

**Jan Sikora, Agnieszka
Wartecka-Ważyńska**

**Przedsiębiorczość czynnikiem
rozwoju potencjału turystycznego na
obszarach wiejskich**

Ekonomiczne Problemy Usług nr 53, 571-586

2010

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.

JAN SIKORA

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

AGNIESZKA WARTECKA-WAŻYŃSKA

Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ CZYNNIKIEM ROZWOJU POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO NA OBSZARACH WIEJSKICH

Wprowadzenie

Obszary wiejskie w kraju charakteryzują się wieloma nierozwiązanymi problemami. Między innymi zaliczyć do nich należy: duże bezrobocie, niską dochodowość gospodarstw rolnych, ograniczony rynek pracy (brak pozarolniczych miejsc pracy), trudny dostęp do edukacji, niski stopień specjalizacji gospodarstw rolnych, rozdrobnioną ich strukturę obszarową. Zła sytuacja występuje w ochronie środowiska naturalnego, w infrastrukturze techniczno-użytkowej i społecznej wsi. Zagrożeniem dla rozwoju obszarów wiejskich są: nadmiar niewykwalifikowanej siły roboczej, niski poziom wykształcenia mieszkańców i ich niska aktywność społeczna.

Polskie obszary wiejskie mają też mocne strony. Należy do nich zaliczyć: znaczne zasoby ziemi i przyrody, interesujące dziedzictwo kulturowe, korzystną strukturę wiekową ludności wiejskiej i jej gotowość do podejmowania działalności pozarolniczej przy odpowiednim wsparciu finansowym i merytorycznym. Sytuacja społeczno-gospodarcza na obszarach wiejskich z jednej strony wskazuje na zapóźnienie w rozwoju gospodarczym, ale z drugiej strony – na znaczący potencjał rozwojowy, którego efektywne wykorzystanie może sprzyjać tworzeniu korzystnych warunków dla wielokierunkowego rozwoju wsi, w tym rynku usług turystycznych.

Celem artykułu jest zwrócenie uwagi właśnie na rozwój turystyki na terenach wiejskich – jako jednej z możliwości kształtowania strategii wielofunkcyjnego rozwoju tych obszarów. W artykule wskazano na podstawowe zasoby potencjału

turystycznego wsi, w tym przede wszystkim na potrzebę uwzględnienia przedsiębiorczości indywidualnej i zbiorowej mieszkańców wsi. Przedsiębiorczość została potraktowana jako istotny element potencjału rozwojowego wsi.

Artykuł ma charakter literaturowy. Wykorzystano w nim odpowiednią literaturę przedmiotu, uwzględniającą jakościowe i ilościowe wartości zasobów składających się na potencjał turystyczny obszarów wiejskich.

1. Potencjał turystyczny i jego elementy

Rozwój turystyki na danym obszarze zdeterminowany jest bogactwem różnorodnych elementów potencjału turystycznego, jaki posiada ten obszar. Części składowe potencjału turystycznego konkretnego obszaru recepcyjnego mogą być odpowiednio wykorzystane do organizowania i zarządzania ruchem turystycznym oraz do uprawiania na nim turystyki.

Potencjał turystyczny to wszelkie zasoby strukturalne i funkcjonalne warunkujące rozwój turystyki na określonym terenie¹ (rysunek 1). Pojęcie „zasoby”² traktowane jest tutaj jako zespół różnych elementów (np. przyrodniczych, kulturowych, ekonomicznych, techniczno-użytkowych), które mogą m.in. stanowić walory turystyczne będące w zainteresowaniu organizatorów i zarządców turystyki oraz samych turystów.

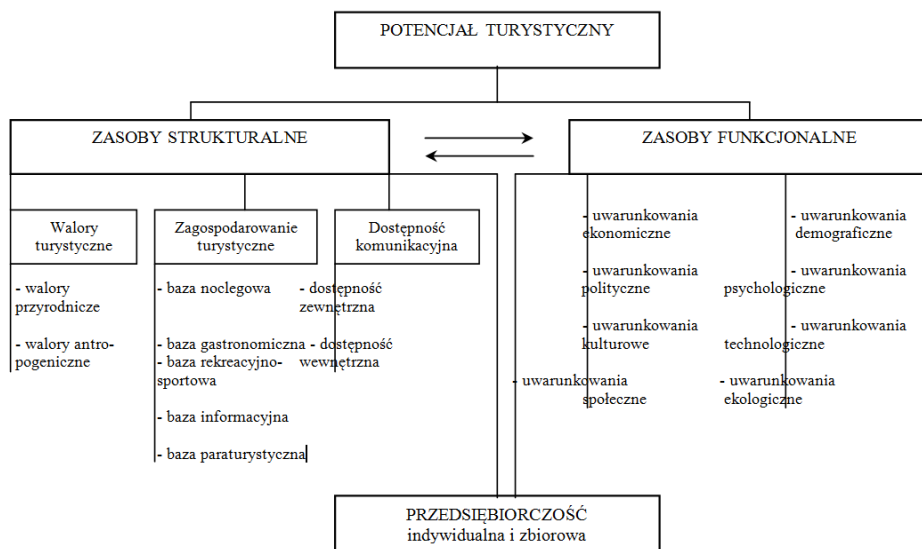
Do zasobów strukturalnych każdego obszaru należą walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne oraz dostępność komunikacyjna.

Walory turystyczne tworzy to wszystko, co stanowi bezpośredni przedmiot zainteresowania turystów i niejednokrotnie decyduje o wyborze miejsca spędzania wypoczynku. Dzielą się one na walory przyrodnicze powstałe w wyniku działania czynników naturalnych (góry, morza, jeziora, lasy, klimat itp.) i walory antropogeniczne tworzone przez działalność człowieka (zamki, pałace, muzea, parki, festiwale itp.).

Zagospodarowanie turystyczne, zwane także bazą materialną turystyki, obejmuje wszystkie elementy, które zapewniają prawidłowe funkcjonowanie terenu recepcyjnego przygotowanego na zaspokojenie potrzeb turystów. Elementami zagospodarowania turystycznego są: baza noclegowa, baza gastronomiczna, baza rekreacyjno-sportowa, biura turystyczne (informacja turystyczna), baza paraturystyczna (sklepy, kina, banki, parkingi, kanalizacja, sieć wodociągowa, gazowa, telefoniczna) oraz plany zagospodarowania przestrzennego, plany inwestycji turystycznych.

¹ J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny, jak organizować poznanie świata*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002, s. 32.

² Szerzej o zasobach napisano w dalszej części artykułu.



Rys. 1. Potencjał turystyczny i jego elementy

Źródło: opracowanie własne na podstawie: J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny*, PWE, Warszawa 2005, s. 52.

Dostępność komunikacyjną tworzą warunki dojazdu do miejscowości będącej celem podróży, sieć połączeń komunikacyjnych między miejscem zamieszkania turysty a miejscami jego czasowego przebywania (dostępność zewnętrzna). Dostępność tę tworzą również: system połączeń komunikacyjnych, szlaków turystycznych, lokalna sieć dróg, połączeń kolejowych umożliwiającą poruszanie się po obszarze i miejscowości przyjazdu (dostępność wewnętrzną).

Zasoby funkcjonalne jako element potencjału turystycznego stanowią uwarunkowania kulturowe, ekonomiczne, demograficzne, polityczne, ekologiczne, psychologiczne, społeczne, technologiczne³. Zasoby te w większości są zinstytucjonalizowane, to znaczy zorganizowane w zespoły ludzi i urzędów powstałe dla realizacji konkretnych celów, wykonywania zadań (funkcji) na rzecz turystów. Dlatego też funkcjonują instytucje, takie jak np. ekonomiczne, polityczne, kulturalne, społeczne.

Charakteryzując potencjał turystyczny, należałoby zwrócić szerszą uwagę na ekonomiczne pojęcie zasobu.

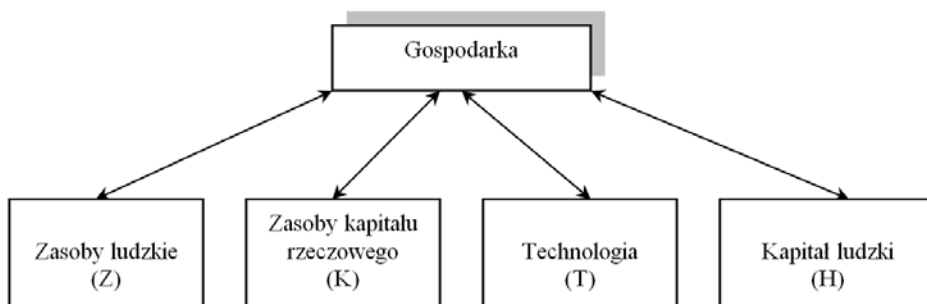
Przez zasób rozumie się nagromadzenie różnych elementów (składników) niezbędnych w procesach produkcyjnych (również do świadczenia usług turystycz-

³ *Ibidem*, s. 35.

nych). Zasoby są różne. Są takie, które mogą być gotowe do użycia bez dodatkowej obróbki; takie, które należy przystosować i przetworzyć na swój użytek; oraz takie, które człowiek tworzy i produkuje jako elementy składające się na zasoby niewystępujące w gotowej postaci w przyrodzie.

Aby współcześnie możliwy był rozwój gospodarki⁴ (gospodarki turystycznej), konieczne są różnorodne zasoby. Współcześnie należy wydzielić co najmniej cztery grupy zasobów w danej gospodarce (również turystycznej) (rysunek 2), a są to:

- Z – zasoby ludzkie (podaż pracy, systemy organizacji i motywacji ludzi do pracy);
- K – zasoby kapitału rzeczowego (fizycznego), włącznie z ziemią i bogactwami naturalnymi;
- T – technologia, czyli stan i organizacja wiedzy, nauki służącej celom produkcyjnym, usługowym;
- H – kapitał ludzki, czyli stan wiedzy, umiejętności, kwalifikacji zawodowych, doświadczenia i zdolności pracowników do posługiwania się dostępnymi technologiami, których poziom jest odzwierciedleniem możliwości kapitału rzeczowego.



Rys. 2. Grupy zasobów rozwoju gospodarki

Źródło: opracowanie własne.

Obecnie główną rolę odgrywa kapitał ludzki oznaczony literą H. Ogólna definicja kapitału ludzkiego wskazuje, że jest to zakamuflowany zasób wiedzy, kwalifikacji, umiejętności, zdolności oraz gotowości zwiększania potencjału gospodarczego (w tym turystycznego) przez jego właścicieli. Tworzenie zasobu kapitału

⁴ Gospodarka jest to zespół warunków materialnych, społecznych, politycznych, instytucjonalnych wpływających na proces gospodarowania. Jest systemem gospodarczym społeczeństwa. Gospodarowanie to proces produkcji dóbr i usług, ich podziału i wymiany w celu zaspokojenia potrzeb. Zob. *Elementarne zagadnienia ekonomii*, red. R. Milewski, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 36.

ludzkiego jest współcześnie głównym zadaniem państwa⁵.

Kapitał ludzki – jako podstawowy zasób gospodarowania – łączy się z ludzką aktywnością, przedsiębiorczością, w której wykorzystywane są wszystkie inne zasoby w celu zaspokojenia potrzeb różnych grup społecznych i jednostek ludzkich⁶. Bez przedsiębiorczości ludzi trudno mówić o zagospodarowaniu zasobów strukturalnych i funkcjonalnych tworzących potencjał turystyczny.

Dlatego też przez potencjał turystyczny danego obszaru, miejscowości rozumiemy wielość elementów gospodarczych tego obszaru, miejscowości, które współprzyczyniają się do rozwoju gospodarki turystycznej, a osiągnięte efekty tej gospodarki zwrótnie wspomagają dalszy rozwój tych elementów. Definicja ta wskazuje na współzależność elementów gospodarki turystycznej z jej systemem jako całością i całości z jej elementami. Zasoby potencjału turystycznego wykorzystywane w gospodarce turystycznej mają charakter dynamiczny, a nie statyczny. Aktywność tych zasobów i ich elementów łączy się z gospodarowaniem, w którym istotna rola przypada właśnie przedsiębiorczości.

Ocena tych zasobów nastrocza pewne trudności, co wynika z faktu, iż niektóre ich elementy są trudno mierzalne i wymagają badań jakościowych.

Z punktu widzenia gospodarki turystycznej i turystów najważniejsza jest aktywność zasobów potencjału turystycznego, które zaspokajają ich potrzeby. Aktywność ta łączy się z gospodarowaniem, a tym samym z przedsiębiorczością.

2. Przedsiębiorczość zasobem potencjału turystycznego

Problematyką przedsiębiorczości oraz osób ją realizujących, tj. przedsiębiorców, zajmują się przedstawiciele wielu dyscyplin naukowych, w tym ekonomii, prawa, demografii, socjologii, psychologii, zarządzania.

Ekonomista widzi w przedsiębiorcy innowatora, osobę, która łączy zasoby kapitału finansowego, majątkowego, ludzkiego i przyrodniczego w celu uzyskania wartości większej od posiadanej wcześniej. Psycholog dostrzega w nim osobę kierowaną przez potrzebę wewnętrznych osiągnięć, sprawdzenia się w różnych sytuacjach. W ujęciu socjologicznym przedsiębiorca postrzega drugiego przedsiębiorcę jako konkurenta, z którym musi toczyć grę rynkową i przełamywać bariery rozwoju własnej firmy bądź jako przyjaznego partnera z nim współpracującego. Dla polityka przedsiębiorca może być zarówno kreatorem nowych miejsc pracy i postępu technicznego bądź wyzyskiwaczem łamiącym układ władzy tworzącej ład społeczny

⁵ Zob. szerzej: *Makro i mikroekonomia. Podstawowe problemy*, red. S. Marciniak, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 17 i nast.

⁶ Zob. szerzej: J. Sikora, A. Wartecka-Ważyńska, *Kapitał ludzki i kapitał społeczny czynnikiem rozwoju agroturystyki*, w: *Zeszyty Naukowe US nr 567, Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 12*, red. B. Meyer, A. Panasiuk, WNUS, Szczecin 2009, s. 325.

i gospodarczy.

Dorobek wielu nauk wnosi cenny wkład w określenie znaczenia przedsiębiorcy i jego aktywnej postawy zwanej przedsiębiorczością; w tworzenie zorganizowanych działań instytucjonalnych ujętych jako przedsiębiorstwa powodujących rozwój gospodarczy i społeczny zbiorowości ludzkich.

Mając na uwadze powyższe ujęcia, należy stwierdzić, że przed przedsiębiorczością znajduje się przedsiębiorca i jego przedsiębiorstwa. Kierując się motywem zysku i wykorzystując cechy przedsiębiorczości, zakłada on przedsiębiorstwo na własny rachunek, angażując w nie swoje lub powierzone mu zasoby majątkowe, a następnie, podejmując decyzje w warunkach nieustannej niepewności, prowadzi je, ponosząc przy tym ryzyko ekonomiczne. Przedsiębiorca ze swoim zachowaniem przedsiębiorczym staje się kluczową postacią w przedsiębiorstwie. Jest w nim głównym czynnikiem sprawczym i motorem postępu ekonomicznego, a jeżeli jest właścicielem kapitału przedsiębiorstwa, to ma prawo do dysponowania zyskiem⁷.

Pośród wielu motywów podejmowania przedsiębiorczości gospodarczej do ważniejszych zalicza się:

- dążenie do niezależności,
- chęć osiągnięcia wyższych dochodów,
- pozostawanie bez pracy z powodu bezrobocia⁸.

Stopień oddziaływania tych motywów oraz ich hierarchia ważności w różnych miejscach i czasie jest trudny do uchwycenia. Decyduje o tym rynek popytu.

Przedsiębiorcą jest zatem osoba, która prowadzi działalność gospodarczą – rozumianą jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz jako poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły⁹.

Wśród osób prowadzących własną działalność gospodarczą podstawową definicję przedsiębiorcy zawiera ustawa o swobodzie działalności gospodarczej, zgodnie z którą przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą, a także wspólnik spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez niego działalności gospodarczej¹⁰.

W literaturze naukowej pojęcie przedsiębiorcy i przedsiębiorczości definiuje się znacznie szerzej w zależności od przyjętych kryteriów. Można wskazać na trzy główne kryteria wyróżniania przedsiębiorcy oraz jego aktywności zwanej przedsiębiorczością, a są to:

⁷ S. Sudół, *Przedsiębiorstwo*, op.cit., s. 27.

⁸ S. Skowroński, *Mały biznes, czyli przedsiębiorczość na własną rękę*, Wydawnictwo Infor, Warszawa 1998, s. 22.

⁹ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej, Dz.U. 2004, nr 173, poz. 1807 z późn. zm., art. 2.

¹⁰ *Ibidem*, art. 4.

- funkcje ekonomiczne przedsiębiorcy,
- indywidualne cechy osobowe właścicieli firm,
- sposób menedżerskiego postępowania¹¹ (zarządzania).

Zgodnie z kryterium funkcji ekonomicznych przedsiębiorcy, na uwagę zasługuje definicja R.F. Herzberga i A.N. Linka, zgodnie z którą „przedsiębiorca jest to osoba specjalizująca się w podejmowaniu rozstrzygających decyzji dotyczących lokalizacji, formy i użycia towarów, surowców lub organizacji i biorąca za nie odpowiedzialność”¹².

Uzupełnieniem tego pojęcia jest definicja przedsiębiorczości wskazująca na aktywną postawę przedsiębiorcy. Przedsiębiorczość według R.D. Hisvicka „jest to proces kreowania czegoś odmiennego. Z uwagi na jego wartość, w ramach którego poświęca się konieczny do realizacji tego celu czas i wysiłek, zakładając towarzyszące mu finansowe, psychiczne i społeczne ryzyko i oczekując uzyskania nagrody finansowej i osobistej satysfakcji”¹³ (efektów ekonomicznych i psychospołecznych podkr. S.J, A.W.W).

Wśród definicji przedsiębiorcy uwzględniających indywidualne cechy osobowości oraz profil charakterologiczny osoby prowadzącej własną firmę znaczącą rolę odgrywa definicja A. Gibba. Przedsiębiorcą, według niego, jest osoba o takich cechach osobowości, jak: inicjatywa, silna zdolność przekonywania, raczej umiarkowana, a nie wysoka skłonność do podejmowania ryzyka, elastyczność, kreatywność, niezależność (autonomia), zdolność rozwiązywania problemów, potrzeba osiągnięć, wyobraźnia, wysokie przekonanie o znaczeniu swojego przeznaczenia, przywództwo, umiejętność ciężkiej pracy¹⁴. Wszystkie cechy brane pod uwagę przez twórcę powyższej definicji mogą występować u każdego, z tym że stopień wyposażenia w nie jest różny w zależności od podejmowanych działań oraz warunków i otoczenia, w których decyzje te są podejmowane.

Zgodnie z koncepcją przedsiębiorcy opartą o indywidualne cechy osobowe przedsiębiorczością jest podejmowanie przez przedsiębiorcę działań ekonomicznych wspartych jego odpowiednimi cechami osobowościowymi.

Ostatnim dającym się wyróżnić w literaturze przedmiotu kryterium istotnym przy definiowaniu pojęcia przedsiębiorcy jest sposób pełnienia przez niego funkcji zarządczych. Nie bierze się tu pod uwagę ani indywidualnych cech, ani funkcji ekonomicznych, ale sposób zachowania i podejście do zarządzania, które według H.H. Stevensona oznacza „pogoń za okazjami bez uwzględnienia ograniczeń stwarzanych przez aktualnie kontrolowane zasoby”¹⁵. Według tego podejścia przedsię-

¹¹ *Ekonomika i zarządzanie, op.cit.*, s. 23 i nast.

¹² *Ibidem*, s. 23.

¹³ *Ibidem*, s. 24.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ *Ibidem*, s. 25.

biorca kieruje się następującymi zasadami:

- strategiczną orientacją, która oznacza dostosowanie strategii do pojawiających się okazji i nieograniczanie się przez podmiot wyłącznie do dostępnych w danej chwili środków;
- angażowaniem się w okazję, czyli podejmowaniem szybkich działań w celu uchwycenia nadarzającej się przedsiębiorcy i rozwoju jego przedsiębiorstwa szansy;
- efektywnym wykorzystaniem środków, oznaczającym takie zaangażowanie i gospodarowanie dostępnymi w danym momencie zasobami pracy i kapitału, które w związku z podejmowanymi działaniami dążą do minimalizowania ryzyka przy jednoczesnej maksymalizacji zysków;
- pełną kontrolą nad posiadanymi zasobami, tj. racjonalnym wykorzystywaniem posiadanych zasobów, a więc ich angażowaniem w sytuacjach, kiedy jest to rzeczywiście niezbędne;
- bezpośrednim kontaktem ze wszystkimi pracownikami oraz całym otoczeniem, osiąganym głównie poprzez dostosowaną strukturę zarządzania i właściwy system motywacji do pracy podwładnych;
- ekwiwalentnością systemu wynagradzania, czyli stosowaniem takiego systemu wynagradzania pracowników, zgodnie z którym wynagrodzenie nie jest świadczeniem ze strony pracodawcy, lecz ekwiwalentem za uzyskane wyniki i jakość wykonanej pracy.

Takie zachowania mogą być odniesione do postępowania indywidualnych osób, jak i całych organizacji, gdyż w języku powszechnym pojęcie „działania przedsiębiorcze” odnosi się również do zespołów ludzkich, grup pracowniczych, instytucji i całej gospodarki.

Kryterium menedżerskiego postępowania wyróżniające przedsiębiorcę wskazuje, iż przedsiębiorczość jest sposobem sprawnego zarządzania firmą, efektywnym i skutecznym wykorzystaniem funkcji zarządzania przez menedżera, to jest planowania, organizowania pracy, motywowania, podejmowania decyzji i kontrolowania.

Wymienione kryteria wyróżniania przedsiębiorcy wskazują na zakres jego działań ujmowanych jako przedsiębiorcze i powodują, iż można postrzegać przedsiębiorcę z różnej perspektywy.

Wskazanie na jednolite stanowisko wyjaśnienia pojęcia „przedsiębiorczość” w literaturze jest trudne do uchwycenia. Wielu przedstawicieli zainteresowanych problematyką przedsiębiorczości przyjmuje, iż przedsiębiorczość jest procesem tworzenia czegoś nowego oraz że między przedsiębiorczością a innowacją zachodzi określony związek. Staje się to możliwe dzięki wyodrębnieniu wspólnych elementów tego procesu zwanych fazami:

- Faza pierwsza – tzw. *nowatorski pomysł*, czyli jego powstanie i ujrzenie światła dziennego. Zazwyczaj poprzedzony jest wstępnymi przemyśleniami, obserwacją oraz wnioskowaniem, a zakończony identyfikacją. Pomysł

innowacyjny może być efektem działań świadomej pracy lub wynikiem czystego przypadku.

- Faza druga – *motywacja*, która wynika z pragnienia osiągnięcia korzyści. Faza motywacji ma za zadanie doprowadzić do osiągnięcia zamierzonego efektu. Istotne jest, aby założony efekt był postrzegany jako użyteczny, a także – aby prawdopodobieństwo jego realizacji w określonych warunkach było większe od zera.
- Faza trzecia – *środki realizacji* umożliwiające zmaterializowanie pomysłu. Ich wielkość i struktura uzależnione są od cech pomysłu (wprowadzenie produktu na rynek czy nowa organizacja produkcji). Źródła pozyskania środków w tej fazie wyznaczają często formę organizacyjno-prawną przedsiębiorczości.
- Faza czwarta – *działania związane bezpośrednio z realizacją pomysłu*, czyli produktu będącego materializacją pomysłu. Pod pojęciem produktu rozumiemy tutaj nie tylko nowy wyrób o cechach fizycznych, ale również technologię, organizację pracy, system operacyjny, usługę lub inną myśl posiadającą cechy użytkowe, a więc możliwą do zastosowania i zaspokojenia potrzeb¹⁶.

Powyższe fazy innowacji przedstawiają proces przedsiębiorczości. Z pełnym procesem przedsiębiorczości będziemy mieli do czynienia wówczas, gdy uzyskany w czwartej fazie produkt znajdzie się na rynku i będzie bezpośrednio lub pośrednio przedmiotem transakcji kupna-sprzedaży. Osiągnięcie *efektu rynkowego* (zysk lub strata przedsiębiorcy) oraz zadowolenie klienta staje się ostatnią – piątą – fazą cyklu przedsiębiorczości. Graficzny przebieg tego procesu przedstawiono na rysunku 3.

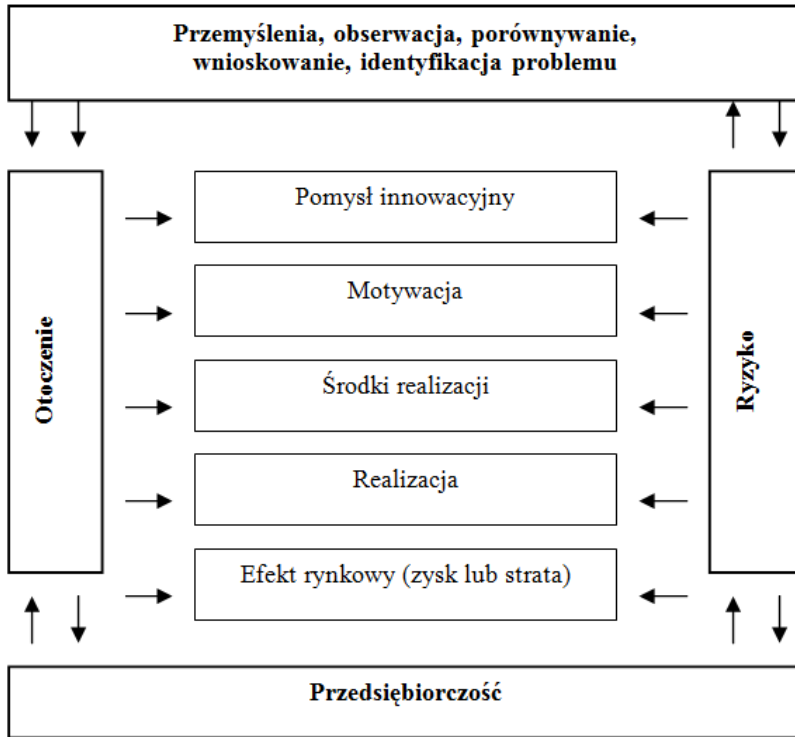
Przedsiębiorczość możemy więc traktować jako postawę człowieka lub proces zmian zachodzących pod wpływem tej postawy. Przedsiębiorczość jako postawa jest cechą jednostek ludzkich, wyrażająca się w twórczym i aktywnym zachowaniu wobec otaczającej rzeczywistości oraz dążeniem do ulepszenia istniejących elementów środowiska. Przejawia się w gotowości do podejmowania nowych działań lub rozszerzaniu dotychczasowych i dążeniu do osiągnięcia planowanych korzyści materialnych. Gotowość ta, jeżeli przerodzi się w działanie, przechodzi w pewien proces zmian, który polega na rozwoju dotychczasowej działalności gospodarczej (przedsiębiorstwa) lub też powstaniu nowych przedsięwzięć¹⁷.

W sposób metaforyczny przedsiębiorczość można postrzegać jako drzewo. Tkwi ono korzeniami w społeczeństwie. Jego pień stanowią struktury społeczne, gospodarcze, polityczne i technologiczne. Jego gałęzie to czynniki mobilizujące

¹⁶ W.M. Grudzewski, *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej w Polsce*, Wyższa Szkoła Handlu i Prawa w Warszawie, Warszawa 1998, s. 178.

¹⁷ *Ekonomika, op.cit.*, s. 23.

konieczne dla przedsiębiorczości. Liście natomiast są przejawami zachowań przedsiębiorcy¹⁸.



Rys. 3. Etapy procesu przedsiębiorczości

Źródło: W. Adamczyk, *Przedsiębiorczość. Próba definicji*, „Przegląd Organizacji” 1995, nr 11, za: K. Safin, *Zarządzanie małą firmą*, *op.cit.*, s. 12.

Korzenie przedsiębiorczości tkwią przede wszystkim w samej osobie przedsiębiorcy i w kontekście społecznym, w którym dana osoba występuje. W ten sposób przedsiębiorczość traktowana jest zarówno jako proces naturalny, jak i kulturowy. Niezależnie od wrodzonych zdolności danej osoby w pewnym momencie warunki społeczne zadziałają, by rozwinąć lub przytłumić te zdolności. Podstawy kulturowe, wartości, przekonania ludności powodują istnienie pewnego powszech-

¹⁸ K.S. Howe, *Ramy koncepcyjne analizy przedsiębiorczości wiejskiej*, w: *Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i w krajach Unii Europejskiej*, red. M. Kłodziński, B. Fedyszak-Radziejowska, PAN-IRWiR, Warszawa 2002, s. 209.

nego stanu umysłów, zgodnie z którym przedsiębiorczość jest popierana przez społeczeństwo. Motywacje osobiste i cechy charakteru wchodzą w reakcje ze społeczeństwem i środowiskiem gospodarczym. Duże znaczenie ma więc w tej sytuacji umiejętność zdobywania wiedzy i wykorzystywanie faktów, umiejętność oceny poziomu ryzyka i odpowiedniego działania oraz wyciągania logicznych wniosków.

Kolejnym elementem „drzewa przedsiębiorczości” jest „pień”, rozumiany jako struktura społeczna, ekonomiczna, instytucjonalna, w której działa społecznie ukształtowany przedsiębiorca i w ramach której przedsiębiorcy oceniają wsparcie uzyskane dla swoich działań.

Z „pnia” wyrastają „gałęzie”, które mają na celu umożliwianie działań i mobilizację uspiętego talentu przedsiębiorczego. Ogromne znaczenie ma więc tutaj dostęp do środków finansowych, nauki i szkolenia, informacji i poradnictwa.

Ostatni element „drzewa przedsiębiorczości” to „liście” będące przejawem wyników całego procesu przedsiębiorczości. Efekty te mogą mieć charakter materialny bądź niematerialny, a to, jak zareaguje na nie społeczeństwo, będzie wywierać wpływ na rozwój przedsiębiorczości w przyszłości. Skutki społeczne wyrastające z przekonania, że przedsiębiorczość może poprawić byt materialny społeczeństwa przy zachowaniu odpowiedzialności wobec społeczności, mogą okazać się bardzo istotne¹⁹.

Przejawianie się postaw przedsiębiorczych jest uzależnione od zaistnienia określonych warunków obiektywnych i subiektywnych. Warunki obiektywne należą do tzw. warunków zewnętrznych, które powinny zapewniać swobodę wyboru, w myśl których każda jednostka będzie mogła wpływać na własną sytuację i własny rozwój. Do tych warunków należą przede wszystkim: gospodarka rynkowa; stabilne uregulowania prawne własności; uregulowania gospodarcze, kredytowe, podatkowe; równowaga gospodarcza; samodzielność podmiotów gospodarczych i ich różnicowanie; kultura organizacyjna.

Warunki subiektywne łączą się z osobowością przedsiębiorcy. Zalicza się do nich wiedzę, kwalifikacje, motywacje, cechy osobowości, takie jak: odwaga, energia, gotowość do ryzyka, pracowitość, inteligencja, umiejętność współdziałania z ludźmi, solidność, uczciwość, zdolność uczenia się, zdolność adaptacji do zmieniających się warunków, zdolność przewidywania, łatwość komunikowania się z innymi, zdecydowanie i upór, optymizm, potrzeba osiągnięć.

Sukces w przedsiębiorczości zależy od trafnych odpowiedzi na kilka podstawowych pytań, które powinna postawić sobie każda osoba podejmująca się działalności gospodarczej na własne ryzyko. Oto niektóre z nich: co ma być przedmiotem działalności (czy będzie to działalność produkcyjna, handlowa, usługowa); kto będzie odbiorcą produktów, (jakie segmenty rynku będą zainteresowane produktem; jakie są ich cechy osobowości i motywacje zakupu); kiedy i jak często odbiorcy

¹⁹ *Ibidem*, s. 210.

będą korzystali z produktu; gdzie odbiorcy będą kupowali oferowane produkty; gdzie będzie zlokalizowana firma oferująca produkt (będzie to rynek lokalny, krajowy, międzynarodowy); dlaczego odbiorcy kupują ten produkt, a nie firmy konkurencyjne²⁰.

Aby przedsiębiorca i przedsiębiorczość mogły się rozwijać, muszą być stworzone przedsiębiorstwa jako podstawowe podmioty gospodarcze, a wśród nich, jeżeli chodzi o obszary wiejskie, gospodarstwa rolne i inne podmioty gospodarcze. Podmiotowość przedsiębiorstwa polega na identyfikacji przedsiębiorstwa z przedsiębiorcą, który jest podmiotem praw i obowiązków. Istotą przedsiębiorstwa jest czynnik osobowy, który wyraża się w tym, „że stworzone jest ono dla ludzi i przez ludzi. Jest to związek czynnika rzeczowego z osobowym, charakteryzujący się takimi cechami, jak: produkcja zarobkowa dla zaspokojenia potrzeb osób trzecich; samodzielność (autonomia) decyzyjna; własne ryzyko w przynoszeniu właścicielowi zysku; trwały charakter działalności”²¹.

Stąd też działania przedsiębiorcze odbywają się zawsze w ramach określonych struktur organizacyjnych, które tworzą niezbędne warunki do realizacji ich celów. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich przejawia się w takich działaniach, jak: modernizacja gospodarstw rolnych, rozbudowa przetwórstwa płodów rolnych, rozwój usług, inicjatyw handlowych oraz niektórych gałęzi przemysłu i rzemiosła. Z tym szerokim polem możliwości działania wiąże się oczywiście kwestia tego, co produkować, jakie usługi świadczyć, co sprzedawać, gdzie lokować przedsięwzięcie, gdzie zdobyć środki?

Aby przedsiębiorczość mogła się rozwijać na polskiej wsi, muszą jednocześnie zaistnieć trzy niezbędne czynniki: bodźce, środki i środowisko.

Można założyć, że nawet jeżeli wiele czynników skumuluje się w tłumieniu entuzjazmu dla przedsiębiorczości na wsi, to na pewno jeden bodziec pozostanie niezmiennie znaczący – poszukiwanie sposobów na zmniejszanie się dochodów i wzrost bezrobocia. Konieczność gospodarcza i znalezienie sposobu na przeżycie powoduje często, że niechęć wobec zmian i zaangażowania się w samodzielną działalność nie jest już problemem. Sprawdza się więc powiedzenie, że „potrzeba jest matką wynalazków”.

W sytuacji gdy istnieje nacisk ekonomiczny w kierunku innowacyjności i pomysłowości, oczywiste jest, że pozytywne wyniki można osiągnąć jedynie wówczas, gdy dostępne będą dodatkowe środki. Jeżeli rolnik chcący rozpocząć działalność agroturystyczną posiada dość zapału i wystarczające umiejętności, to przygotowanie bazy dla przyszłych gości wymaga mimo wszystko dostępu do kapi-

²⁰ J. Sikora, *Przedsiębiorczość na wsi i w rolnictwie*, w: *My w Europie*, red. R. Suchocka, Lubuskie Towarzystwo Naukowe, Zielona Góra 2002, s. 138.

²¹ Zob. szerzej m.in. *Podstawy ekonomiki przedsiębiorstwa*, red. J. Duraj, PWE, Warszawa 2002; A. Kożuch, A. Dyhdalewicz, *Ekonomika i organizacja przedsiębiorstwa*, Uniwersytet Białostocki, Białystok 2004.

tału.

Dla rozwoju przedsiębiorczości na wsi ogromne znaczenie ma dostęp do społecznej i gospodarczej infrastruktury (znaczenie środowiska). W zaspokajaniu tych potrzeb podstawową rolę odgrywają władze lokalne. Wszystko bowiem, co zmierza do ograniczenia kosztów transakcyjnych – kosztów życia i prowadzenia działalności gospodarczej na wsi – jest wkładem w rozwój przedsiębiorczości wiejskiej i wsi w ogóle.

Samorządy lokalne, biorąc pod uwagę rozwój przedsiębiorczości na swoim terenie, częściej zwracają uwagę na duże firmy zatrudniające większą liczbę pracowników. A takich firm – zarówno na terenie małych miast, jak i typowych wsi – jest niewiele. Tymczasem to właśnie małe firmy wywierają dominujący wpływ na lokalny rynek pracy i rozwój obszarów wiejskich.

3. Obszary wiejskie i potrzeba rozwoju potencjału turystycznego

Zgodnie z oficjalnie przyjętym określeniem prezentowanym przez Główny Urząd Statystyczny za obszary wiejskie uważa się wszelkie tereny położone poza granicami administracyjnymi miast. Obszary wiejskie zajmują 93,2% powierzchni kraju i zamieszkuje je 38,2% mieszkańców. W krajach Unii Europejskiej obszary wiejskie stanowią około 84% i zamieszkuje je 18% mieszkańców.

Obszary wiejskie i znajdujące się na nich wsie jako jednostki administracyjne należałoby rozumieć szerzej niż to określają geografowie, bowiem na tych obszarach zachodzą za sprawą ich mieszkańców przemiany ekonomiczno-społeczne. Charakteryzują się one odpowiednim rozwojem gospodarczym, strukturą demograficzną, stopniem zagospodarowania infrastrukturalnego, problemami środowiska naturalnego. Obszary wiejskie zamieszkuje 23,8% ludności w wieku przedprodukcyjnym, 60,7% w wieku produkcyjnym i 15,5% w wieku poprodukcyjnym.

Ludność zamieszkująca tereny wiejskie jest zróżnicowana regionalnie. Najmniej ludności wiejskiej w 2005 roku mieszkało w województwach: śląskim (21,3%), dolnośląskim (29,0%) i zachodniopomorskim (30,8%), a najwięcej w województwach: podkarpackim (59,6%), świętokrzyskim (54,5%) i lubelskim (53,3%)²².

Mieszkańcy obszarów wiejskich charakteryzują się niskim wskaźnikiem wykształcenia wyższego (4,2%) oraz dużym wskaźnikiem wykształcenia podstawowego (39,7%) oraz niepełnego podstawowego (6,6%). Konsekwencją niskiego poziomu wykształcenia ludności wiejskiej jest jej mniejsza aktywność społeczno-zawodowa, większe trudności ze znalezieniem alternatywnego miejsca pracy poza rolnictwem, a w konsekwencji niski poziom dochodów.

²² *Rocznik statystyczny województw*, GUS, Warszawa 2006, s. 430.

Poważnym problemem wsi jest wysoka stopa bezrobocia jawnego i ukrytego oraz ograniczone szanse zatrudnienia na wsi. W 2006 roku na wsi było 1 180,4 tys. osób bezrobotnych zarejestrowanych w urzędach pracy, co stanowiło około 42,5% ogółu bezrobotnych w kraju. Inwestorzy krajowi i zagraniczni chętniej inwestują i tworzą miejsca pracy w miastach niż na obszarach wiejskich, szczególnie tych dotkniętych popegeerowskim bezrobociem²³. Sytuacja ta w znacznym stopniu rzuca na zasoby funkcjonalne potencjału turystycznego obszarów wiejskich.

W strukturze zatrudnienia mieszkańców wsi udział zatrudnionych w rolnictwie w 2006 roku wynosił 16,6% wszystkich pracujących. W krajach Unii Europejskiej to około 5%. Szacuje się, iż działalność pozarolniczą na własny rachunek przy zawieszeniu czasowym lub zaniechaniu działalności rolniczej podjęło około 4% ogółu gospodarstw aktywnych rolniczo²⁴. Zasoby strukturalne obszarów wiejskich determinujące potencjał turystyczny również nie są dobrze rozwinięte.

Istotnym czynnikiem wspierającym rozwój obszarów wiejskich ułatwiających działalność inwestycyjną, wpływającym na poziom życia mieszkańców jest infrastruktura techniczno-użytkowa i społeczna. Szczególnie ważna jest sieć wodociągowa, kanalizacyjna i gazowa. Rozwój tej infrastruktury jest koniecznym warunkiem modernizacji wsi oraz rozwoju turystyki na jej obszarach. Okazuje się, że w 2005 roku 84% wsi sołeckich miało podłączenie do sieci wodociągowej, a sieć kanalizacyjną miało tylko 16% wsi. Do wodociągów zbiorowych podłączonych było 72% gospodarstw rolnych, a do sieci kanalizacyjnej tylko 9%. Słabo rozwinięta sieć kanalizacyjna grozi zanieczyszczeniem gleby i wód gruntowych wynikającym z odprowadzania ścieków bezpośrednio do gruntu.

Sprawne działanie kanalizacji uzależnione jest od odprowadzania i oczyszczania ścieków. Sytuacja w zakresie oczyszczania ścieków na obszarach wiejskich jest podobna do stanu wyposażenia w sieć kanalizacyjną. Na tle innych krajów Europy wyposażenie w oczyszczalnie ścieków w Polsce jest jednym z najniższych. W roku 2005 oczyszczalnie obsługiwały przeciętnie 60,2% ludności kraju, w tym 80% mieszkańców miast i zaledwie 20% mieszkańców wsi. W krajach Europy Zachodniej oczyszczalnie ścieków obsługują ponad 90% ludności.

W ostatnich latach na obszarach wiejskich obserwuje się rozwój innych elementów infrastruktury techniczno-użytkowej. Wzrasta długość sieci gazowej oraz liczba gospodarstw wiejskich korzystających z butli lub dużych zbiorników gazowych. Wzrasta liczba abonentów korzystających z telefonii przewodowej oraz abonentów telefonii komórkowej. W infrastrukturze telekomunikacyjnej coraz większego znaczenia nabiera dostęp do Internetu na wsi.

Z kolei infrastrukturę społeczną obszarów wiejskich tworzą instytucje pu-

²³ J. Bański, *Geografia wsi polskiej*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 56.

²⁴ J. Sikorska-Wolak, *Kształtowanie funkcji turystycznych obszarów wiejskich – potrzeby i możliwości*, w: *Turystyczne funkcje obszarów wiejskich*, red. J. Sikorska-Wolak, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2009, s. 24.

bliczne zaspokajające potrzeby socjalne, oświatowe, kulturalne, zdrowotne, bezpieczeństwa mieszkańców i przyjezdnych. O ile w infrastrukturze techniczno-użytkowej zachodzą zmiany wyraźne i korzystne, o tyle w przekształceniach i rozwoju infrastruktury społecznej na wsi zmiany te należy ocenić jako negatywne. Negatywna ocena wynika z niewystarczających nakładów finansowych na utrzymanie placówek społecznych oraz z racjonalizacji wydatków socjalnych i oświatowych ze strony władz lokalnych.

Wsi polskiej potrzebny jest program rozwoju wykorzystujący w umiejętny sposób całościowy potencjał obszarów wiejskich i mobilizujący twórczą inicjatywę w społeczności lokalnej. Programem takim jest wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich polegający na umiejętnym wkomponowaniu w wiejskie środowisko coraz większej ilości nowych funkcji pozarolniczych, w tym turystycznych²⁵.

Wielofunkcyjny rozwój wsi zakłada większe zróżnicowanie gospodarcze obszarów wiejskich, ich dezagraryzację, to jest zmniejszanie znaczenia rolnictwa w gospodarce narodowej, oraz odejście od monofunkcyjności wsi nastawionej na produkcję hodowlaną i uprawę rolną.

Jednym z ważniejszych elementów potencjału wsi, w tym potencjału turystycznego wpływających na wielofunkcyjny jej rozwój, poza zasobami strukturalnymi i funkcjonalnymi, jest zaangażowanie społeczności wiejskiej, uznanie przedsiębiorczej postawy rolników, mieszkańców wsi i władz samorządowych. Chodzi zarówno o inicjatywy i przedsiębiorczość indywidualną, jak i zespołową, wspólnie realizowaną przez samorząd lokalny i inne organizacje społeczne w celu zwiększenia ich efektywności. Ważne jest, aby w pożądaną i poszukiwaną wielofunkcyjności rozwoju wsi było miejsce dla turystyki. Uwzględnienie turystyki jako czynnika rozwoju obszarów wiejskich zależne jest nie tylko od właściwego wykorzystania zasobów strukturalnych i funkcjonalnych, ale również od umiejętnego wykorzystania potencjału ludzkiego, aktywności środowisk opiniotwórczych i instytucji doradczych, który to potencjał zwrotnie uaktywnia niezbędne w rozwoju turystyki zasoby.

Przedstawiając w sposób syntetyczny charakteryzowany problem, niezależnie od szczegółowej charakterystyki wszystkich części składowych potencjału turystycznego wsi, należałoby zauważyć, iż turystyczny potencjał polskiej wsi tkwi w nieuprzemysłowionym, ekologicznym i tradycyjnym rolnictwie. Niezwykle cenne z punktu widzenia rozwoju turystyki są także tradycyjne technologie przetwórstwa spożywczego; a poszukiwanie smaków dzieciństwa to jeden z motywów wyjazdów na wieś²⁶. Potencjał ten należy stopniowo zagospodarować

²⁵ Dokumentem takim jest m.in. *Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007–2013*.

²⁶ E. Kmita-Dziasek, XIII Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne „Marka wiejskiego produktu turystycznego”, Gdańsk-Jelitkowo, 21-23 września 2009; w: *Marka wiejskiego produktu turystycznego. Inicjatywy i inspiracje*, red. E. Kmita-Dziasek, Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, Oddział w Krakowie, Kraków 2000, s. 138.

na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej.

Podsumowanie

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013 uwzględnia zasoby strukturalne i funkcjonalne, decydujące o możliwościach rozwoju turystyki na wsi. Turystyka wiejska przyczynia się do osiągnięcia różnorodnych korzyści przez wiejskie społeczności lokalne i gospodarstwa rolne. Korzyści osiągają również turyści, którzy poszukują wiejskiego spokoju i czystego środowiska przyrodniczego.

Sukces turystyki wiejskiej zależy nie tylko od wielkości i poziomu rozwoju elementów potencjału turystycznego obszarów wiejskich. Na jej rozwój istotny wpływ wywiera jednak aktywna postawa mieszkańców wsi i działających tam instytucji ukierunkowana na wykorzystanie zasobów strukturalnych i funkcjonalnych terenów wiejskich. Postawa ta dotyczy przedsiębiorczości, przedsiębiorców i przedsiębiorstw (mikro i małych) nastawionych na działalność turystyczną. W artykule przyjęto, iż istotnym elementem składowym potencjału turystycznego jest przedsiębiorczość indywidualna i zespołowa decydująca o zakresie rozwoju gospodarki turystycznej na obszarach wiejskich – jako jednego z kierunku wielofunkcyjnego rozwoju tych obszarów.

ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR OF TOURISM POTENTIAL DEVELOPMENT IN RURAL AREAS

Summary

The article is a presentation of the need for entrepreneurship as a crucial factor of tourism potential in rural areas of Poland. Structural and functional resources as such are not sufficient to be a determinant condition of tourism industry development in rural areas. The resources need to be activated by a human factor. In this description characteristics of tourism potential elements are included; entrepreneurship is emphasised as an element of this potential as well as the growing need for tourism potential development in rural areas.

The basis for this article was an analysis of secondary materials e.g. Literature on the subject showing quantitative and qualitative aspects of tourism potential of rural area.

Translated by Katarzyna Krzyżaniak