

Maria Dębniowska

Regionalne aspekty rozwoju przedsiębiorstw turystycznych

Ekonomiczne Problemy Usług nr 34, 281-287

2009

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.

MARIA DĘBNIEWSKA

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

REGIONALNE ASPEKTY ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH

Wprowadzenie

Region Warmii i Mazur wyróżnia się szczególnymi walorami przyrodniczymi pod względem bogactwa i różnorodności środowiska przyrodniczego. Są tu liczne jeziora, zwarte kompleksy leśne, urozmaicona rzeźba terenu i czyste powietrze. Wyróżnione tu zostały obszary przyrody o szczególnym znaczeniu europejskim. W ramach sieci Natura 2000, w 2005 roku ustanowiono 12 obszarów specjalnej ochrony ptaków, 8 obszarów ochrony siedlisk, których łączna powierzchnia zajmuje ponad 20% powierzchni województwa. Wymienione walory przyrodnicze regionu predystynują do tego, aby na tym terenie podejmować działalność turystyczną. Rozwój turystyki na obszarach wiejskich i małych miast od dłuższego już czasu podejmowany przez małe przedsiębiorstwa stał się koniecznością, głównie z przyczyn ekonomicznych. Niskie dochody z pracy i pogarszające się warunki materialne mieszkańców, wyzwały u nich inicjatywę podejmowania nowej działalności – produkcyjnej, przetwórczej, usługowej, w oparciu o istniejące naturalne zasoby. Podejmowane nowe inicjatywy gospodarcze początkowo odnosiły się do najaktywniejszych, jak też najbardziej ryzykownych. Każda decyzja w tym zakresie obarczona była ryzykiem, które wynikało z wielu niewiadomych. Ta niepewność gospodarcza dotyczyła popytu na produkty mające charakter turystyczny, konkurencji, poziomu cen, obciążeń podatkowych itp. Początkowo usługi turystyczne były realizowane w niewielkim zakresie, z wykorzystaniem obiektów poddanych renowacji, bądź adaptacji. Stopniowo zwiększała się liczba usługodawców, jak też przyjeżdżających turystów, w wyniku tych zmian zaczęły powstawać inne małe firmy zajmujące się handlem, przetwórstwem, usługami (naprawa samochodów, stacje benzynowe i inne).

Głównym celem podjętych badań była ocena stanu rozwoju turystyki na terenie województwa warmińsko-mazurskiego, ze szczególnym uwzględnieniem mikro i małych przedsiębiorstw. Dodatkowym celem jaki postawiono, było poszukiwanie odpowiedzi na pytanie: czy i w jaki sposób władze lokalne wspierają rozwój przedsiębiorczości na swoim terenie?

W badaniach wykorzystano materiały i dane opracowane przez Urząd Statystyczny w Olsztynie. Pozostały materiał pochodzi z własnych opracowań, popartych szczegółowymi badaniami. W opracowaniu zebranego materiału posłużono się metodą analizy, porównując dane charakteryzujące pewien stan do okresów wcześniejszych, aby uchwycić kierunek i tempo zmian.

Turystyka jako zjawisko społeczno-gospodarcze

Turystyka, a właściwie jej rozwój, może przyczynić się do podniesienia wzrostu gospodarczego regionu, jak też znaczenia na rynku lokalnym, krajowym, a nawet europejskim. Ta forma działalności gospodarczej została uznana za podstawowy kierunek rozwoju obszarów cennych przyrodniczo, w tym obszarów wiejskich, który ogranicza bezrobocie, tworzy rynki zbytu, jest źródłem dochodu ludności, wzmacnia budżety lokalne, tworzy „efekt mnożnikowy” w gospodarce. Czynnikiem wpływającym na efektywność ekonomiczną turystyki, jest wprowadzanie na rynek wciąż nowych produktów, aby zaspokoić potrzeby turystów. Do niedawna turystykę kojarzono w Polsce z regeneracją sił człowieka i przymusową realizacją wypoczynku przez zakłady pracy. Dziś turystyka jest postrzegana jako zjawisko ekonomiczne – działalność gospodarcza. Działalność ta ma na celu tworzenie źródeł dochodu w sferze obsługi gości (turystów). Turystyka powoduje powstanie nowych dziedzin usługowych i wytwarzanie nowych produktów. Działalność ta wpływa również na wielkość i strukturę wydatków ludności, powoduje transfer osób i transfer środków płatniczych, których realizacja następuje nie w miejscu ich zarobkowania, lecz w miejscu pobytu turystycznego.

W aspekcie ekonomicznym turystyka jest traktowana jako dziedzina działalności gospodarczej, dla której szczególnie ważne jest istnienie rynku, jako mechanizmu koordynującego zetknięcie się popytu z podażą dóbr¹.

Jedną z najbardziej rozpowszechnionych form turystyki na obszarach wiejskich jest turystyka wiejska, w tym agroturystyka. Obie te formy turystyki zapewniają turystom ciszę, odpoczynek czynny w naturalnym środowisku. Za wiejską turystykę można uznać tę, która odbywa się na obszarach wiejskich, jest dostosowana do istniejących tam warunków i racjonalnie wykorzystuje naturalne zasoby miejscowe. Jej rozwój opiera się na zasobach naturalnych, historycznych i kulturalnych danego obszaru, angażowaniu różnych podmiotów spośród społeczności oraz zintegrowaniu turystyki z innymi aspektami rozwoju społecznego i gospodarki lokalnej².

Agroturystyka jest działalnością realizowaną w gospodarstwach rolnych. Prowadzona jest w oparciu o istniejące zasoby naturalne, niewykorzystane pomieszczenia lokalowe

¹ U. Szubert-Zarzeczny, *Turystyka w procesie przekształceń systemowych w Polsce*, Wyd. Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 1996, s. 42.

² W. Gaworecki, *Turystyka*, Wyd. PWE, Warszawa 2003, s. 41.

lub zabudowania gospodarcze, a przede wszystkim czynnik pracy. Zasoby pracy żywej w gospodarstwach rolnych są wysokie, a zatem efektywność ich wykorzystania jest stosunkowo niska. W oparciu o istniejący potencjał pracy i środki materialne, agroturystyka rozwija się dość dynamicznie, zwiększa się liczba obiektów, asortymentowość produktów turystycznych oraz jakość warunków pobytu turystów. Rozwój tej działalności jest widoczny nie tylko w tym regionie, ale również w innych województwach na terenie Polski. Z rozwojem turystyki wiejskiej łączy się tworzenie i unowocześnienie infrastruktury technicznej i społecznej na wsi. Powoduje to z kolei zmniejszenie izolacji ludności wiejskiej, czyniąc zarazem tę społeczność bardziej postępową, nowoczesną i otwartą. Głównym motywem podejmowania usług turystycznych przez samych rolników, jak też pozostałych mieszkańców wsi, jest uzyskanie dochodu. Aby turystyka mogła się rozwijać, skala zainteresowań ze strony usługodawców, jak i usługobiorców powinna postępować w podobnym rozmiarze ilościowym i jakościowym. Do tego potrzebne jest środowisko nie tylko przyrodnicze, ale i splot sprzyjających warunków – korzystne uregulowania prawne, dostęp na korzystniejszych warunkach do kredytów bankowych, bądź pożyczek z innych źródeł, pomoc fachowa ze strony instytucji zajmujących się turystyką i współpraca sektora małych i średnich firm zajmujących się świadczeniem usług turystycznych z samorządem terenowym, gdzie te podmioty funkcjonują. Dzięki większym wpływom z turystyki, wzrosną także dochody z podatków do budżetu gminy. Firmy turystyczne powinny uzyskiwać wsparcie finansowe i instytucjonalne od jednostek samorządu terytorialnego. Od aktywności tej jednostki będzie m.in. zależało świadczenie usług informacji turystycznej (w tym oznakowanie atrakcji turystycznych, szlaków oraz współpraca z branżą i organizacjami turystycznymi), utrzymanie infrastruktury lokalnej, komunikacji miejskiej, porządku i bezpieczeństwa, dostęp do tzw. mediów (woda, energia, ciepło)³.

Podmioty działające na lokalnym rynku turystycznym powinny ze sobą zarówno konkurować, jak też kooperować dążąc do poprawy istniejącego standardu obsługi turystów. W wyniku tych procesów możliwe byłoby częściowe chociażby obniżenie kosztów transakcyjnych między zaangażowanymi podmiotami, przyczyniając się w ten sposób do podniesienia efektywności ekonomicznej i powstawania nowych, bądź poszerzania zakresu działania istniejących firm.

Środowisko lokalne i turystyka

Prawie każde środowisko ma warunki do rozwoju turystyki. Niektóre obszary rozwinięły przemysł turystyczny, a niektóre mają potencjalne możliwości do jego rozwoju, ale jeszcze tego nie zrobili. Niektórą turystyka już przynosi korzyści, na które składają się: sprzedaż jedzenia, wynajem pokoi i sprzedaż innych pakietów usług. Każdy region powi-

³ A. Panasiuk, *Obszary współpracy samorządu terytorialnego i przedsiębiorstw turystycznych*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Ekonomiczne Problemy Usług, nr 1, Szczecin 2006, s. 95.

nien zwiększać zakresu turystyki lub rozpocząć tę działalność. Jest to uzależnione od wielu rzeczy, np. trzeba najpierw zainteresować ludzi turystyką, a potem poznać zainteresowania ludzi danego rejonu i potrzeby gości korzystających z tego rodzaju usług.

Często stawiamy sobie pytanie o związek między korzyściami z turystyki prowadzonej przez małe podmioty gospodarcze, a korzyściami w ogóle. Jak już wcześniej było wspomniane, ekonomiczna korzyść jest czynnikiem motywującym do rozpoczęcia działalności, natomiast korzyści w sensie ogólnym mają swój wymiar w tym, że dana miejscowość staje się sławna, przyciąga na ten teren bardzo różnych turystów. A zatem, korzyści w turystyce można rozpatrywać w trzech obszarach: społeczno-kulturowym, ekonomicznym i infrastrukturalnym. Głównymi motywami do podjęcia działalności są: brak zatrudnienia, możliwość zatrudnienia osób nawet z małymi kwalifikacjami, sprawdzenie swoich możliwości w małym biznesie. Te i inne przyczyny, aby zachęcić innych lub samemu podjąć tę działalność, powodują, że następuje ożywienie gospodarcze, które przekłada się na dochody i ogólny rozwój regionu. Podłoże do tego rodzaju działań może odnosić się do pojedynczych przypadków lub ogólnych zgłaszanych potrzeb przez środowisko, bądź urzędy sprawujące władzę na tym terenie.

Rozwój przedsiębiorczości produkcyjno-usługowej przyczyni się także do zwiększenia dochodów w placówkach bankowych, punktach pralniczych, zakładach krawieckich, fryzjerskich i innych oraz w budżecie gminnym, co pozwoli tej jednostce publicznej podjąć niezbędne inwestycje, chociażby związane z poprawą infrastruktury technicznej. Oprócz korzyści wymiernych w pieniądzu, można dostrzec też inne pozytywne zmiany, np. organizowanie spotkań z ciekawymi ludźmi, wymiana doświadczeń, czy też uczestnictwo w kursach, szkoleniach, celem nabycia nowych umiejętności.

Korzyści o charakterze infrastrukturalnym sprowadzają się do większej dbałości o środowisko, które staje się coraz bardziej przyjazne gościom, jak też do lepszego wykorzystania starych obiektów, takich jak: zamki, pałace, wiatraki i inne.

Finansowanie działalności turystycznej prowadzonej przez mikro i małe przedsiębiorstwa

Działalność turystyczna ze względu na szereg korzyści przynoszących regionowi, często uważana jest przez niektóre osoby jako motor rozwoju gospodarczego. Rozwój turystyki zależy od wielu czynników, jednym z nich, może najważniejszym, jest zabezpieczenie w kapitał finansowy. W zdecydowanej większości firm, kapitał własny jest niewielki, aby pokryć niezbędne potrzeby inwestycyjne. A zatem pozostaje do zdobycia kapitał z zewnątrz, na zasadzie zwrotności, po opłaceniu kosztu dysponowania tymi środkami. W połowie lat 90. powstała możliwość dofinansowania działalności tej ze środków w ramach programów pomocowych UE, początkowo ze środków PHARE Program Rozwoju Turystyki TOURIN. Jego realizacja podzielona była na trzy edycje: TOURIN I – okres realizacji 1992–1996, TOURIN II – okres realizacji 1994–1996, TOURIN III – okres realizacji

1998–2003. Program TOURIN III składał się z czterech komponentów: utworzenie Polskiej Organizacji Turystycznej; strategia marketingowa – szkolenie; wdrożenie strategii marketingowej; Fundusz Dotacji Lokalnych. Realizowane projekty skierowane były na szkolenia, kursy dla bezrobotnych, przedsiębiorców, pracowników firm z zakresu przedsiębiorczości, w tym również odnoszącej się do turystyki i agroturystyki. Od 2004 roku Polska korzysta ze środków funduszy strukturalnych, jednym z nich jest Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego, w ramach którego priorytetowo traktowane były projekty dotyczące modernizacji i rozwoju infrastruktury technicznej i społecznej, wpływającej na wzrost potencjału regionu.

W priorytecie 1: Rozbudowa i modernizacja infrastruktury służącej wzmocnieniu konkurencyjności regionów, uwzględniono działanie: Rozwój turystyki i kultury, którego zakres określono następująco:

- wzrost znaczenia kultury i turystyki jako czynników stymulujących rozwój społeczno-gospodarczy regionów,
- ułatwienie dostępu do obiektów kultury i turystyki, m.in. poprzez rozbudowę infrastruktury i rozwijanie informacji kulturalnej i turystycznej,
- wydłużenie sezonu turystycznego,
- zwiększenie turystyki zagranicznej i krajowej poprzez wzrost konkurencyjności regionalnych produktów turystycznych⁴.

Według prezes Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki, w latach 2007–2013 Polska otrzymała z Unii Europejskiej około 30 mln euro na promocję turystyki oraz 165 mln euro na dofinansowanie inwestycji turystycznych. Dużą barierą dla korzystania z tych funduszy jest brak wkładów własnych, niezbędnych do uzyskania finansowania oraz utrudnienia natury biurokratycznej. W latach 2007–2013 województwo warmińsko-mazurskie realizuje program operacyjny przez Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, w ramach którego realizuje zadania dotyczące turystyki. Oprócz środków z UE, jakie mogą otrzymać firmy zajmujące się sprzedażą produktów turystycznych, są jeszcze inne możliwe źródła finansowania, do których zalicza się kredyt bądź pożyczkę z banku lub z innego źródła. Ale i tu małe przedsiębiorstwo napotyka na pewne trudności (bariery finansowe), do których można zaliczyć: trudności w ocenie sytuacji ekonomiczno-finansowej, wysokie koszty kredytu, często brak zabezpieczeń oraz pracochłonne procedury związane z otrzymaniem kredytu bankowego. Kapitałem łatwiej dostępnym dla małych firm są pożyczki z funduszy pożyczkowych. Na polskim rynku funkcjonuje 76 funduszy, które na koniec 2007 roku dysponowały kapitałem pożyczkowym o wartości 813,5 mln zł, zaś od początku swej działalności udzieliły 152 tys. pożyczek, o wartości blisko 2 mld 400 mln zł⁵. Kwota pożyczki dla małych firm może wynosić od kilkunastu do kilkuset tysięcy złotych (standardowo do

⁴ A. Bagińska, *Finansowanie rozwoju turystyki ze środków Unii Europejskiej*, [w:] *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, M. Jalinik (red.), Wyd. EKO PRESS, Białystok 2006, s. 278.

⁵ B. Bartkowiak, *Pożyczka z funduszu*, Raport specjalny – Bank 2008, s. 8–9.

120 tys. zł), z przeznaczeniem na cele inwestycyjne, jak i obrotowe. Okres finansowania wynosi maksymalnie 7 lat, z możliwością karencji w spłacie kapitału do jednego roku. Od 1 stycznia 2008 roku oprocentowanie pożyczki wynosiło 6,42% w skali roku.

Baza turystyczna w regionie Warmii i Mazur

Podstawowym elementem infrastruktury turystycznej, zaspokajającej potrzeby turystów jest baza noclegowa. W 2007 roku w województwie warmińsko-mazurskim do dyspozycji turystów pozostawało 371 obiektów zbiorowego zakwaterowania, w tym 198 całorocznych. Od 2003 roku ich liczba wzrosła o 39 obiektów (10,5%). W strukturze obiektów noclegowych największy udział stanowiły hotele (23,5%) i ośrodki wczasowe (15,1%). Województwo pod względem liczby obiektów zbiorowego zakwaterowania plasuje się na siódmym miejscu w kraju. Jeśli chodzi o miejsca noclegowe, to ich liczba w 2007 roku w stosunku do 2003 roku wzrosła o 47,8%. Niepokojący jest natomiast wskaźnik wykorzystania miejsc noclegowych w 2007 roku, nieco niższy jest jedynie w województwach: wielkopolskim, lubuskim i opolskim.

W 2007 roku funkcjonowało w tym województwie 869 kwater agroturystycznych, w tym 597 całorocznych z 8164 miejscami noclegowymi dla turystów oraz 649 pokoi gościnnych (372 całoroczne) z 6129 miejscami do noclegu. Liczba zarejestrowanych kwater agroturystycznych zwiększyła się o 527 obiektów, liczba miejsc noclegowych o 5134, przybyło 476 pokoi gościnnych, a w nich 4037 miejsc noclegowych (pod względem kwater agroturystycznych województwo zajmuje trzecie miejsce w kraju). Z noclegów w obiektach turystycznych zbiorowego skorzystało w 2007 roku 869 tys. osób, w porównaniu do 2003 roku jest to wzrost o 22,6%.

Zakończenie

Bogactwo i różnorodność środowiska przyrodniczego składają się na wizerunek obszaru atrakcyjnego turystycznie. Zostały tu wyróżnione obszary o szczególnym znaczeniu europejskim. W przypadku turystyki wiejskiej wymiar środowiska ma znaczenie podstawowe.

Istnieje wiele możliwości dofinansowania rozwoju turystyki: fundusze, kredyty bankowe, pożyczki z funduszy pożyczkowych, dotacje z funduszy ochrony środowiska i inne. Rzeczą bezsporną jest konieczność dofinansowania infrastruktury turystycznej i paraturystycznej w regionie, na co dużą szansą mogą być środki unijne. Pomimo różnorodności instrumentów finansowych, z których mogą korzystać przedsiębiorcy, to dostęp do większości z nich jest trudny, szczególnie dla mikro i małych przedsiębiorstw. Z konieczności ograniczają oni zakres inwestycji do minimum. Utrudnienia w dostępie do kapitału są widoczne w niewielkim wzroście ilościowym przedsiębiorstw podejmujących się działalno-

ści na rzecz turystów. Te i inne elementy mogą spowolnić zainteresowania działalnością turystyczną.

Lokalne i regionalne władze samorządowe widzą potencjał tej grupy przedsiębiorstw. Bardzo duża część samorządów chce realizować swoje cele rozwojowe przez rozwój działalności turystycznej. Podejmowane działania mają z reguły charakter pośredni, który przejawia się w tworzeniu klimatu inwestycyjnego dla rozwoju przedsiębiorczości oraz realizacji inwestycji towarzyszących o charakterze infrastrukturalnym.

REGIONAL ASPECTS OF TOURIST ENTERPRISES DEVELOPMENT

Summary

Warmia and Mazury Region is characterized by large tourist capability. The region can become one of the most attractive place for recreation if small business gets financial support in form of outside capital. Outside financing funds are important to entrepreneurs when it is hard to get a bank loan due to nonsufficient ownership capital. Guaranty funds can provide additional financial support to entrepreneurs by declaration of guarantee.