

Marzena Wanagos

Rozwój turystyki w regionie w kontekście przedsiębiorczości i innowacyjności

Marketing i Zarządzanie (d. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu) nr 1 (47), 73-80

2017

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.

Marzena Wanagos

Akademia Morska w Gdyni
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa
e-mail: m.wanagos@wpit.am.gdynia.pl

Rozwój turystyki w regionie w kontekście przedsiębiorczości i innowacyjności

Kody JEL: L26, R58, Z32

Słowa kluczowe: rozwój turystyki, region, przedsiębiorczość, innowacyjność

Streszczenie. W artykule przedstawiono zagadnienie przedsiębiorczości i innowacyjności w odniesieniu do działalności turystyki w regionie. Celem artykułu jest pokazanie związku między pojęciami przedsiębiorczości i innowacyjności w działalności przedsiębiorstw i powiązanie tego zagadnienia z działalnością turystyczną w regionie. Przedstawiono również wyniki badania przeprowadzonego metodą sondażu diagnostycznego w województwie pomorskim na przedsiębiorstwach turystycznych. Z badania wynika, że przedsiębiorcy wykazują postawy przedsiębiorcze i innowacyjne, chętnie wprowadzają zmiany i udogodnienia w swoich firmach i chętnie korzystają ze wsparcia instytucji samorządu terytorialnego. Uważają, że współpraca między podmiotami jest jednym z podstawowych warunków wprowadzania innowacji i rozwoju regionu.

Wprowadzenie

W odniesieniu do działalności gospodarczej, przedsiębiorczość tłumaczy się jako organizowanie zasobów ekonomicznych w zyskowe przedsięwzięcia. Działania o charakterze przedsiębiorczym wiążą się z ryzykiem i nierutynowymi decyzjami, a skutki przejawiają się w postaci nowych produktów, form organizacji czy sposobów wytwarzania. Faktycznie postawa przedsiębiorcza może być utożsamiana z postawą innowacyjności.

Celem artykułu jest pokazanie związku pojęcia przedsiębiorczości i innowacyjności w odniesieniu do literatury i powiązanie tego zagadnienia z działalnością turystyczną w regionie. W artykule przedstawiono wyniki badania przeprowadzonego na przedsiębiorcach związanych z turystyką w województwie pomorskim. Celem badania była próba oceny postaw przedsiębiorców turystycznych w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności w regionie. Jako metodę przyjęto sondaż diagnostyczny przeprowadzony z wykorzystaniem techniki ankietowej. Najistotniejszym warunkiem przedsiębiorczości i innowacyjności okazała się współpraca podmiotów. Odpowiednie relacje między podmiotami z różnych sektorów, ale również przenikających się kompetencji gwarantują systematyczny rozwój turystyki. Turystyka jest bowiem działalnością, która ma na celu zaspokojenie potrzeb turysty. Turyści przebywający na obszarze konkretnego regionu mogą wykazywać bardzo zróżnicowane zapotrzebowanie na usługi i dobra.

Przedsiębiorczość i innowacyjność jako podstawa rozwoju

Innowacyjność jest najczęściej ściśle powiązana z przedsiębiorczością. Pisał już o tym J. Schumpeter, który postrzegał przedsiębiorczość jako wprowadzanie zmian innowacyjnych. W jego rozumieniu przedsiębiorczość polega na wprowadzaniu nowych wyrobów i metod, zdobywanie nowych rynków zbytu, wprowadzanie nowych kombinacji czynników produkcji oraz tworzenie nowych efektywniejszych sposobów organizacji działalności gospodarczej (Drucker, 1992). Traktowanie tych pojęć łącznie P. Drucker potwierdził w sformułowaniu, że innowacja jest specyficznym narzędziem przedsiębiorczości. W literaturze akcentowane są również często sformułowania I. Kirznera wskazujące, że przedsiębiorczość to postrzeganie i wykorzystywanie nowych szans. M. Bratnicki i J. Strużyna przypisują przedsiębiorczości pewne cechy procesu, w wyniku którego innowacja jest transformowana na możliwości rynkowe, albo tworzenie przewagi konkurencyjnej. Związek z innowacyjnością jest zatem zasadniczy (Bartnicki, Strużyna, 2001).

Innowacyjność w połączeniu z przedsiębiorczością jest podstawą rozwoju, bowiem dopiero ich połączenie daje możliwość tworzenia wymiernych korzyści gospodarczych. Transfer nowych rozwiązań dla biznesu wspomagany przez naukę, a także w dużej mierze przez samorządy, instytucje państwowe i UE nie wniesie w rozwój zbyt wiele bez odpowiednich postaw kreatywnych w biznesie (Szomburg, 2013). Zarówno innowacyjność, jak i przedsiębiorczość wymaga specyficznych cech osobowościowych. W innowacyjności potrzebna jest ponadprzeciętna zdolność do podejmowania ryzyka. Ryzyko jest też nieodłącznym „towarzyszem” przedsiębiorczości. Połączenie innowacyjności i przedsiębiorczości daje efekt wzmożonego podejmowania ryzyka. Stoi to w sprzeczności z poczuciem stabilizacji i bezpieczeństwa. Od odpowiednich postaw zależy

dlatego, jakie decyzje będą podejmowane. Istotne jest też to, aby te cechy odpowiednio były kształtowane a ich pobudzanie i utrwalanie wspomagane. Oprócz odpowiednich cech i predyspozycji osobowościowych, niezbędna jest w takiej sytuacji odpowiednia wiedza, która może zainspirować do działania. Do zdobywania wiedzy przedsiębiorca wykorzystuje zarówno studiowanie i badanie danego zjawiska, jak i obserwowanie zjawisk zachodzących w otoczeniu, kontakty czy rozmowy ze specjalistami. Na podstawie wiedzy inspirującej do szukania i wymyślania nietypowych rozwiązań powstają najlepsze pomysły na biznes. D.J. Skyrnie sformułował 10 trendów zarządzania wiedzą i wskazał, że w konsekwencji prowadzi ona do zarządzania innowacjami (Skyrnie, 1999). Przedsiębiorczość i innowacyjność nie powinny więc być traktowane jako zagadnienia odrębne. Dopiero ich połączenie daje możliwość realnych zmian i rozwoju, zarówno w kontekście przedsiębiorstwa, jak i całego regionu.

Dużą rolę w kształtowaniu postaw opartych na innowacyjności i przedsiębiorczości odgrywa proces zdobywania wiedzy i rozwój kreatywnego myślenia młodego człowieka, ale również wsparcie, jakie może dać administracja publiczna. Warto wspomnieć, że przedsiębiorczość ma swój wyraźny aspekt globalny, regionalny i lokalny. Mówi się więc o przedsiębiorczości regionalnej i lokalnej związanej z konkretnym terytorium (John, 2001). Innowacje dotyczą również wprowadzania nowych rozwiązań miejscowości i regionów (Kotylak, Egri, 2014). Warunkiem występowania takiej przedsiębiorczości jest tworzenie środowiska przedsiębiorczości, utożsamianej z innowacyjnym środowiskiem przedsiębiorczości. Proces ten oparty jest na współpracy i partnerstwie sektora prywatnego, publicznego i społecznego (Wanagos, Smalec, Małachowski, 2017; Smalec, 2011; Sołtysik, 2013). Sektor prywatny może być wspierany przez sektor publiczny. Takie wsparcie może polegać na tworzeniu parków technologicznych, inkubatorów, centrów transferu technologii, Z bardzo różnorodnymi zadaniami – od udostępniania powierzchni biurowych, laboratoriów, po świadczenie usług (doradczych, rachunkowych czy marketingowych), często nieodpłatnie lub po preferencyjnych cenach (Wanagos, 2014). Zasadniczym zadaniem administracji publicznej w zakresie wspierania innowacyjności i przedsiębiorczości jest tworzenie współpracy, wymiany doświadczeń i wiedzy. Jednym z zadań jest również wsparcie finansowe. Wsparcie finansowe oparte jest głównie na środkach pochodzących z Unii Europejskiej, której innowacyjność jest jednym z priorytetowych obszarów. Środki przeznaczone na działania innowacyjne z roku na rok są większe. Celem tego działania jest wzmocnienie konkurencyjności Unii Europejskiej w skali światowej.

Przedsiębiorczość i innowacyjność jest główną siłą napędową rozwoju ekonomicznego regionu, bowiem wzrost efektywności i konkurencyjności regionu jest skutkiem zachowań przedsiębiorczych i wdrażania innowacji (zarówno technologicznych, jak i organizacyjnych) (Małachowski, 2015). Dyna-

mika wewnętrzna rozwoju regionu, kooperacja podmiotów, zdolność do dyfuzji innowacji są podstawowymi czynnikami rozwoju regionalnego (Kizielewicz, 2016). Z punktu widzenia samorządu terytorialnego wspieranie przedsiębiorczości i innowacyjności wpisuje się doskonale w koncepcję Unii Europejskiej (Studzeniecki, 2016), ale umożliwia przede wszystkim znaczące wykorzystanie potencjału lokalnego i dynamizowanie rozwoju.

Turystyka w rozwoju regionalnym

Turystyka jest działalnością interdyscyplinarną i jej rozwój należy wiązać z wieloma dziedzinami życia regionu. Do obsługi ruchu turystycznego niezbędne są bowiem podmioty *sensu stricto* turystyczne jak obiekty noclegowe, biura podróży czy atrakcje turystyczne, ale również te, z których turysta korzysta, a nie zostały stworzone tylko dla niego. Do takich podmiotów można zaliczyć te związane z transportem, rekreacją, kulturą czy gastronomią. Rozwój turystyki zależy od aktywności wielu podmiotów w regionie i możliwości ich współpracy. Turystyka może też być siłą napędową wielu aktywności w regionie i pobudzania tożsamości regionalnej. To, co oryginalne i niepowtarzalne zawsze będzie siłą przyciągającą turystę. Turystyka sprzyja zatem rozwojowi lokalnych kultur czy produkcji lokalnej żywności.

W kontekście gospodarczym turystyka często pobudza kreatywność mieszkańców i umożliwia aktywność wielu podmiotom. Innowacyjność i przedsiębiorczość ma tu szczególne znaczenie, gdyż pozwala tworzyć rzeczy nowe, niepowtarzalne i czerpać z nich korzyści. Z drugiej zaś strony jednym z podstawowych czynników ograniczających rozwój turystyki może być brak aktywności mieszkańców, brak postaw otwartych na zmiany, nowości i brak odwagi do podejmowania ryzyka. Turystyka, jak każda inna dziedzina rozwija się dynamiczniej tam, gdzie innowacyjność i przedsiębiorczość jest widoczna.

Innowacją w turystyce regionu może być zarówno stworzenie oryginalnego produktu turystycznego (np. parki rozrywki, wioski tematyczne), jak i stworzenie profesjonalnego otoczenia marketingowego (np. organizacja usług czy infrastruktury wokół obiektów i ich promocja). Innowacją może być nowy produkt turystyczny, ale także jego unowocześnienie, zmiana sposobu prezentacji, czy organizacji (Nuszkiewicz, Roman, 2013). Brak takich inicjatyw powoduje nie tylko spowolnienie czy zanik rozwoju turystyki na danym obszarze, ale również sprzyja przejściu turystów przez inne bardziej konkurencyjne obszary, gdzie aktywność mieszkańców jest większa.

W kontekście rozwoju turystyki w regionie problem innowacyjności i przedsiębiorczości staje się zatem kluczowy.

Metoda i analiza badania

Celem przeprowadzonego badania była próba oceny postaw przedsiębiorców turystycznych w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności w regionie. Głównym problemem było to, czy przedsiębiorcy wykazują aktywność w zakresie wprowadzania innowacji, i czy, oraz w jakim zakresie korzystają ze wsparcia innych instytucji dla celów rozwojowych. Na bazie uzyskanych wyników można było odpowiedzieć na pytania m.in.: z jakich form wsparcia w zakresie wprowadzania innowacji korzystają przedsiębiorcy, czy chętnie współpracują i jak oceniają współpracę z innymi podmiotami, jakiego rodzaju innowacje wprowadzają do swojej działalności, jakie przeszkody w zakresie innowacyjności i przedsiębiorczości regionu dostrzegają.

Jako metodę przyjęto sondaż diagnostyczny przeprowadzony z wykorzystaniem techniki ankietowej. Kwestionariusz składał się z 12 pytań (otwartych oraz zamkniętych z różnymi kafeteriami odpowiedzi). Do poniższej analizy przyjęto pięć pytań, które miały zrealizować postawiony wcześniej cel. Przeanalizowano takie elementy badania, jak: chęć wprowadzania innowacji w przedsiębiorstwie, wiedza przedsiębiorstw na temat wsparcia przez samorząd terytorialny, rodzaje oferowanej pomocy przez samorząd terytorialny, bariery przedsiębiorczości i innowacyjności w regionie, jakie innowacje wprowadzają w swoich przedsiębiorstwach.

Zastosowano dobór celowy – wybrano grupę przedsiębiorców zlokalizowanych w województwie pomorskim. Badaniami objęto 132 przedsiębiorstwa działające w usługach hotelarskich, gastronomicznych, transportu osób i biur podróży. Doboru próby dokonano z operatu losowania, jakim była liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych. Błąd oszacowania to 3%, zaś liczebność grupy ustalono na $n = 61$. Na przełomie października i listopada 2014 roku przeprowadzono badanie sondażowe. Kwestionariusz ankiety, po wcześniejszej rozmowie telefonicznej został przekazany respondentom do wypełnienia drogą elektroniczną. Wskaźnik udzielenia odpowiedzi zmieścił się w przedziale 1–3%.

W badaniu wzięło udział 65% przedsiębiorstw hotelarskich, 17% przedsiębiorstw gastronomicznych, 10% biur podróży i 8% przedsiębiorstw o charakterze transportowym. 66% prowadzi działalność co najmniej 10 lat, 22% dłużej niż 5 lat a krócej niż 10 lat, 12% to przedsiębiorcy prowadzący działalność nie dłużej niż 5 lat. Jeśli chodzi o wielkość zatrudnienia, to przeważają przedsiębiorstwa do 10 osób (87%), tylko 13% stanowiły przedsiębiorstwa większe zatrudniające powyżej 10 osób.

Badane przedsiębiorstwa w większości wyraziły chęć wprowadzania innowacji w przedsiębiorstwie (87%), zaledwie 7% respondentów nie chciało wprowadzania innowacji, wykazując obojętny stosunek do problemu, a 6% nie miało na ten temat zdania.

Analizowane przedsiębiorstwa zauważają działania samorządów w zakresie wspierania przedsiębiorczości i innowacyjności. Wynika to prawdopodobnie z szerokiej promocji programów prorozwojowych związanych z polityką Unii Europejskiej. Okazuje się, że zdecydowany odsetek ma pełną świadomość co do działań samorządów i wspierania przedsiębiorców (87%). Tylko 4% respondentów nie miało żadnej wiedzy na ten temat, natomiast aż 32% (mimo wiedzy) nie wykazuje zainteresowania działaniami samorządów. Zauważalne są głównie działania dotyczące rozbudowy infrastruktury, doradztwa czy szkolenia (w sumie 56% wszystkich odpowiedzi). Najwięcej osób z badanej grupy skorzystało z doradztwa i wsparcia finansowego, głównie korzystając z preferencyjnych funduszy i kredytów.

Zagadnieniem branym pod uwagę w badaniu były także bariery innowacyjności i przedsiębiorczości, na które napotkają przedsiębiorcy. Było to pytanie otwarte, aby respondenci nie musieli sugerować się podanymi odpowiedziami. W związku z tym mogli wpisywać w kwestionariusz dowolną liczbę odpowiedzi. Najczęściej wskazywali na brak współpracy i brak wymiany informacji między podmiotami w regionie (78%). Narzekali także na brak badań dotyczących wielu zagadnień, które umożliwiłyby zmniejszenie ryzyka podejmowanych decyzji (56%). Wielu respondentów wskazało, że w regionie brakuje tematycznych spotkań biznesowych, które mogłyby poszerzyć możliwości współpracy i zainicjować nowe pomysły (23%). Jako barierę przedsiębiorczości i innowacyjności podawali również niechęć do podejmowania ryzyka (35%), niedostateczne środki finansowe (30%) oraz obawę przed nadmierną biurokracją (28%). Respondenci wpisali jeszcze takie odpowiedzi, jak: brak czasu, w związku z prowadzoną działalnością, brak dobrze wykwalifikowanych pracowników, którzy mogliby podjąć temat, brak inicjatyw współpracy innych podmiotów. Zaledwie 7% respondentów stwierdziło, że stan aktualny im odpowiada i nie chcieliby wprowadzać zmian, co świadczy o braku postawy przedsiębiorczości.

Do najczęściej wprowadzanych zmian przez badane przedsiębiorstwa należą zmiany organizacyjne dotyczące usprawnień podziału pracy i poszerzenia działalności. Dotyczą one większych przedsiębiorstw. Innowacje techniczne według badanych wprowadzane są na bieżąco, w zależności od możliwości finansowych – dotyczą głównie modernizacji obiektów, sprzętu i urządzeń oraz informatyki.

Podsumowanie

Problematyka przedsiębiorczości i innowacyjności jest rozpatrywana w literaturze przedmiotu od dłuższego czasu. Kojarzenie tych dwóch pojęć wydaje się być logiczne i uzasadnione. Do nowszych nurtów w zakresie tematyki przedsiębiorczości i innowacyjności należy kontekst poszerzania wiedzy i doświadczeń

oraz współpracy podmiotów o różnych kompetencjach. Szczególnie istotne jest to wówczas, gdy dotyczy to spojrzenia globalnego, regionalnego czy lokalnego.

W rozwoju regionalnym, przy rozpatrywaniu jednego z wielu obszarów działalności gospodarczej, jakim jest turystyka, widoczne są trudności związane ze współpracą podmiotów czy wymianą informacji, co mogłoby skutkować zwiększeniem aktywności podmiotów gospodarczych, czyli wzmocnieniem przedsiębiorczości i innowacyjności. Przedstawione w artykule wyniki badania pokazują, jak istotną rolę odgrywa współpraca międzysektorowa (sektora prywatnego, publicznego i społecznego) w dynamizowaniu rozwoju regionu. Turystyka jest szczególnie wrażliwa na to, jakie stosunki między podmiotami występują na rynku lokalnym czy regionalnym.

Duży nacisk w polityce regionalnej rozwoju turystyki, jak pokazało przeprowadzone badanie, powinno położyć się na tworzenie dobrych relacji między podmiotami i efektywny przepływ informacji.

Bibliografia

- Bratnicki, M., Strużyna, J. (2001). *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Drucker, R. (1992). *Innowacyjność i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- John, P. (2001). *Local Governance in Western Europe*. London: Thousand Oaks.
- Kizielewicz, J. (2016). Trudności samorządów terytorialnych w Polsce w procesie planowania rozwoju regionalnego. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 417, 46–54.
- Kotyłak, S., Egri, M. (2014). Compararive analysis of cultural and creative industries in selected cities in Turkey and Poland. W: N. Drelukiewicz, A. Memepel-Śnieżyk, A. Sokół, A. Sołoma (red.), *Market in the modern economy – management – processes* (s. 73–80). Bratysława: Kartprint.
- Małachowski, K. (2015). Dylematy konkurencyjności regionalnej – zarys problemu. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 881. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 118, 225–235.
- Nuszkiewicz, K., Roman, M. (red.). (2013). *Innowacje w rozwoju turystyki*. Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego.
- Skyrnie, D.J. (1999). *Knowledge networking. Creating the collaborative enterprise*. Oxford: Taylor & Francis.
- Smalec, A. (2011). Znaczenie partnerstwa publiczno-prywatnego dla rozwoju regionu. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 682. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 76, 231–244.
- Sołtysik, M. (2013). *Uwarunkowania i modele międzysektorowej polityki turystycznej w podmiejskich gminach Legnicy i Wrocławia*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego.
- Studzienicki, T. (2016). The development of cross-border cooperation in an EU macroregion – a case study of the Baltic Sea Region. *Procedia Economics and Finance*, 39, 235–241.
- Szomburg, J. (2013). Innowacyjność i przedsiębiorczość bez siebie żyć nie mogą. *Pomorski Przegląd Gospodarczy*, 4 (59).
- Wanagos, M. (2014). Wsparcie rozwoju lokalnego przez działania marketingowe władz samorządowych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 824. *Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 35, 109–117.

Wanagos, M., Smalec, A., Małachowski, K. (2017). Local government activities relating to local entrepreneurship by tourism entities in the Pomeranian Voivodeship. W: *20th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Sborník příspěvků, Kurdějov. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-8587-2017-91.

The Development of Tourism in the Region in the Context of Entrepreneurship and Innovation

Keywords: tourism development, region, entrepreneurship, innovation

Summary. The paper presents the topic of entrepreneurship and innovation in relation to tourism in the region. The aim of the paper is to show the relationship between entrepreneurship and innovation in business and to link this issue with tourism in the region. The results of the diagnostic survey conducted in the Pomorskie Voivodeship are also presented. The study shows that entrepreneurs show entrepreneurial and innovative attitudes, willingly introduce changes and facilities in their companies and are eager to benefit from the support of local government institutions. They consider that cooperation between actors is one of the basic conditions for innovation and development of the region.

Translated by Marzena Wanagos

Cytowanie

Wanagos, M. (2017). Rozwój turystyki w regionie w kontekście przedsiębiorczości i innowacyjności. *Marketing i Zarządzanie*, 1 (47), 73–80. DOI: 10.18276/miz.2017.47-07.