieci kanalizacyjnej i wodociągowej, oczyszczalni ścieków, wysypisk śmieci, jakości dróg i komunikacji publicznej. Często jest również brak infrastruktury instytucjonalnej, zwłaszcza otoczenia biznesowego świadczącego różnego rodzaju usługi na rzecz biznesu: szkolenia, doradztwo, pomoc w kontaktach biznesowych. Tereny wiejskie mają również wiele atutów. Najważniejszym jest tańsze budownictwo i użytkowanie pomieszczeń. Następnym, siłą roboczą choć słabiej wykształconą jednak niezorganizowaną w związki zawodowe i akceptującą niższe wynagrodzenie. Można również liczyć na tańszą i mniej przetworzoną żywność, a zwłaszcza na lepsze warunki środowiska naturalnego.

Polska wieś i przedsiębiorcy w gospodarce internetowej

Na terenach wiejskich najbardziej powszechnym narzędziem, które umożliwia dostęp do zasobów internetu jest komputer stacjonarny lub laptop. Dostęp do sieci za pomocą telefonów komórkowych lub innych urządzeń mobilnych jest stosunkowo rzadki. W 2009 roku odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w komputer na terenach wiejskich wynosił 53%, a dostęp do internetu miało 39% gospodarstw domowych. Wraz ze wzrostem wielkości miejsca zamieszkania odsetek ten wzrasta do poziomu 65,5% w miastach o liczbie ludności przekraczającej 500 000 mieszkańców [Troszyński, Bieliński 2010]. Jako jedną z przyczyn braku dostępu do sieci jest brak infrastruktury teleinformacyjnej, następnie koszty opłat jakie musi ponieść gospodarstwo domowe za połączenie z internetem. Mimo, że odsetek gospodarstw domowych z dostępem do internetu na terenach wiejskich jest najniższy w Polsce jednak dynamika wzrostu na wsi jest największa. W 2007 roku dostęp do sieci uzyskało 21,3% gospodarstw domowych z terenów wiejskich, a w roku 2009 – 39,4% [Troszyński, Bieliński 2010].

Do najpopularniejszych czynności wykonywanych w internecie należy: korzystanie z poczty elektronicznej, szukanie informacji, korzystanie z komunikatorów, przeglądanie stron www, korzystanie z usług bankowych oraz zakupy. Wśród internautów mieszkających na wsi w 2009 roku: 67% przeglądało strony www, z poczty elektronicznej korzystało 58,7%, portale społecznościowe odwiedziło 55,2% wiejskich internautów, 47,4% korzystało z komunikatorów, informacji do nauki lub do pracy szukało 47,1%, a z informacji ze stron internetowych instytucji publicznych korzystało 20,8%, z banku przez sieć korzystało 22,3%, kupowało przez sieć 16% a poprzez aukcje – 14,7%. Dość popularnymi czynnościami do których wykorzystywało się internet na wsi jest: telefonowanie (20,8%), granie w gry sieciowe (20,6), ściąganie darmowej muzyki i filmów (24,3), słuchanie muzyki lub radia (34%), czytanie gazet (23,9). Najmniej popularnymi formami było: tworzenie i publikowanie własnych tekstów, grafiki, muzyki lub innej twórczości (6,7%), uczestniczenie w kursach lub szkoleniach (7,3%), rezerwacja biletów (7,7%) [Troszyński, Bieliński 2010].

Ze względu na trudności przedsiębiorców związane z niedostatecznym popytem wynikającym z rozproszonego rynku lokalnego, ale również niskiej siły nabywczej mieszkańców wsi, przedsiębiorcy działający na obszarach wiejskich powinni coraz częściej korzystać z internetu. Umiejętność poszukiwania informacji i zdobyta dzięki niej wiedza staje się we współczesnych czasach produktem strategicznym. Ponieważ pozyskiwanie jej na podstawie dostępnych danych często decyduje o sukcesie firmy na rynku. Informacja jest produktem, który możemy zapisać na odpowiednich nośnikach, tańszych niż papier, a z drugiej strony mających dużą pojemność. Kolejnym atutem jest możliwość „transportu” informacji za pośrednictwem sieci. Jest on nieporównywalnie tańszy i szybszy od standardowego. Przestrzeń wirtualna stworzyła szerokie możliwości dla kontaktów gospodarczych, przeprowadzania transakcji, ale przede wszystkim do zdobywania wiadomości o rynkach na całym świecie. Obecnie dynamiczny rozwój wykorzystania internetu w biznesie wynika z jego istotnych cech, takich jak: brak ograniczeń biurokratycznych, możliwość międzynarodowej współpracy specjalistów, światowy zasięg oraz elastyczność. Dzięki temu internet stał się poważnym narzędziem biznesowym firm do realizacji kupna i sprzedaży, wymiany informacji, rozliczeń finansowych, promocji, poszukiwania dostawców i klientów, czyli do budowy przewagi konkurencyjnej i zwiększania efektywności. Przedsiębiorcy na wsi w 2009 roku w 73,4% mieli dostęp do internetu [Troszyński, Bieliński 2010].

Wyniki

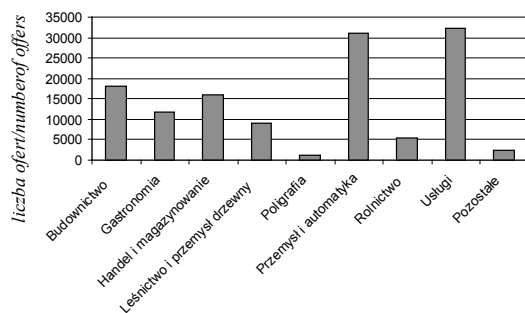
Prowadzenie działalności gospodarczej nie należy do prostych czynności, jest wyzwaniem dla każdego bez względu na miejsce zamieszkania. Jednak przedsiębiorcy działający na terenach wiejskich mają łatwiejszy dostęp do infrastruktury instytucjonalnej, zwłaszcza otoczenia biznesowego (inkubatory przedsiębiorczości, ośrodki szkoleniowo-doradcze). Dostarczają one przedsiębiorcy zarówno wsparcia, ale przede wszystkim wiedzy. To właśnie wiedza jest obecnie cennym zasobem umożliwiającym prowadzenie i rozwój firmy. Prostim narzędziem służącym poszerzeniu wiedzy jest internet. W przypadku terenów wiejskich kluczowym czynnikiem korzystania z Internetu jest młody wiek (młodzież zaczyna korzystać już w starszych klasach szkoły podstawowej), następnie wykształcenie oraz prowadzenie własnego przedsiębiorstwa. Najważniejszą barierą rozwoju przedsiębiorczości na terenach wiejskich jest brak środków finansowych na założenie i rozwój przedsiębiorstwa. Internet może służyć zarówno do poszukiwania informacji finansowych oraz wspomagania wypełniania aplikacji. Przedsiębiorcy starając się o wsparcie w ramach PROW na lata 2007-2013, w ramach osi 3, działania 312 „Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw”, w 2010 roku, na stronach Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa mogli pobrać wniosek. Dzięki takiemu rozwiązaniu mieli możliwość wypełnienia oraz sprawdzenia poprawności wprowadzonych danych, zapisu i wydrukowania z poziomu własnego komputera. Ten sposób umożliwił wyeliminowanie błędów mogących powstać podczas wypełniania tradycyjnego formularza wniosku. Jednak wersję papierową wniosku, przedsiębiorca musiał dostarczyć do Oddziału Regionalnego ARiMR. W 2010 roku do Agencji wpłynęło ponad 10,5 tys. wniosków o przyznanie pomocy w ramach tego działania, z których wynikało, że mikroprzedsiębiorcy zaplanowali utworzenie około 20 tysięcy nowych miejsc pracy na obszarach wiejskich. Agencja poprzez internet zamieściła dla poszczególnych województw listy ustalające kolejność przysługiwania pomocy finansowej w ramach omawianego działania [ARiMR 2010].

Tabela 1. Procentowy udział w polskim rynku portali aukcyjnych (stan na 09.04.2011)

Table 1. Percentage of the Polish auction portal market (as at 09.04.2011)

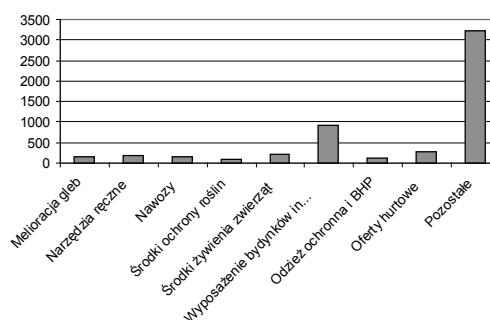
Nazwa portali aukcyjnych/ Name of auction portal	Udział w rynku w procentach/ Market share in percentage
Allegro	78,98
Świstak	11,54
Aukcjusz	5,12
Aukcje FM	2,26
eBay Poland	1,74
Kiermasz	0,37
GoSale	0,01

Zródło/Source: [aukcjostat.pl]



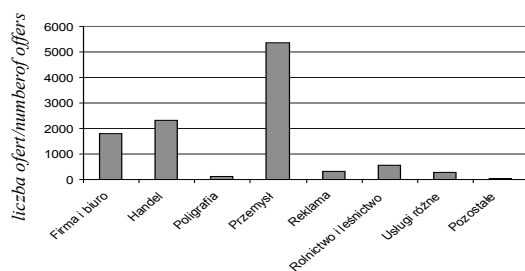
Rysunek 1. Liczba aukcji w poszczególnych kategoriach w dziale „przemysł”
Figure 1. The number of auction in individual category “industry”

Źródło/Source: [allegro.pl]



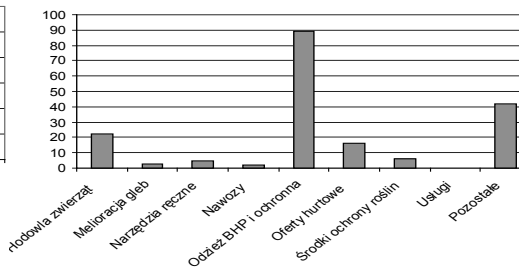
Rysunek 2. Liczba aukcji w poszczególnych grupach dla kategorii „rolnictwo”
Figure 2. The number of auction in individual group for the category “agriculture”

Źródło/Source: [allegro.pl]



Rysunek 3. Liczba aukcji w poszczególnych kategoriach w dziale „firma i przemysł”
Figure 3. The number of auction in individual category Company and industry”

Źródło/Source: [swistak.pl]

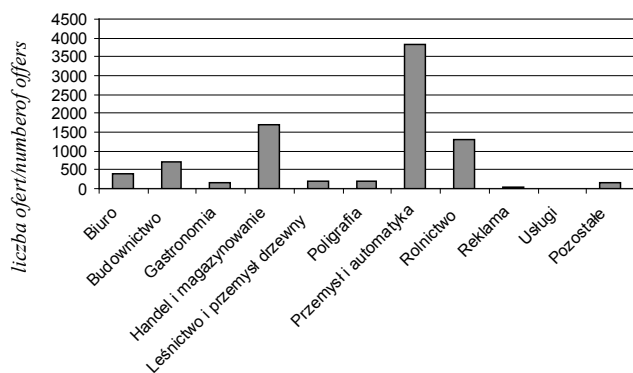


Rysunek 4. Liczba aukcji w poszczególnych grupach dla kategorii „rolnictwo”
Figure 4. The number of auction in individual group for the category “agriculture”

Źródło/Source: [swistak.pl]

Eliminacja barier rynkowych możliwa jest poprzez zamieszczania ofert kupna i sprzedaży na serwisach aukcyjnych. Udział w polskim rynku portali aukcyjnych (9 kwietnia 2011 roku) na serwisie aukcjostat.pl, przedstawiono w tabeli 1.

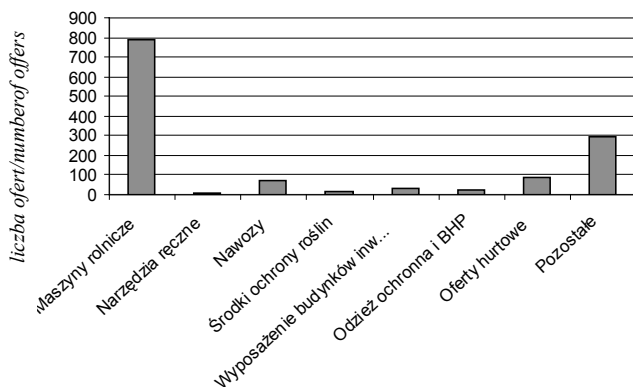
Nie wszystkie wymienione serwisy aukcyjne mogą być pomocne dla przedsiębiorców działających na obszarach wiejskich. Allegro.pl i swistak.pl mogą być skutecznym narzędziem zwiększającym rynek. Allegro.pl oferuje dział „przemysł”, w którym możliwe jest umieszczanie ofert w 9 kategoriach. Liczbę aukcji w poszczególnych kategoriach tego działu przedstawiono na rysunku 1. Każda z dziewięciu kategorii ma swoje grupy. Dla kategorii „rolnictwo” liczbę aukcji w poszczególnych grupach przedstawiono na rysunku 2. Swistak.pl również ma dział „firma i przemysł”. Po jego rozwinięciu ukazuje się 8 kategorii. Liczbę aukcji w poszczególnych kategoriach przedstawiono na rysunku 3. Tu również poszczególne kategorie mają swoje grupy. Liczbę aukcji dla kategorii „rolnictwo” przedstawiono na rysunku 4. Pozostałe serwisy aukcyjne mają bardzo mały udział w rynku aukcji internetowych, bo tylko 9,5%. Serwis Aukcjusz posiada zakładkę „firma i przemysł”, a w niej 1488 aukcje w 7 kategoriach: artykuły biurowe, do paczek i listów, meble biurowe, prezentacja i konferencja, przemysł, reklama i urządzenia biurowe. Nie ma kategorii rolnictwo. Serwis Aukcje FM również ma zakładkę „firma, przemysł, reklama”, a w niej 2335 aukcji. Kategorie w tej zakładce to: automatyka i przemysł, biuro, poligrafia, przemysł drzewny i leśnictwo, reklama, budownictwo, gastronomia, handel i magazynowanie, rolnictwo, sprzedam biznes i usługi komunalne. W kategorii „rolnictwo” brak jakichkolwiek aukcji. Pozostałe serwisy mają małą liczbę wystawionych aukcji, więc na razie nie mają większego wpływu na zwiększenie rynku dla przedsiębiorców (w kategorii „rolnictwo”: eBay Poland – 45 aukcji, Kiermasz.pl – brak działu „przemysł”; GoSale.pl – 9 aukcji w dziale „firma i przemysł”).



Rysunek 5. Liczba aukcji w poszczególnych kategoriach w dziale „przemysł”

Figure 5. The number of auction in individual category “industry”

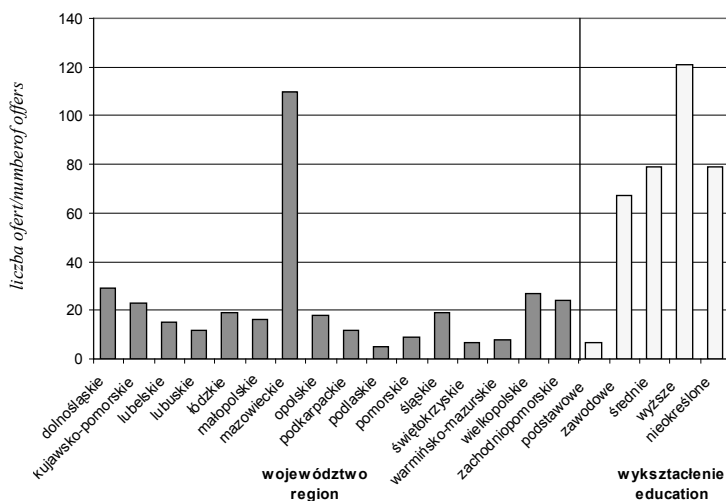
Źródło/Source: [www.bazarek.pl]



Rysunek 6. Liczba aukcji w poszczególnych grupach dla kategorii „rolnictwo”

Figure 6. The number of auction in individual group for the category “agriculture”

Źródło/Source: [www.bazarek.pl]



Rysunek 7. Liczba ofert pracy wraz z wymaganym wykształceniem w poszczególnych województwach

Figure 7. The number of job offers with the required education in individual region

Źródło/Source: [agropraca.pl]

Zwiększać swój rynek przedsiębiorcy mogą również poprzez sklepy internetowe. Portal bazarek.pl umożliwia założenie takiego sklepu, a następnie sprzedaż produktów i usług. Oferuje również integrację z serwisami – allegro.pl i świtakiem.pl, dla użytkowników mających swoje konta. Takie rozwiązanie pozwala na poszerzenie obszaru działalności, np. o dział „przemysł”, a w nim 11 kategorii. Liczbę ofert sprzedaży w omawianej kategorii przedstawiono na rysunku 5. W kategorii „rolnictwo” znajduje się 1312 ofert. Ich szczegółowy podział przedstawiono na rysunku 6.

Poszukiwanie pracowników również może odbywać się przez sieć internet. Tutaj pomocny przedsiębiorcom działającym na terenach wiejskich będzie portal agropraca.pl. Zawiera on 3 główne działy: dla pracowników, dla pracodawców, pracownicy z Ukrainy. Na portalu 9 kwietnia 2011 roku znajdowało się 1996 wypełnionych formularzy CV. Liczbę ofert pracy wraz z wymaganym wykształceniem lub zależnościami od województwa przedstawiono na rysunku 7.

Podsumowanie

W wyniku ciągłego postępu, dostęp do informacji staje się podstawowym czynnikiem umożliwiającym rozwój działalności gospodarczej. Przedsiębiorcy dzięki sieci internet mają możliwość zawierania szybkiego kontaktu z klientami, producentami, dystrybutorami, poszukiwania pracowników, jak również przesyłania dokumentów w administracji publicznej. Wydaje się, że umiejętność korzystania z internetu, jak i jego wykorzystania szczególnie powinna zainteresować przedsiębiorców działających na obszarach wiejskich. *E-biznes* ma obecnie wiele form od tych najbardziej znanych: aukcje internetowe, sklepy internetowe, serwisy ogłoszeniowe, informacyjne po różnego rodzaju usługi często nawet nietypowe. Oferowanie produktów, czy usług poprzez sieć internet jest obecnie bardzo proste, nie wymaga znajomości technologii informacyjnych. Wiele portali za niewielką opłatą oferuje swoje usługi dotarcia do klienta. Należy wybierać te, które mają dużą popularność i gwarantują w ten sposób zwiększenie możliwości poszerzenia rynku. Z serwisów aukcyjnych na uwagę zasługują dwa – allegro.pl i swistak.pl. Razem mają ok. 91% udziału w polskim rynku serwisów aukcyjnych. Można też w bardzo prosty sposób założyć sklep internetowy, pomocy udziela portal bazarek.pl. Umożliwia nie tylko założenie sklepu, ale również integrację z serwisami allegro.pl i swistakiem.pl. W poszukiwaniu zasobów ludzkich w agrobiznesie można skorzystać z usług portalu agropraca.pl, na którym można znaleźć CV polskich oraz ukraińskich kandydatów. Także instytucje państwowe starają się pomóc przedsiębiorcom. Istnieje możliwość pobierania wniosków, wypełniania ich poprzez tak skonstruowany formularz, który dokonuje weryfikacji wypełnionych pól tworząc raport błędów i pozostawionych pustych pól typu obowiązkowego. Utrudnieniem jest obowiązek, że wypełniony formularz trzeba wydrukować i tradycyjną drogą dostarczyć do instytucji.

Literatura

- ARiMR. [www.arimr.gov.pl], 2011.
Baranowska-Skimina A. 2011: Polscy internauci e-commerce 2010. E-gospodarka z dnia 4.03.
Nojszewski D. 2004: Biznes elektroniczny – czyli jak? E-mentor 1(3), z 16 lutego, s. 30- 33.
Troszyński M., Bieliński J. 2010: Internet na wsi 2009. Wykorzystanie Internetu na terenach wiejskich w Polsce. Stan na rok 2009. Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa, 26- 42.
Wilkin J, Nurzyńska I. (red.). 2010: Polska wieś 2010. Raport o stanie wsi. Wyd. Nauk. Scholar, Warszawa, 57-58.
 [www.agropraca.pl], 2011.
 [www.allegro.pl], 2011
 [www.aukcje.fm], 2011.
 [www.aukcjostat.pl], 2011.
 [www.aukcjusz.pl], 2011.
 [www.bazarek.pl], 2011.
 [www.eBayPoland], 2011.
 [www.gosale.pl], 2011.
 [www.kiermasz.pl], 2011.
 [www.swistak.pl], 2011.

Summary

The article analyzes the possibility of Internet use by businesses operating in rural areas. It focuses mainly on how to eliminate barriers of business growth. It indicates the potential of Internet in raising funds for business development, market expansion and search for workers. The statistics of Internet use in rural areas are also presented in the article.

Adres do korespondencji

dr inż. Anna Sieczko
 Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
 Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa
 ul. Nowoursynowska 166
 02-787 Warszawa
 tel. (22) 593 41 57
 e-mail: anna_sieczko@sggw.pl