

ROCZNIK NAUKOWY
A SCIENTIFIC ANNUAL 12 ■ 2016

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ – EDUKACJA

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ JAKO CZYNNIK ROZWOJU
UKŁADÓW LOKALNYCH

pod redakcją Zbigniewa Ziolo i Tomasza Rachwał



ENTREPRENEURSHIP – EDUCATION

ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT
OF LOCAL SYSTEMS

edited by Zbigniew Ziolo and Tomasz Rachwał

ISSN 2083-3296

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie – Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
Pedagogical University of Cracow – Institute of Geography
Department of Entrepreneurship and Spatial Management

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ – EDUKACJA
ENTREPRENEURSHIP – EDUCATION

12

Redaktor naczelny/Editor-in-chief: Zbigniew Ziolo

Zastępca redaktora naczelnego – redaktor prowadzący/Associate – managing editor: Tomasz Rachwał

Rada Redakcyjna/Editorial Board: Monika Borowiec-Gabrys, Roy Canning, Paweł Czapliński, Sławomir Dorocki, Bronisław Górzyński, Wiesława Gierańczyk, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Sławomir Kurek, Matthias Pilz, Tomasz Rachwał (wiceprzewodniczący/vice-chair), Ryszard E. Różga Luter, Yolanda Carbajal Suárez, Tatjana Resnik Planinc, Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Szczyrba, Anna I. Szymańska, Anna Tobolska, Krzysztof Wach, Krzysztof Wiedermann, Małgorzata Zdon-Korzeniowska, Zbigniew Ziolo (przewodniczący/chair)

Recenzenci współpracujący/List of reviewers: Katarzyna Bartusik, Bernard Bińczycki, Krzysztof Borodako, Peter Čuka, Nelly Daszkiewicz, Antoni Fajfer, Ludmila Fakeyeva, Aleksandra Gawęł, Hanna Godlewska-Majkowska, Bronisław Górzyński, Andrea Gubik, Wojciech Jarczewski, Jerzy Kitowski, Karolina Kotulewicz, Nazar Kudła, Małgorzata Kosała, Eugeniusz Rydz, Jacek Strojny, Przemysław Śleszyński, Sławomir Kurek, Tomasz Komornicki, Marta Najda-Janoszka, Maria Urbaniec, Marek Więckowski, Krzysztof Wach, Paweł Marek Woroniecki, Agnieszka Żur

Redaktor językowy/Language editor: Aleksandra Pryczkowska

Deklaracja wersji pierwotnej/Definition of primary version: Wersja drukowana jest wersją pierwotną publikacji/
The primary version of the journal is the printed version.

Strona internetowa czasopisma z informacjami dla autorów i dostępem do artykułów archiwalnych w wersji elektronicznej/Journal website with information for authors and access to the full-text electronic versions of archive papers: www.p-e.u.krakow.pl, ISSN (ON-LINE): 2449-9048

Kontakt z redakcją/Journal contact

Anna I. Szymańska, Marcin Semczuk – sekretarze redakcji (Secretaries)
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, p. 426, tel.: (+48) 12 662 62 50, fax: (+48) 12 662 62 43
e-mail: pe@up.krakow.pl

Publikacja wydana przy współudziale Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego
Publication issued in cooperation with the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2016

ISSN 2083-3296

Wydawca/Publisher

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie – Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Pedagogical University of Cracow – Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management
Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie e-mail: wydawnictwo@up.krakow.pl
<http://www.wydawnictwoup.pl>

Druk/Printed by Zespół Poligraficzny UP

Wprowadzenie

Ważnym problemem w kształtowaniu układów lokalnych jest rozwój przedsiębiorczości, przejawiającej się w powstawaniu i funkcjonowaniu podmiotów gospodarczych, głównie z sektora mikro, małych i średnich firm, które w znacznym stopniu wykorzystują miejscowe uwarunkowania oraz działają na rzecz zaspokojenia potrzeb społecznych. W zależności od profilu rozwijają one często współpracę z innymi przedsiębiorstwami w wyniku powiązań kooperacyjnych, dostaw podzespołów czy wykonywania określonych usług. Rozwój tego typu firm wpływa w zasadniczym stopniu na wzrost społeczno-gospodarczy układów lokalnych oraz podnoszenie poziomu i jakości życia. Do tych założeń nawiązują w znacznym stopniu prezentowane w niniejszym tomie prace, które dotyczą roli przedsiębiorczości w rozwoju układów lokalnych, ze szczególnym uwzględnieniem działalności firm sektora turystyki oraz rozwoju działalności edukacyjnej związanej z przedsiębiorczością.

Na wstępie podjęta została problematyka koncepcji funkcjonowania przedsiębiorstw w układach lokalnych ze zwróceniem uwagi na korzyści wynikające z ich rozwoju. Firmy te odznaczają się dużym zróżnicowaniem w układach przestrzennych, które z różnym nasileniem różnicują krajowe układy terytorialne. Szczególne znaczenie dla rozwoju mają podmioty gospodarcze lokalizowane na obszarach wiejskich i w małych miastach. Ważną rolę w zakresie wykorzystania uwarunkowań lokalnych odgrywa rozwój turystyki. Wpływa on na powstawanie różnych firm, wykorzystujących miejscowe zasoby kwalifikacji, pozwalających na przykład na rozwój usług motoryzacyjnych, turystyki narciarskiej czy gospodarstw agroturystycznych i tradycji kulinarnych.

Rozwój przedsiębiorczości w coraz większym stopniu wymaga wzrostu poziomu edukacji w tym zakresie. Zwracają na to uwagę artykuły poświęcone determinantom rozwoju przedsiębiorczości indywidualnej, które mogą przyczyniać się do podniesienia poziomu aktywizacji zawodowej oraz ograniczenia rozmiarów wykluczenia społecznego. W procesach edukacyjnych ważną rolę odgrywa kształtowanie postaw przedsiębiorczych, co przedstawione zostało na przykładzie studentów wybranych uczelni oraz uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Racjonalne kształtowanie procesów edukacyjnych wymaga doskonalenia metod badawczych oraz dydaktycznych umożliwiających rozwijanie kompetencji w zakresie własnej działalności gospodarczej oraz umiejętności znalezienia się na rynku pracy. Dużą rolę w tym względzie może odegrać także odpowiednio zorganizowana pomoc publiczna, mająca na celu wykorzystanie miejscowej infrastruktury, doradztwo prawne i wsparcie finansowe.

Zaprezentowane prace podkreślają znaczącą rolę rozwijania firm jako ważnych czynników wzrostu gospodarczego w drodze aktywizacji zawodowej i ograniczania bezrobocia, zwiększania zasobów edukacyjnych zwłaszcza młodych ludzi, co w poważnym stopniu ogranicza negatywne skutki procesów transformacji układów lokalnych, szczególnie tych położonych poza zasięgiem metropolii.

Zbigniew Ziolo, Tomasz Rachwał

Introduction

The development of entrepreneurship is an important issue in the shaping of local systems – it may manifest in the creation and functioning of micro-, small and medium enterprises, which greatly use the local conditions and act on satisfying the social needs. Depending on their profile, they often develop cooperation with other enterprises as a result of corporate connections, sub-systems deliveries, or fulfilling certain services. The development of such companies influences majorly the socio-economic growth of local systems and improving the level and quality of life. These assumptions are frequently referred to in the works present in this volume, dealing with the role of entrepreneurship in the development of local systems, with special inclusion of the activities of companies from the tourism sector and the development of educational activities connected with entrepreneurship.

The volume starts with raising an issue of the concept of enterprises functioning of enterprises in local systems with the attention turned to the advantages resulting from their development. These companies are characterised by great diversification in the spatial systems, which differentiate – with various intensity – the national territorial systems. Economic entities located on the rural areas and in small towns are of special importance for development. An important role in the range of using the local conditions is being played by the development of tourism. It influences the creation of various companies, using local resources, allowing for instance to develop automotive services, ski tourism or agritourism centres and culinary traditions.

The development of entrepreneurship requires in a constantly greater degree an increase in the level of education in this field. This has been pointed out in the articles devoted to the determinants of the development of individual entrepreneurship, which may influence the increase in the level of vocational activity and limiting the size of social alienation. In the educational processes an important role is played by shaping of entrepreneurial attitudes, which has been presented on the example of students of selected universities and pupils of secondary schools. Rational shaping of the educational processes requires perfecting the research and didactic methods allowing the shaping of the competences in the range of own entrepreneurial activity and the ability to find oneself on the labour market. A large role in this regard can also be played by a correctly organized public support, aiming at using the local infrastructure, legal advisory and financial support.

The presented works underline the important role of developing companies as important factors of economic development in the form of vocational activity and limiting unemployment, increasing the education resources, especially for young people, which greatly limits the negative effects of the processes of transformation of the local systems, especially those located outside the metropolitan areas.

Zbigniew Ziolo, Tomasz Rachwał

Przedsiębiorczość w rozwoju
układów przestrzennych

CZĘŚĆ 1
PART 1

Entrepreneurship in the Development
of Spatial Systems

ZBIGNIEW ZIOŁO

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Przedsiębiorczość w rozwoju układów lokalnych

Entrepreneurship in the Development of Local Systems

Streszczenie: Wstępnie zakładamy, że w procesie rozwoju cywilizacyjnego przedsiębiorczość jest jednym z podstawowych czynników wzrostu gospodarczego, społecznego i kulturowego. Proces ten, w zależności od uwarunkowań wewnętrznych i otoczenia, ze zmiennym nasileniem kształtuje układy przestrzenne od skali krajowej przez układy regionalne do układów lokalnych. Wychodząc z powyższego założenia, należy przyjąć, że szczególnie ważnym problemem badawczym jest dążenie do coraz precyzyjniejszego poznania złożoności procesu kształtowania samorządowych układów lokalnych. Wyniki badawcze z tego zakresu mają także duże znaczenie dla celów aplikacyjnych, zwłaszcza w zakresie podnoszenia jakości zarządzania i budowy strategii rozwoju tej kategorii układów. W niniejszej pracy podjęta została analiza wpływu przedsiębiorczości na proces funkcjonowania układów lokalnych z uwzględnieniem wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań rozwoju.

Abstract: It should be initially assumed that in the process of the civilization development, entrepreneurship is one of the main drives of economic, social and cultural growth. This process, depending on internal conditions and the environment, with varying intensity shapes the spatial systems – from national scale through regional systems to local systems. Proceeding from this assumption it should be noted that a particularly important research problem is to strive for more and more precise knowledge of the complexity of the process of formation of local self-government system. The results of the research in this field are also important for the application purposes, especially in improving the quality of management and creating of the development strategy of this category of systems. The study was undertaken to analyse the impact of entrepreneurship on the process of functioning of local systems, taking into account internal and external conditions of development.

Słowa kluczowe: gmina; przedsiębiorczość; układ lokalny

Keywords: entrepreneurship; local system; municipality

Otrzymano: 2 lutego 2016

Received: 2 February 2016

Zaakceptowano: 31 maja 2016

Accepted: 31 May 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Zioło, Z. (2016). Przedsiębiorczość w rozwoju układów lokalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 6–17.

Wstęp

Kształtowanie przedsiębiorczości w układach lokalnych jest procesem złożonym, który powinien nawiązywać do ogólnego procesu rozwoju cywilizacyjnego. Podstawową rolę w tym zakresie odgrywa nauka, umożliwiająca kształtowanie gospodarki opartej na wiedzy. Wymaga to stwarzania w przestrzennych strukturach społecznych, gospodarczych i kulturowych odpowiednich warunków dla rozwijania myślenia i działania innowacyjnego. Duże znaczenie ma tu edukacja, upowszechniająca w procesie dydaktycznym kształtowanie postaw przedsiębiorczych oraz umiejętności działania w zmieniającym się otoczeniu. W podejmowanych działaniach należy zwracać uwagę na fakt, że w najbliższych latach przedsiębiorstwa w coraz większym stopniu konkurować będą jakością oferowanych produktów, a w mniejszym stopniu – niskimi kosztami pracy. Warunkiem koniecznym dla podnoszenia konkurencyjności oferowanych produktów jest stawianie na badania, rozwój oraz innowacje, a następnie umiejętność komercjalizacji osiągnięć naukowo-badawczych. Należy uwzględnić, że wiele początkowo niewielkich firm lokalnych przekształca się w firmy o znaczeniu międzynarodowym¹. Dlatego konieczna jest stopniowa zmiana dominującego obecnie modelu gospodarki naśladowniczo-montażowej, w którym preferuje się proste, niskopłatne stanowiska pracy na rzecz gospodarki innowacyjnej, także w strukturach układów lokalnych. Ten typ gospodarki nie wykorzystuje w pełni kompetencji zawodowych i w niewielkim stopniu zaspokaja ambicje oraz oczekiwania, zwłaszcza dobrze wykształconych, młodych ludzi. Jak twierdzi Czapiński (2015), „najważniejszym problemem polskiego rynku pracy staje się rosnąca przepaść między kompetencjami i ambicjami zawodowymi, zwłaszcza młodych rodaków a charakterem gospodarki”.

Wagę podjętej problematyki podkreśla fakt, że w gospodarce narodowej przedsiębiorczość traktowana jest jako jeden z podstawowych czynników wzrostu gospodarczego, społecznego i kulturowego układów lokalnych i regionalnych, a także układu krajowego (Brdulak, Kulinowski, 2004; Czarnecka, Kłodziński, 2010; Fierla, 1994, 1996; Fierla, Kuciński, 1999; Kamińska, 2006; Kamińska, Heffner, 2012; Kudelko, 2013; Płaziak, Rachwał, 2015). Dlatego w procesie zarządzania jako podstawowe zadanie należy przyjąć dążenie, aby w układach lokalnych rozwijała się aktywność indywidualna, wzrastał stopień zaufania, który stanowi ważną przesłankę rozwijania zasobów kapitału społecznego oraz pozwala na szersze otwieranie się na współpracę i łączenie swoich celów rozwojowych z otoczeniem (Debelle i in., 1996; Fircowicz i in., 1996; Kamińska, Heffner, 2010; Ziolo, 2010, 2012). Proces ten, w zależności od uwarunkowań wewnętrznych i uwarunkowań otoczenia, przebiega ze zmiennym nasileniem i kształtuje także układy lokalne, w których znacząca rolę odgrywają jakość i poziom władz samorządowych. W działaniach edukacyjnych należy propagować nowe myślenie, które prowadzić będzie do kształcenia umiejętności zachowań konkurencyjnych, w drodze wdrażania nowych produktów wynikających z innowacyjnych rozwiązań technicznych, ekonomicznych i organizacyjnych. Oznacza to, że zamiast oszczędzać na niskich płacach, należy inwestować w podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników. Należy zaznaczyć, że firma swoją konkurencyjność może podnieść nie przez innowacje, ale przez niskie koszty pracy i zatrudnianie

¹ Przykładem jest podwarszawska firma Createch. Jej współzałożycielem i obecnie prezesem jest dr fizyki Grzegorz Brona, który jest dostawcą sprzętu dla ESA (Europejskiej Agencji Kosmicznej), w tym elementów Międzynarodowej Stacji Kosmicznej. Dzięki niej powstaje w Polsce unikatowy system przechowywania i przetwarzania danych pochodzących z satelitów, a firma wykształciła się jako najprężniejszy podmiot polskiego sektora kosmicznego (Staniławska, 2016).

na czas określony, przy znacznej rotacji pracowników. Są to jednak korzyści doraźne i krótkotrwałe, które w dłuższej perspektywie osłabia firmę. Należy proponować zakładanie firm, które w coraz większym stopniu będą rozwijać swoją działalność i stopniowo rozszerzać swoje rynki od lokalnych po międzynarodowe². W wyniku braku takiego podejścia wiele programów rozwoju lokalnego i regionalnego napotyka na poważne trudności i w konsekwencji ich realizacja załamuje się lub nie daje zakładanych wcześniej wyników ekonomicznych, co z kolei w słabym stopniu wpływa na podnoszenie poziomu i jakości życia ludności. W pewnej mierze jest to związane z uwzględnieniem tylko wybranych cech ekonomicznych czy technicznych, przy braku pełnego rozeznania i całościowego ujęcia tej problematyki. Przejawia się to w podejmowaniu decyzji o budowie wielu obiektów, które nie przynoszą zakładanych korzyści, a czasem ich utrzymanie staje się kłopotem.

Szczególnie ważnym problemem badawczym jest zatem dążenie do coraz precyzyjniejszego poznania złożoności procesu, funkcjonowania i kształtowania samorządowych układów lokalnych, a także ponadlokalnych i regionalnych. Niezbędne wydaje się wypracowywanie koncepcji teoretycznych, a następnie ich weryfikacja empiryczna, mająca na celu całościowe ujęcie funkcjonowania i rozwoju podmiotów gospodarczych w układach lokalnych. Wyniki badawcze z tego zakresu mają więc duże znaczenie aplikacyjne, a studia diagnostyczne są konieczne dla racjonalnego zarządzania układami lokalnymi oraz budowy strategii ich rozwoju z uwzględnieniem współczesnych tendencji przemian i reguł efektywności społecznej oraz ekonomicznej.

Znaczące osiągnięcia badawcze w zakresie przemian układów lokalnych prezentowali autorzy prac wykonanych w ramach byłego Komitetu Badań Rejonów Uprzemysławianych przy Prezydium PAN. Przedmiotem badań były przemiany społeczno-gospodarcze i kulturowe dokonujące się pod wpływem wielkich inwestycji przemysłowych, które wpłynęły na kształtowanie się nowych okręgów przemysłowych (Ignar, 1962), m.in. Tarnobrzесьkiego Okręgu Siarkowego (Dobrowolska, 1968; Zioło, 1978), Okręgu Miedziowego (Golachowski, Zagożdżon, 1974) i Okręgu Płockiego (Lachert, Dembrowska, 1973).

Lokalizacja i funkcje firm układu lokalnego

Samorządowe układy lokalne reprezentowane przez gminy miejskie, miejsko-wiejskie i wiejskie odznaczają się bardzo dużym zróżnicowaniem pod względem historycznego procesu rozwoju, zasobów potencjału społeczno-gospodarczego i kulturowego, położenia w strukturze sieci osadniczej oraz spełnianych funkcji. Są one w różnym stopniu atrakcyjne dla lokalizacji i rozwoju działalności podmiotów gospodarczych i instytucji oraz kształtowania określonych funkcji w układzie lokalnym (Fierla, Kuciński, 1999; Rachwał, 2008, 2009, 2013; Zioło, Rachwał, 2015). W konsekwencji możliwości rozwoju działalności usługowej i produkcyjnej w układach lokalnych są złożone (tab. 1).

² Sanocka Fabryka Autobusów wykształciła się z warsztatu założonego w 1832 r. przez uczestników powstania listopadowego, którzy w obawie przed prześladowaniami schronili się w zaborze austriackim. Swoją działalność rozpoczęli od wytwarzania prostych narzędzi na potrzeby gospodarstw rolnych. Następnie jeden z właścicieli wysłał swojego syna na studia politechniczne do Wiednia, co doprowadziło do zmiany profilu produkcji i dało początek obecnej fabryce (Gajewski, Świdrak, 1962). Również z firmy ponadlokalnej rozwinęła się światowa firma informatyczna Asseco Poland S.A., którą założył i którą kieruje dr A. Góral, były adiunkt Wydziału Ekonomicznego Filii UMCS w Rzeszowie.

Tab. 1. Funkcje i lokalizacja wybranych typów firm układów lokalnych

Usługowe	obsługa ludności	warszaty: samochodowe, ślusarskie, elektryczne
		instalacje i naprawa sprzętu gospodarstwa domowego
		obsługa finansowa, porady prawne
		handlowe i gastronomiczne
		usługi oświatowe (doksztalcanie i kształcenie zawodowe, przedszkola, szkoły, nauka języków i in.)
		usługi zdrowotne (żłobki, przychodnie, apteki)
		usługi kulturalne (domy kultury, świetlice)
		inne
	obsługa rolnictwa	upraw polowych
		upraw warzyw i owoców
		usługi weterynaryjne
		usługi agrotechniczne (upraw: zbożowych, przemysłowych, warzyw, sadów)
		naprawa i remonty sprzętu
Produkcyjne	produkcja rolnicza	zbóż, roślin przemysłowych, pastewnych, warzyw, owoców i in.
		hodowla zwierząt gospodarskich
	przetwórstwo produktów rolniczych	zbóż, roślin przemysłowych, pastewnych, warzyw, owoców i in.
		produkcja mięsna i przetworów
	produkcja wyrobów	konsumpcyjnych (piekarnie, masarnie, mleczarnie i in.)
		wyposażenie mieszkań
		codziennego użytku
		produkcja finalna lub elementów w ramach kooperacji z dużymi firmami
	firmy budowlane	budowlane
		instalacyjne
Główne czynniki rozwoju firm		produkcja wyrobów artystycznych (koronkarstwo, pamiątki)
		eksploatacja zasobów naturalnych (mineralnych, wodnych i in.)
		kwalifikacje właściciela i pracowników
		rynek produktów i usług (od lokalnego po międzynarodowy)
		własne zasoby finansowe
		jakość instytucji i stabilność instrumentów finansowych
		organizacja działalności gospodarczej
		pomoc instytucjonalno-prawna
Położenie w sieci osadniczej		lokalny klimat dla rozwoju działalności gospodarczej
		zagospodarowanie infrastrukturalne
Położenie na obszarach		dużych miast
		średnich miast
		małych miast
		nizinnych
		nadmorskich
		pojeziernych
		podgórskich
		górskich

Źródło: opracowanie własne

Funkcje usługowe podmiotów gospodarczych i instytucji nawiązują najczęściej do potrzeb lokalnych i ponadlokalnych, a ich rozmiary bardzo silnie zależą od zasobów finansowych ludności, które stwarzają określone rozmiary rynku. Zgodnie z regułami rynku, wzrost zasobów finansowych stwarza korzystne warunki dla rozwoju działalności usługowej, natomiast kurczące się zasoby wpływają na jej ograniczanie. W strukturze podmiotów działalności usługowej wyróżniają się usługi związane z obsługą ludności i rolnictwa. Wśród nich ważną rolę odgrywają warsztaty naprawcze, co jest związane z postępującym procesem upowszechniania środków transportu oraz coraz powszechniejszym stosowaniem sprzętu elektrycznego i elektronicznego w gospodarstwach domowych. Należy wnosić, że proces ten będzie się nasilał i stwarzał korzystne warunki dla rozwoju tego typu usług. Prowadzenie działalności gospodarczej tworzy także korzystne warunki dla rozwoju obsługi finansowej i prawnej, zwłaszcza wynikających z czasem niejasnych i zmieniających się zasad opodatkowania oraz reguł prowadzenia działalności gospodarczej³. Dla właściwego funkcjonowania układu lokalnego ważne są usługi instytucji oświatowych, zdrowotnych i kulturowych, zwłaszcza związane z formami spędzania wolnego czasu młodzieży.

Funkcjonowanie układów lokalnych związane jest z działalnością rolniczą, co w wielu wypadkach wymaga specjalistycznej wiedzy z zakresu upraw, hodowli i usług weterynaryjnych, specjalistycznych usług agrotechnicznych oraz napraw i remontów coraz bardziej złożonego sprzętu rolniczego.

Nowoczesne rolnictwo towarowe stwarza dogodne warunki dla rozwoju przemysłu rolno-spożywczego i magazynowania produktów. Wobec rosnącej świadomości społecznej i poszukiwania zdrowej żywności, przy wzroście zasobów finansowych ludności, produkcja tego typu może być ważnym czynnikiem rozwoju gospodarczego układu lokalnego. Reguły konkurencyjności oraz konieczność produkcji coraz wartościowszych produktów rolniczych wymagają jednak nowej organizacji działalności opartej na wiedzy z zakresu rolnictwa, prawa czy finansów. Stwarza to możliwości powstawania nowoczesnych form działalności w postaci kompleksów rolniczo-przetwórczych, a przy wykorzystaniu odpadów – także kompleksów agro-przetwórczo-energetycznych (Maj, Ziolo, 1991; Maj, Woźniak, Ziolo, 2010; 2012). Należy zaznaczyć, że ta nowa forma gospodarowania może przyczynić się do podnoszenia jakości kapitału ludzkiego i konieczności współdziałania, sprzyjać będzie także rozwojowi kapitału społecznego.

Na obszarze układu lokalnego mogą występować dobre warunki dla lokalizacji różnego rodzaju firm przemysłowych. Mogą one prowadzić produkcję na potrzeby rynku lokalnego czy regionalnego, rozwijać się na podstawie powiązań kooperacyjnych z dużymi korporacjami światowymi czy pracować wprost na potrzeby rynku międzynarodowego. Ma to szczególne znaczenie wobec możliwości wykonywania pracy na odległość.

Podstawowymi czynnikami rozwoju działalności produkcyjno-usługowej w układach lokalnych są poziom wykształcenia społeczeństwa i kwalifikacje pracownicze zdobyte na różnych poziomach edukacji: od przyuczenia zawodowego przez szkolnictwo zawodowe i średnie techniczne po wykształcenie wyższe. Szczególnie ważnym zagadnieniem dla władz samorządowych jest więc stwarzanie warunków powrotu do miejsca zamieszkania osób zdobywających kwalifikacje i doświadczenie zawodowe w zakresie prowadzenia działalności w otoczeniu

³ Wiele trudności w prowadzeniu działalności gospodarczej stwarzają zmieniające się instrumenty prawne (zob. Możyłowski, 2013). Charakteryzują się one niską jakością, z czym wiążą się zbyt częste nowelizacje nie zawsze uwzględniające realia biznesowe (Nowak, 2015). Od przystąpienia Polski do Unii Europejskiej weszło w życie ponad 200 tys. stron nowych przepisów, a w 2014 r. ponad 25 tys. aktów prawnych (dmp, 2015).

regionalnym, krajowym czy międzynarodowym. Dla rozwoju działalności ważne są: rozmiary rynku dla oferowanych produktów oraz możliwości jego pogłębiania i rozszerzania, jakość instytucji finansowych i stabilność instrumentów prawnych, organizacja działalności gospodarczej, pomoc instytucjonalno-prawna, sprzyjający klimat układu lokalnego. Czynnikiem rozwoju mogą być także lokalne tradycje rzemieślnicze, pozwalające na produkcję wyrobów regionalnych, oraz jakość i wielkość miejscowych zasobów surowców (mineralnych, rolniczych), które umożliwiają ich wytwarzanie, eksploatację czy przetwarzanie na potrzeby różnych kategorii rynków: od rynków lokalnych, przez regionalne, krajowe, po rynki międzynarodowe.

Odmienne możliwości rozwoju daje układom lokalnym położenie w różnych miejscach sieci osadniczej. Inne możliwości lokalizacji i rozwoju mają podmioty gospodarcze układów lokalnych funkcjonujące w zapleczu dużych ośrodków miejskich, inne – w zapleczu ośrodków średnich i małych, a jeszcze inne – położone z dala od nich.

Różne możliwości rozwoju układom lokalnym i występujących na ich terenie podmiotom gospodarczym i instytucji stwarza również ich położenie w strukturze przestrzeni przyrodniczej, np. w górach, na wyżynach, nad morzem czy w krainie jezior, lasów. Daje ono odmienne możliwości rozwoju funkcji produkcyjnych, usługowych, turystycznych, rekreacyjno-zdrowotnych i in.

Miejsce przedsiębiorstwa w strukturze układu lokalnego

W procesie kształtowania i rozwoju podmiotów gospodarczych podstawowe znaczenie mają uwarunkowania wnikające zarówno z rodzaju i spełnianych przez dane przedsiębiorstwo funkcji, jak i ze zmieniających się uwarunkowań wewnętrznych w strukturze układu lokalnego oraz uwarunkowań wynikających z otoczenia. Głównymi czynnikami w tym zakresie są: poziom techniczny, źródła finansowania działalności, jakość obsługi finansowej i możliwości kredytowania, zagospodarowanie infrastrukturalne, jakość i przychyłność władz samorządowych, które w znaczącym stopniu mogą wpływać na obniżania kosztów działalności i podnoszenia efektywności ekonomicznej. W wyniku decyzji władzy lokalnej czy centralnej można rozważać także efektywność społeczną, którą można uzyskać w wyniku: dotacji, subwencji, zwolnień podatkowych czy zwolnień z opłat, poprawienie jakości infrastruktury technicznej i in., czego przykładem mogą być także specjalne strefy ekonomiczne (tab. 2).

Układ lokalny może więc stwarzać korzystne lub mniej korzystne warunki dla lokalizacji i rozwijania działalności. Podstawowe znaczenie mają tu jakość zasobów wiedzy władzy samorządowej i klimat społeczny, który może tworzyć korzystne warunki lokalizacji i rozwoju działalności m.in. przez umożliwienie przejścia składników rzeczowych w postaci środków trwałych, najczęściej powstałych w warunkach gospodarki centralnie sterowanej, a w nowych warunkach niezagospodarowanych, wyznaczanie nowych terenów dla lokalizacji działalności gospodarczej, podnoszenie poziomu zagospodarowania infrastrukturalnego i in.

Dla firm o funkcjach lokalnych duże znaczenie ma otoczenie ponadlokalne, które może generować mechanizmy konkurencji dla oferowanych produktów i usług, wpływać na pogłębianie i rozszerzanie rynków zbytu produktów i usług, wpływać na możliwości dostępności obszarów zaopatrzenia, tworzyć odpowiednio korzystną politykę gospodarczą oraz poprawne i stabilne instrumenty prawne dla prowadzenia działalności.

Tab. 2. Miejsce firm lokalnych w przestrzeni rynkowej

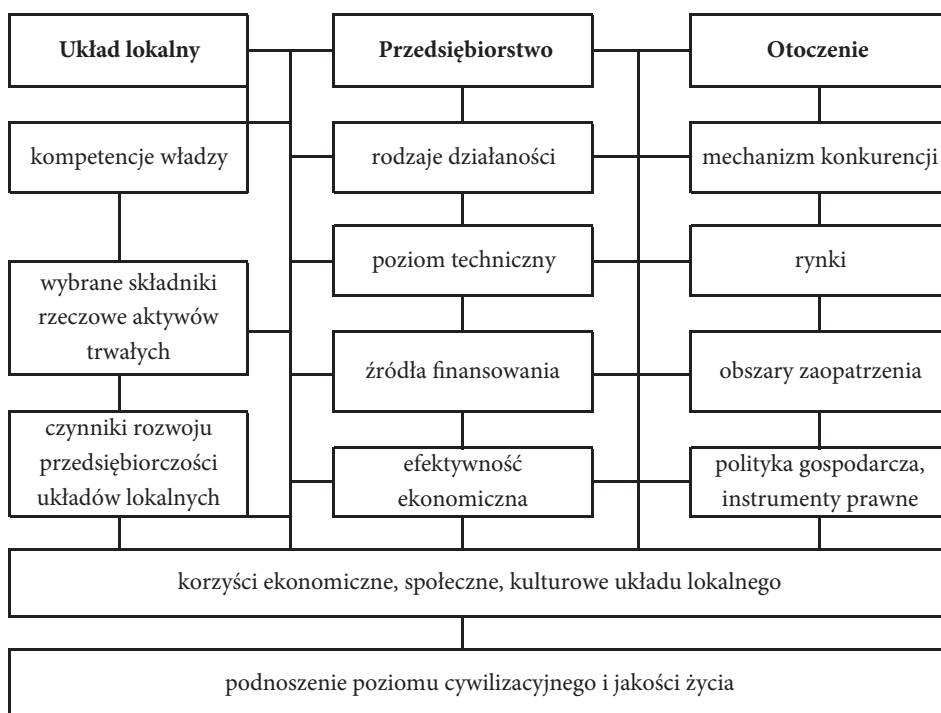
Potencjalne rynki		Rynek światowy	Rynek międzynarodowy	Rynek Unii Europejskiej	Rynek krajowy	Rynek ponadregionalny	Rynek regionalny	Rynek subregionalny	Rynek ponadlokalny	Rynek lokalny	Firmy układu lokalnego
Rynek światowy	S	S	M	U	K	P	R	B	D	L	G
	S	S ^S	S ^M	S ^U	S ^K	S ^P	S ^R	S ^B	S ^D	S ^L	S ^G
Rynek międzynarodowy	M	M ^S	M ^M	M ^U	M ^K	M ^P	M ^R	M ^B	M ^D	M ^L	M ^G
Rynek Unii Europejskiej	U	U ^S	U ^M	U ^U	U ^K	U ^P	U ^R	U ^B	U ^D	U ^L	U ^G
Rynek krajowy	K	K ^S	K ^M	K ^U	K ^K	K ^P	K ^R	K ^B	K ^D	K ^L	K ^G
Rynek ponadregionalny	P	P ^S	P ^M	P ^U	P ^K	P ^P	P ^R	P ^B	P ^D	P ^L	P ^G
Rynek regionalny	R	R ^S	R ^M	R ^U	R ^K	R ^P	R ^R	R ^B	R ^D	R ^L	R ^G
Rynek subregionalny	B	B ^S	B ^M	B ^U	B ^K	B ^P	B ^R	B ^B	B ^D	B ^L	B ^G
Rynek ponadlokalny	D	D ^S	D ^M	D ^U	D ^K	D ^P	D ^R	D ^B	D ^D	D ^L	D ^G
Rynek lokalny	L	L ^S	L ^M	L ^U	L ^K	L ^P	L ^R	L ^B	L ^D	L ^L	L ^G
Firmy układu lokalnego	G	G ^S	G ^M	G ^U	G ^K	G ^P	G ^R	G ^B	G ^D	G ^L	G ^G

Źródło: opracowanie własne

Właściwie funkcjonujące i rozwijające się przedsiębiorstwa stwarzają dla układu lokalnego określone korzyści ekonomiczne (podatki, dostosowanie infrastruktury technicznej do potrzeb przedsiębiorstwa, przy czym korzysta z niej także społeczeństwo), społeczne (aktywizacja zawodowa bezrobotnych, możliwości podnoszenia czy zdobywania kwalifikacji zawodowych, zwiększanie strumieni finansowych płynących do gospodarstw domowych) i kulturowych (podnoszenie kultury osobistej w nowym miejscu pracy, organizacja i wspieranie działalności artystycznej, sportowej i in.).

Analityczny obraz funkcjonowania przedsiębiorstwa w układzie lokalnym bardziej precyzyjnie określa czynniki rozwoju przedsiębiorstwa w układzie lokalnym i zwraca uwagę na podstawowe składniki kosztów uzyskania przychodów, źródła finansowania oraz rynki zaopatrzenia i zbytu (tab. 3).

Tab. 3. Miejsce przedsiębiorstwa w układzie lokalnym



Źródło: opracowanie własne

W zależności od potrzeb analitycznych poszczególne elementy można określić bardziej szczegółowo (np. które działania polityki gospodarczej czy instrumenty prawne umożliwiają rozwój, ograniczają czy uniemożliwiają prowadzenie działalności gospodarczej). Duży wpływ na zachowania przedsiębiorstw w układzie lokalnym mają zasoby finansowe ludności i instytucji, umożliwiające zwiększanie chłonności rynku. Istotna dla rozwoju działalności gospodarczej jest także znajomość funkcjonowania podmiotów gospodarczych w konkretnych uwarunkowaniach lokalnych. Stąd często decyzje lokalizacyjne podejmowane przez właścicieli

Tab. 4. Funkcjonowanie przedsiębiorstwa w układzie lokalnym i otoczeniu

Czynniki rozwoju przedsiębiorczości układów lokalnych	Układ lokalny	Klimat społeczny dla rozwoju przedsiębiorczości	Otoczenie przedsiębiorstwa	Dostępność do zasobów wiedzy technicznej, ekonomicznej, społecznej	Zwiększenie popytu	Podnoszenie poziomu i jakości życia																							
							Czynniki rozwoju przedsiębiorstwa w układzie lokalnym	Przedsiębiorstwo	Źródła finansowania	kapitał własny kredyty dotacje UE	Rynki zbytu i zaopatrzenia	lokalny ponadlokalny subregionalny regionalny krajowy międzynarodowy, kraje; rozwinęte rozwijające się słabo rozwinięte																	
													Rodzaje działalności gospodarczej	poziom techniczny	amortyzacja materiały, energia usługi obce wynagrodzenia i narzuty odsetki od kredytów pozostałe koszty finansowe	Mechanizm konkurencji	cena jakość produktów nowoczesność produktów												
																		Koszty uzyskania przychodów	aktywizacja zasobów pracy dochody ludności z pracy modernizacja infrastruktury dochody finansowe gminy podnoszenie atrakcyjności dla lokalizacji różne formy współpracy firm lokalnych										
																				Korzyści układu lokalnego	Zwiększenie popytu								
																						Wybrane składniki rzeczowe aktywów trwałych	grunty i tereny budynki urządzenia techniczne inne środki trwałe pozostałe						
																								dochody układu lokalnego	własne dotacje budżetu państwa funduszy celowych inne subwencje ogólne dofinansowanie własnych zadań				
																										zasoby intelektualne	świadomość społeczna i kulturowa poziom rozwoju społeczno-gospodarczego poziom i jakość edukacji zasoby finansowe ludności, firm, instytucji poziom i jakość życia jakość elit lokalnych, w tym samorządowych polityka gospodarcza i społeczna jakość i stabilność stanowiącego prawa instytucje administracyjne i pozarządowe		
																												zasoby finansowe ludności, firm, instytucji	poziom i jakość życia
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										
poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																												
		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																										
				poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																								
						poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																						
								poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																				
										poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																		
												poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji																
														poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji														
																poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji												
																		poziom i jakość edukacji	poziom i jakość edukacji										

Źródło: opracowanie własne

nie zawsze dają zadowalające rezultaty i często prowadzą do zaniechania działalności gospodarczej. Na zmieniające się uwarunkowania funkcjonowania i rozwoju działalności gospodarczej w znacznym stopniu wpływają również pozytywne lub negatywne impulsy płynące z otoczenia⁴ (tab. 4).

Należy zaznaczyć, że różne typy przedsiębiorstw muszą spełniać określone warunki dla prowadzenia działalności gospodarczej i kształtować odpowiednie relacje z otoczeniem. Przykładowo zakłady mięsne poddawane są kontroli i muszą spełniać określone normy sanitarne oraz normy dotyczące wyposażenia technicznego, dzięki czemu produkcja może być kierowana na rynek lokalny, krajowy i międzynarodowy. Na tej podstawie określa się ich możliwości produkcyjne przez przyznawanie im określonych wielkości jednostek ubojowych.

Przy skupie zwierząt z gospodarstw domowych przez przedstawicieli zakładów mięsnych wymagane są świadectwa zdrowia zwierząt wydawane przez lekarza weterynarii, dokonuje się kontroli zgodności oznakowania zwierząt z wpisami w świadectwie zdrowia oraz ocenia się ich klasę, co wpływa na podnoszenie kultury rolnej gospodarstw domowych. Zakłady mleczarskie wymagają określonej klasy mleka o ustalonej liczebności kultur bakteryjnych, co umożliwia produkcję określonych wyrobów.

Podobnie przy dostawach owoców i warzyw dla przemysłu przetwórczego dokonywana jest ich kontrola pod względem zawartości substancji chemicznych, które mogą wynikać z obfitego stosowania nawozów czy nadmiernej częstotliwości stosowania środków ochrony roślin.

Działania te nasilają powiązania gospodarstw rolniczych z zakładami przemysłowymi, dzięki czemu wpływają na podnoszenie poziomu kultury produkcji rolniczej, stosowanie określonych zasad upraw i hodowli, utrzymanie reguł sanitarnych oraz jakości oferowanego surowca. Niezbędne jest w tym zakresie ciągle doskonalenie wiedzy i umiejętności, a także korzystanie z usług weterynaryjnych, sanitarnych i agrotechnicznych. Nasila to konieczność racjonalnego współdziałania przedsiębiorstwa z elementami układu lokalnego i z otoczeniem.

Uwagi końcowe

Przedstawione rozważania ilustrują złożony proces funkcjonowania i rozwoju działalności gospodarczej podmiotów gospodarczych oraz instytucji, a także ich wpływ na zmiany struktury wewnętrznej układu lokalnego w nawiązaniu do współczesnych wyzwań rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Znajomość tego mechanizmu umożliwia stwarzanie przez władze samorządowe, organizacje społeczne i pozarządowe oraz społeczeństwo układu lokalnego najkorzystniejszych warunków dla rozwoju oraz budowania kapitału społecznego. Naczelnym celem tych działań winno być tworzenie najlepszych warunków dla pobudzania procesów rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego, kształtowania konkurencyjnych struktur, które będą prowadzić do podnoszenia jakości i poziomu życia społeczeństwa układów lokalnych.

⁴ W jednej z gmin położonych na peryferiach powiatu w latach ożywienia gospodarczego 2007–2010 założono 290 podmiotów gospodarczych, a wykreślono z ewidencji 139 podmiotów. Kryzys w tej gminie zaznaczył się z pewnym opóźnieniem, stąd w 2011 r. założono tylko 24 podmioty gospodarcze, a wykreślono z ewidencji 162 podmioty. Szczególnie silnie proces ten uwidocznił się w budownictwie, w którym liczba firm w tych latach zwiększyła się o 55, a tylko 12 podmiotów zostało wykreślonych, podczas gdy w 2011 r. założono tylko 7 podmiotów, a wykreślono z ewidencji 27, ale niektóre z tych podmiotów zasiliły szarą strefę. Również w handlu liczba podmiotów odpowiednio wzrosła o 67, a wykreślono 50, natomiast w 2011 r. założono tylko 12 podmiotów, a wykreślono z ewidencji 58. Również założono w tym czasie 10 podmiotów informatycznych, a wykreślono tylko 2, natomiast w 2011 r. nie pojawił się żaden nowy podmiot tego typu, a wykreślono 3 podmioty tej kategorii. Tego typu działalność daje również możliwości działania w szarej strefie.

Literatura

References

- Brdulak, J., Kulikowski, M. (red.) (2004). *Przedsiębiorczość – stymulatorem rozwoju*. Instytut Wiedzy SGH, Warszawa.
- Czapiński, J. (2015, 8 września). Wywiad A. Kinasiewicza: Prekariat raczej nie wybuchnie. Życie przed nami. *Gazeta Wyborcza*.
- Czarnecka, A., Kłodziński, M. (2010). Przedsiębiorczość pozarolnicza na obszarach wiejskich regionów zielonych płuc. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, 3, 63–78.
- Debelle, L., Fircowicz, W., Maj, R., Richard, H., Woźniak, M., Ziolo, Z. (1996). Kooperatywa SCARA, być może wzór do naśladowania PAN Oddz. w Krakowie. *Prace Komisji Nauk Ekonomicznych*, 21. dmp. (2015, 26 lutego). Nadprodukcja bije rekordy, *Rzeczpospolita*.
- Dobrowolska, M. (red.) (1968). Demograficzno-osadnicze problemy w Tarnobrzeskim Rejonie Siarkowym. *Zeszyty Badań Rejonów Uprzemysławianych*, 29.
- Fierla, I., Kuciński, K. (red.) (1999). *Lokalne uwarunkowania przedsiębiorczości. Monografie i opracowania*, Warszawa: SGH, 499.
- Fierla, I. (red.) (1996). *Zmiany uwarunkowań lokalizacji przemysłu w Polsce, cz. II. Monografie i opracowania*, Warszawa: SGH, 408.
- Fierla, I. (red.) (1994). *Zmiany uwarunkowań lokalizacji przemysłu w Polsce, cz. I. Monografie i opracowania*, Warszawa: SGH, 387.
- Fircowicz, W., Maj, R., Woźniak, M., Ziolo, Z. (red.) (2006). Rolnictwo w departamencie Aube – rozwój i perspektywy. *Studia Regionalne i Lokalne Polski Południowo-Wschodniej*, Dzierżków – Kraków.
- Gajewski, E., Świdrak, W. (1962). *130 lat Autosanu, Księga pamiątkowa*. Sanok.
- Golachowski, S., Zagożdżon, A. (red.) (1974). Dolnośląski Okręg Miedziowy 1960–1970, początki przemian społeczno-ekonomicznych. *Seria „Problemy Rejonów Uprzemysławianych”*. PAN, Komitet Badań Rejonów Uprzemysławianych, Warszawa: PWN.
- Ignar, S. (1962). W sprawie badań naukowych w rejonach uprzemysławianych. *Zeszyty Badań Rejonów Uprzemysławianych*, 2.
- Kamińska W. (2006). Pozarolnicza indywidualna działalność gospodarcza w Polsce w latach 1988–2003. *Prace Geograficzne*, 203.
- Kamińska, W., Heffner, K., (red.) (2010). Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, CXXVII.
- Kamińska, W., Heffner, K., (red.) (2012). Wiejskie rynki pracy – zasoby, aktywizacja, nowe struktury. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, CXLV.
- Kudelfo, J. (2003). Położenie centrów wzrostu społeczno-gospodarczego wschodniego pogranicza jako wyraz kształtującego się ładu przestrzennego. *Biuletyn Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 205, 176–182.
- Kudelfo, J. (2013). Uwarunkowania i kierunki rozwoju województw Polski Wschodniej jako regionów słabo rozwiniętych. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, CLI.
- Lachert, Z., Dembrowska, Z. (1973). *Urbanizacja a rolnictwo. Powiat płocki 1960–1965*, PAN, Komitet Badań Rejonów Uprzemysławianych, Warszawa.
- Maj, R., Woźniak, M., Ziolo, Z. (2010). Zarys koncepcji organizacji produkcji PX w strukturze regionalnego kompleksu energetyczno-agrarno-przemysłowego. W: E.R. Grela (red.), *Lucerna w żywieniu ludzi i zwierząt. Studia Regionalne i Lokalne Polski Południowo-Wschodniej*, Lublin – Sandomierz, 94–102.
- Maj, R., Woźniak, M., Ziolo, Z. (2012). Gospodarstwa neoprofesjonalne w strukturze kompleksu energetyczno-agrarno-przetwórczego. W: E.R. Grela, E. Krawczuk-Vasilew (red.), *Odnawialne źródła energii w rolnictwie i ochrona środowiska. Studia Regionalne i Lokalne Polski Południowo-Wschodniej*, Lublin–Susiec, 10, 25–36.

- Maj, R., Ziolo, Z. (1991). Koncepcja organizacji gminnego ośrodka przemysłu rolno-spożywczego. W: Z. Ziolo (red.), *Problemy przemysłu rolno-spożywczego w badaniach geograficznych* Centralny Ośrodek Metodyczny Studiów Nauczycielskich w Krakowie, Komisja Geografii PTG, Kraków – Warszawa, 143–150.
- Możyłowski, P. (2013). Prawno-administracyjne bariery prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce w świetle opinii przedsiębiorców oraz raportów Doing Business. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 48–61.
- Nowak, M.J. (2015, 24–27 grudnia). O niechlujności ustawodawcy słów kilka, *Rzeczpospolita*.
- Plaźiak, M., Rachwał, T. (2015). „Przedsiębiorczy region” – zarys koncepcji w świetle analizy roli przedsiębiorczości w krajowej strategii rozwoju regionalnego, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 37–49.
- Rachwał, T. (2008). Problematyka badawcza funkcjonowania przedsiębiorstw przemysłowych, *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 11, 53–85.
- Rachwał, T. (2009). Rola przedsiębiorstw przemysłowych w kształtowaniu obszarów metropolitalnych. W: Z. Makiela (red.), *Potencjalne metropolie ze szczególnym uwzględnieniem Polski Wschodniej*, *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, CXXV, 121–135.
- Rachwał, T. (2013). Rola przedsiębiorstw przemysłowych w rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 189–211.
- Stanisławska, A. (2016, 19 stycznia). Prosto z satelity do Polski, *Gazeta Wyborcza, Nauka dla każdego*.
- Ziolo Z. (red.) (1978). *Przemiany społeczno-ekonomiczne Tarnobrzezskiego Rejonu Uprzemysławianego. Seria „Problemy Rejonów Uprzemysławianych”*, PAN, Komitet Badań Rejonów Uprzemysławianych, Warszawa: PWN.
- Ziolo, Z. (1991). Zarys koncepcji kompleksu rolniczo-przemysłowego w układzie regionalnym. W: Z. Ziolo (red.), *Problemy przemysłu rolno-spożywczego w badaniach geograficznych*, Centralny Ośrodek Metodyczny Studiów Nauczycielskich w Krakowie, Komisja Geografii PTG, Kraków – Warszawa, 131–142.
- Ziolo, Z. (2010). Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich. W: W. Kamińska, K. Heffner (red.), *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, CXXVII.
- Ziolo, Z. (2012). Kształtowanie wiejskich rynków pracy na przykładzie wybranych województw. W: W. Kamińska, K. Heffner (red.), *Wiejskie rynki pracy – zasoby, aktywizacja, nowe struktury*. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, CXLV, 106–141.
- Ziolo, Z., Rachwał, T. (red.) (2010). Procesy transformacji przemysłu i usług w regionalnych i krajowych układach przestrzennych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 15.
- Ziolo, Z., Rachwał, T. (red.) (2015). Rola przedsiębiorczości w rozwoju społeczno-gospodarczym układów przestrzennych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11.

Zbigniew Ziolo, prof. dr hab., Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Doktor nauk przyrodniczych, doktor habilitowany i profesor nauk ekonomicznych. Jego zainteresowania badawcze to: gospodarka przestrzenna, geografia ekonomiczna, polityka społeczno-gospodarcza, ekonomika i polityka rozwoju regionalnego.

Zbigniew Ziolo, professor, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. He holds a ScD title. He is also a professor of Economics. His research interests include: land management, economic geography, socio-economic policies, economics and policies of regional development.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: ziolo@up.krakow.pl

JACEK SOŁTYS

Politechnika Gdańska, Polska ■ Gdansk University of Technology, Poland

SŁAWOMIR DOROCKI

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Wskaźnik przedsiębiorczości w jednostkach terytorialnych Polski – zróżnicowanie w czasie i przestrzeni

Indicator of Entrepreneurship in the Polish Territorial Units – Diversity in Time and Space

Streszczenie: Przedmiotem artykułu jest analiza zjawiska prowadzenia działalności gospodarczej przez osoby fizyczne, mierzonego wskaźnikiem liczby tych osób na 100 osób w wieku produkcyjnym. Wskaźnik ten nazywany jest nieraz wskaźnikiem przedsiębiorczości, mimo że mierzy tylko jeden z jej przejawów. Badania prowadzono w układzie podregionów, powiatów i gmin (według ich rodzaju, z wyodrębnieniem miast w gminach miejsko-wiejskich). Celem badań było poznanie zróżnicowania badanego wskaźnika w czasie, przestrzeni, w zależności od rodzaju jednostki terytorialnej i wielkości miasta (w przypadku miast) oraz uzyskanie odpowiedzi na pytania: Czy można zauważyć i wyjaśnić prawidłowości? Czy można stwierdzić stan nasycenia w niektórych jednostkach? Jako metody stosowano: analizy statystyczne rozkładów wskaźników stanu i dynamiki, wykresy, analizy kartograficzne oraz badanie korelacji wskaźników stanu i dynamiki ze sobą oraz z liczbą ludności miast, bezrobociem, PKB (dla podregionów) i dochodami własnymi gmin. Stwierdzono duże zróżnicowanie wskaźników i następujące prawidłowości: wskaźniki stanu w miastach są wyższe niż na wsi, nie ma korelacji z wielkością miast, najwyższe wskaźniki występują na obszarach turystycznych i metropolitalnych, a najniższe – we wschodniej Polsce. Niewiele jest prawidłowości w dynamice zjawiska. Przedsiębiorczość przejawiająca się w tworzeniu firm w większym stopniu niż czynnikiem rozwoju jest efektem rozwoju wywołanym przez inne czynniki.

Abstract: The subject of the article is to analyze the phenomenon of economic activity by natural persons, measured by an indicator of the number of these persons to 100 persons at working age. This indicator is sometimes called the indicator of entrepreneurship, although it only measures one of its aspects. The study was conducted on the level of sub-regions, poviats (counties) and gminas (municipalities – according to their kinds, including towns in urban-rural gminas). The objective of the study was to recognize the diversity in the examined indicator in time and space, depending on the kind of a territorial unit and the size of the town (in case of towns) as well as to obtain the answers to the following questions: Can any regularity be noticed and explained? Can the state of saturation be verified in some units? The methods of research included: statistical analysis of indicators of states and dynamics, charts, cartographic analysis, and examining the correlation of indicators of states and dynamics with each other and with the towns' population, unemployment, GDP (subregions) and the revenue of municipalities. A large diversity of indicators and the following regularity were found: indicators in towns are generally higher than in rural areas, there is no correlation with the size of towns; the highest indicators are in metropolitan and tourist areas, the lowest – in the East of Poland. There are little regularities in the dynamics of the phenomenon. Entrepreneurship as a creation of companies rather than a factor of development is the result of development caused by other factors.

Słowa kluczowe: działalność gospodarcza; gmina; podmioty osób fizycznych; podregion; Polska; powiat; przedsiębiorczość – wskaźnik

Key words: county; economic activity; entities of natural persons; entrepreneurship – indicator; municipality; Poland; sub-region

Otrzymano: 22 listopada 2015

Received: 22 November 2015

Zaakceptowano: 6 marca 2016

Accepted: 6 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Sołtys, J., Dorocki, S. (2016). Wskaźnik przedsiębiorczości w jednostkach terytorialnych Polski – zróżnicowanie w czasie i przestrzeni. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 18–35.

Wstęp

Przedmiotem artykułu jest analiza zjawiska prowadzenia działalności gospodarczej przez osoby fizyczne mierzonego przez wskaźnik liczby tych osób na 100 osób w wieku produkcyjnym. Wskaźnik ten zwany będzie krócej liczbą przedsiębiorców na 1000 ludności w wieku produkcyjnym, a najkrócej – wskaźnikiem badanym lub wskaźnikiem stanu w odróżnieniu od wskaźnika dynamiki. Nazywanie wymienionego wskaźnika wskaźnikiem przedsiębiorczości jest uproszczeniem, nie tylko dlatego, że trudno nazwać przedsiębiorczością samozatrudnienie wymuszane przez niektórych pracodawców, ale również dlatego, że przedsiębiorczość jest pojęciem złożonym, wieloaspektowym, a zakładanie i prowadzenie przedsiębiorstw jest tylko jednym z jej przejawów (Kudłacz, Reško, 2007; Dorocki, Brzegowy, 2014; Płaziak, Rachwał, 2015). Często jednak w literaturze przyjmuje się taką nazwę badanego wskaźnika lub jego odmian, np. uwzględniających ogół podmiotów gospodarczych (Iwańska, Bieńkowska, 2010; Salamon, 2009) lub wszystkich podmiotów gospodarki narodowej według GUS (co nie jest właściwe, ponieważ obejmują one m.in. instytucje publiczne, wspólnoty mieszkaniowe, organizacje i stowarzyszenia), odnoszonych czasem do ogółu ludności.

W Polsce dynamiczny wzrost liczby osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą nastąpił po przemianie ustrojowej, ale proces zaczął się po przyjęciu ustaw gospodarczych rządu Rakowskiego na przełomie 1988 i 1989 r. Liczba badanych firm w skali kraju wciąż wykazuje tendencję rosnącą. Jednym z motywów podjęcia badań jest duża rola, jaką strategie, polityki i programy rozwoju odgrywają w tworzeniu nowych firm. Można zadać pytanie, czy rola ta nie jest nadmierna, zważywszy, że: 1) większość osób prowadzi działalność jednoosobowo (nie są to więc firmy mogące być motorami rozwoju, działają one głównie w sektorze endogenicznym); 2) tworzeniu nowych firm towarzyszy likwidacja firm istniejących: w 2011 r. tylko 77% firm przeżywało rok, 54% – 2 lata, 32% – 5 lat (*Raport...*, 2013); 3) Polska znajduje się już w czołówce europejskiej pod względem zakładania i zamiarów założenia firmy (*Raport...*, 2013); 4) udział osób przedsiębiorczych w populacji jest ograniczony. Pojawia się zatem pytanie o to, w jakiej skali przyrosty liczby firm są jeszcze możliwe i czy w niektórych jednostkach nie został już osiągnięty stan nasycenia.

Prowadzenie działalności gospodarczej przez osoby fizyczne było przedmiotem wielu badań. Dotyczyły one przeważnie jednostek terytorialnych jednego poziomu, np. województw w skali kraju lub jego części (np. Kurek, 2010; Rachwał, Boguś, 2012; Strojny, Kościółek, 2015), powiatów lub gmin w jednym województwie lub jego części (np. Kudłacz, Reško, 2007;

Krakowiak-Bal, 2007; Salamon, 2009; Iwańska, Bieńkowska, 2010; Strojny, 2010; Dorocki, Brzegowy, 2012). W odróżnieniu od powyższych publikacji w badaniach prezentowanych w niniejszym artykule zjawisko – jego stan i dynamika – analizowane było dla całej Polski na trzech poziomach: podregionów NTS3, powiatów i gmin z wyodrębnieniem miast z gmin miejsko-wiejskich w celu badania całego ich zbioru. Celem prezentowanych badań było poszukiwanie odpowiedzi na pytania:

1. Jakie jest zróżnicowanie badanego wskaźnika w czasie i przestrzeni?
2. Czy ma miejsce i jakie jest zróżnicowanie badanego wskaźnika w zależności od rodzaju jednostki terytorialnej i wielkości miasta (w przypadku miast)?
3. Czy można zauważyć i wyjaśnić prawidłowości?
4. Czy można stwierdzić stan nasycenia w niektórych jednostkach?

Celem badań nie było natomiast wyjaśnienie przyczyn zróżnicowania badanego zjawiska. Wymaga ono obszerniejszych badań opartych na szerokim materiale źródłowym.

Źródłem informacji był Bank Danych Lokalnych GUS (Bank) opierający się na REGON-ie, mimo iż zgłaszano zastrzeżenia co do prawdziwości zawartych tam danych (Kudłacz, Reško, 2007) wobec braku mechanizmu wymuszającego wyrejestrowanie podmiotu po zaprzestaniu działalności. Wprowadzenie tzw. jednego okienka i weryfikacja przeprowadzona przez GUS w 2011 r. uwiarygodniały informacje dla tegoż roku i lat następnych. Lata objęte badaniem (2002–2014) wynikają z dostępności danych w powyższym źródle. Dla gmin są to lata 2009–2014, ponieważ tylko w nich badane wielkości dla gmin miejsko-wiejskich podawane są z rozróżnieniem miast i wsi.

Jako metody stosowano: analizy statystyczne rozkładów wskaźników stanu i dynamiki, wykresy, analizy kartograficzne oraz badanie korelacji (wskaźników stanu i dynamiki ze sobą oraz z liczbą ludności miast, bezrobociem, PKB w badaniu podregionów i z dochodami własnymi gmin w badaniu gmin) z użyciem współczynnika Pearsona. Wprowadzono grupowanie położenia jednostek, rozróżniając następujące typy obszarów: 1) metropolitalne; 2) niemetropolitalne miasta wojewódzkie wraz z otoczeniem (powiat, a dla Rzeszowa podregion NTS3); 3) inne obszary tzw. pośrednie między metropolitalnymi a peryferyjnymi, w tym górniczo-przemysłowe (podregiony NTS3: bielski, częstochowski, legnicki i rybnicki); 4) peryferyjne – poza powyższymi. Za obszary metropolitalne uznano te wskazane w *Koncepcji przestrzennego zagospodarowania kraju 2030 (Koncepcja..., 2011)*, a ich granice przyjęto według Unii Metropolii Polskich (Młodak, 2012), nie tylko z powodu operowania pełnymi podregionami, ale i ze względu na lepsze dostosowanie takiego układu do rozkładu badanego zjawiska i wyjaśnianie go. Wyróżniono też obszar tzw. Polski Wschodniej za *Programem Rozwoju Polski Wschodniej (Rozwój..., 2015)* oraz powiaty turystyczne (opisane w odpowiednim rozdziale).

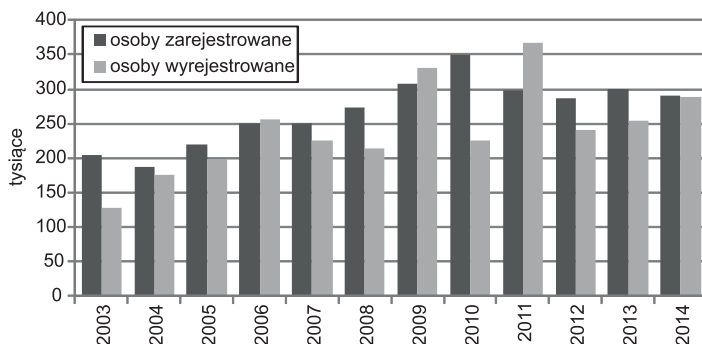
Przedsiębiorcy w skali kraju i w podregionach

W Polsce w 2002 r. było ok. 2,7 mln osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą, a w 2014 r. – prawie 3 mln. Stanowiło to w tych latach odpowiednio 93% i 87% ogółu podmiotów gospodarczych. Szacuje się, że ponad 1,5 mln, a więc większość osób fizycznych, prowadzi działalność jednoosobowo.

Przyrost lub ubytek liczby podmiotów stanowi tylko niewielką część liczby podmiotów nowo zarejestrowanych i wyrejestrowanych (ryc. 1). Liczba tych pierwszych w całym kraju rosła z roku na rok w latach 2004–2010, a po spadku w 2011 r. jest dość stabilna. Liczba podmiotów wyrejestrowanych wykazuje większą zmienność. Skokowe wzrosty w porównaniu

z poprzednim rokiem mały miejsce w latach: 2009 (co można wiązać z kryzysem) i 2011 (weryfikacja REGON-u). Przyczyniły się one do spadków liczby podmiotów (największy spadek to wynik weryfikacji w 2011 r.). Do zmian tych, poza globalnymi i regionalnymi zmianami koniunktury gospodarczej, mogły przyczynić się: zmiany przepisów, wymuszanie przez pracodawców samozatrudnienia (i jego ograniczanie bądź zaniechanie) oraz polityka wsparcia, np. okresowe ulgi dla nowych firm i dotacje dla bezrobotnych podejmujących działalność gospodarczą. Wprowadzenie takich instrumentów zwiększa liczbę powstających podmiotów, a koniec ich funkcjonowania skutkuje likwidacją wielu z nich.

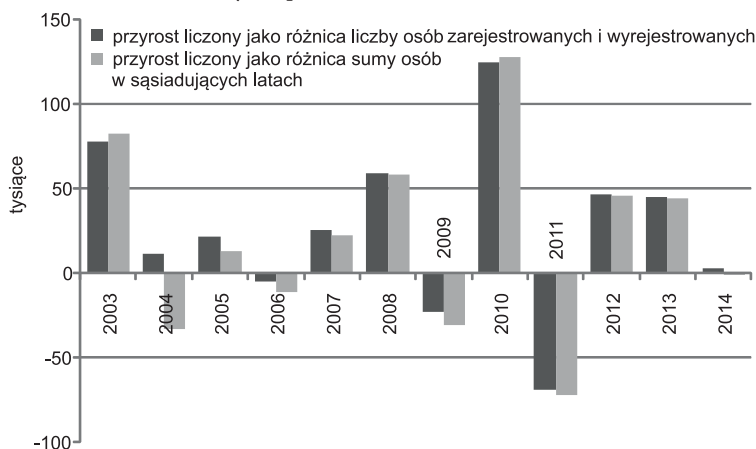
Ryc. 1. Nowo zarejestrowane i wyrejestrowane osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą w Polsce w latach 2003–2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Przyrosty liczby osób prowadzących działalność różnią się zależnie od sposobu liczenia, ale różnice nie są duże (ryc. 2). Największa rozbieżność była w roku 2004. Na różnice mógł wpłynąć przepis likwidujący rejestrację w gminach spółek cywilnych i wymuszający odrębną rejestrację każdego wspólnika jako osobę fizyczną. Pozostały natomiast spółki cywilne w REGON.

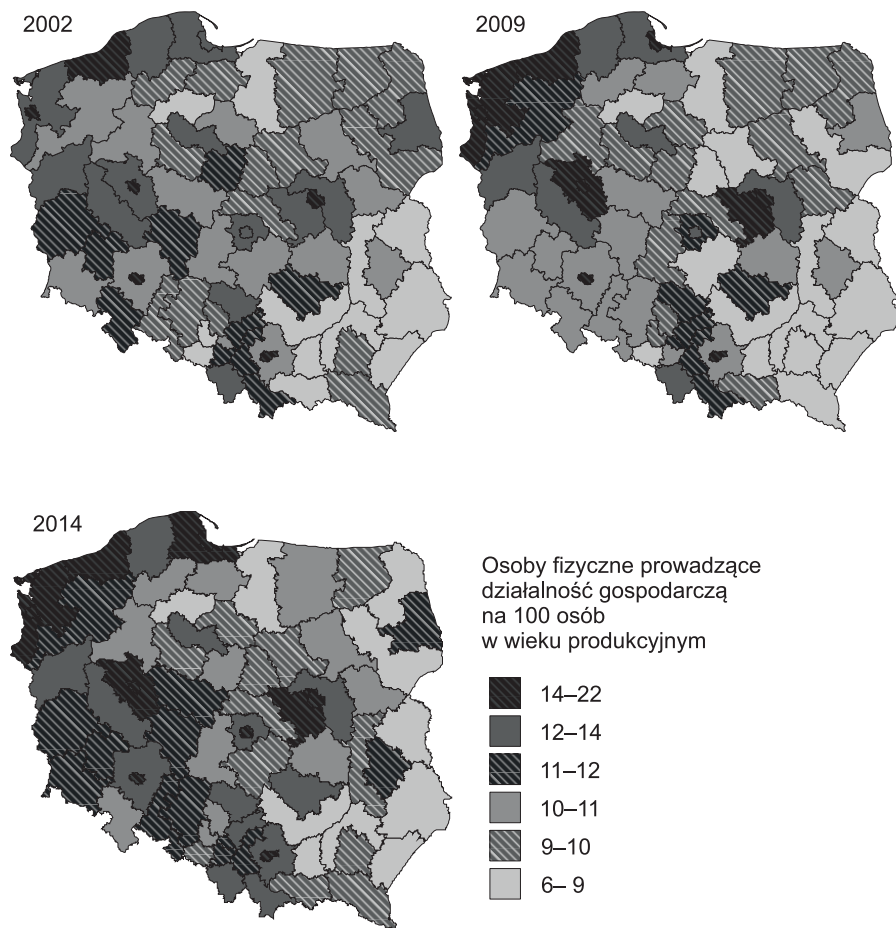
Ryc. 2. Przyrosty liczby osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą w Polsce w latach 2003–2014 liczone różnymi sposobami



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Liczba przedsiębiorców na 100 osób w wieku produkcyjnym w całym badanym okresie najwyższa była w podregionach miejskich, innych metropolitalnych i nadmorskich, najniższa – w podregionach peryferyjnych Polski Wschodniej (ryc. 3 i 4, tab. 1). Na 13 podregionów o najwyższych wskaźnikach były 2 niemetalitalne w 2002 r. (na 2 miejscu koszaliński i na 10 – bielski), w 2014 r. – tylko 1 (koszaliński, na 8 miejscu). Na najniższym, 44 miejscu wśród podregionów metropolitalnych w 2014 r. był podregion bytomski. Wśród 12 podregionów o najniższych wskaźnikach (9 i mniej) większość stanowiły podregiony peryferyjne z Polski Wschodniej: 7 w 2002 r. i 10 w 2014 r. Najwyższe miejsca podregionów z Polski Wschodniej w 2014 r. to: 24 – podregion kielecki, a z podregionów peryferyjnych: 66 – podregion krośnieński. Wielkości syntetycznie charakteryzujące grupy podregionów zawiera tabela 1.

Ryc. 3. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym wg podregionów NTS3 w 2002, 2009 i 2014 r.



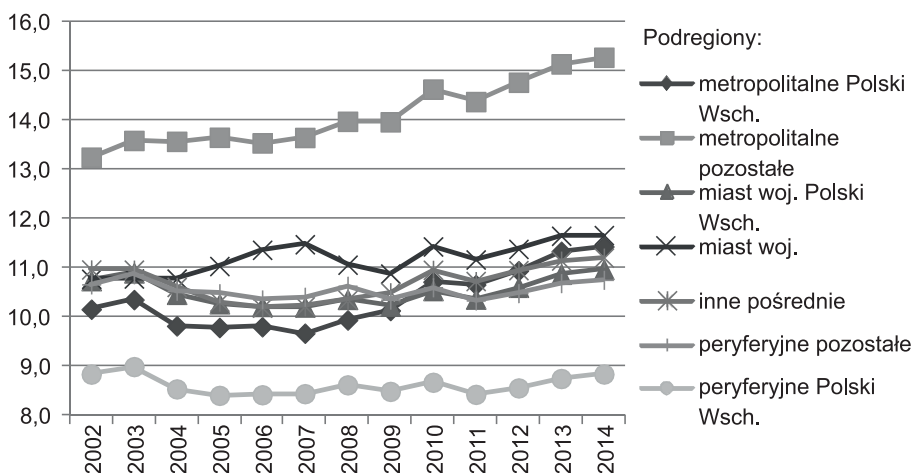
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z Banku Danych Lokalnych GUS

Tab. 1. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym – stany i dynamika w latach 2002–2014 według typów podregionów

Podregiony (wg typu)	Min.	Maks.	Średnia	Odchylenie standardowe średnie	Dynamika 2002–2014	Udział podregionów ze spadkami wskaźnika
metropolitalne	8,7	20,8	13,4	2,7	96,2	20,0
miast wojewódzkich	7,5	12,3	10,4	0,9	111,1	33,3
inne w „obszarach pośrednich”	6,9	12,7	10,8	1,5	103,8	20,0
peryferyjne Polski Wschodniej	7,2	13,8	10,8	1,6	102,2	45,5
peryferyjne pozostałe	7,3	17,2	9,7	1,7	97,9	48,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z Banku Danych Lokalnych GUS

Ryc. 4. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym – średnie arytmetyczne dla grup podregionów NTS3



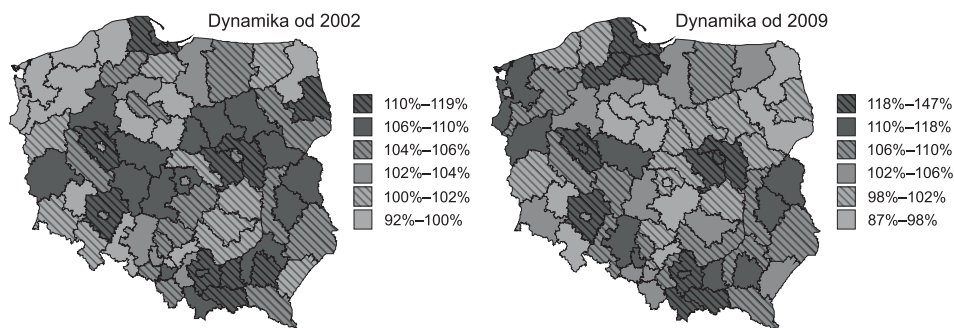
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

W analizie dynamiki rozróżnia się zmiany liczby podmiotów i zmiany wskaźnika, które różnią się z powodu zmian liczby ludności w wieku produkcyjnym. Wśród podregionów o najwyższej dynamice wskaźnika w latach 2002–2014 również dominują podregiony metropolitalne. Na 12 podregionów o dynamice powyżej 115 są tylko 2 podregiony niem Metropolitalne: na 3 miejscu znajduje się podregion nowosądecki (dynamika 123,8) i na 8 miejscu – podregion opolski (118,5). W 17 podregionach w latach 2002–2014 spadła liczba podmiotów, natomiast wskaźnik na 100 osób w wieku produkcyjnym zmniejszył się aż w 23 podregionach: 2 metropolitalnych (bydgosko-toruńskim i łódzkim), 2 – miast wojewódzkich (białostockim i zielonogórskim), w legnicko-głogowskim i 18 podregionach peryferyjnych, w tym 4 z Polski

Wschodniej. Dynamikę wskaźnika poniżej 95% miało 8 podregionów peryferyjnych, w tym 2 Polski Wschodniej (łomżyński i suwalski).

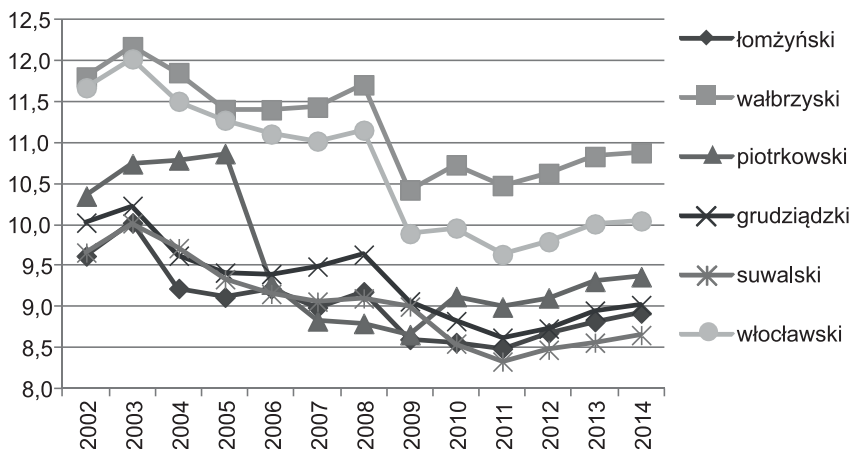
Zarówno wzrosty, jak i spadki nie trwają nieprzerwanie. Wiele podregionów miało zróżnicowane przebiegi zmienności (ryc. 5 i 6). Prawdopodobne jest, że do niektórych przynajmniej spadków między rokiem 2008 a 2009 przyczyniły się kryzys globalny i krajowe spowolnienie. Spadki liczby podmiotów w tym okresie wystąpiły w 39 podregionach, w 12 z nich przekroczyły 5% stanu z 2008 r. W roku 2008 ujemna różnica dotyczyła tylko 19 podregionów, w 7 były to spadki powyżej 5%. Największe spadki dotknęły podregiony Łódzkiego Obszaru Metropolitalnego. We wszystkich podregionach wskaźnik w roku 2014 był wyższy niż w 2011. Niemal we wszystkich podregionach o dynamice w latach 2002–2014 poniżej 100 wskaźnik rósł stale w latach 2011–2014.

Ryc. 5. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym – dynamika zmian liczby podmiotów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z Banku Danych Lokalnych GUS

Ryc. 6. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym – podregiony o najniższej dynamice



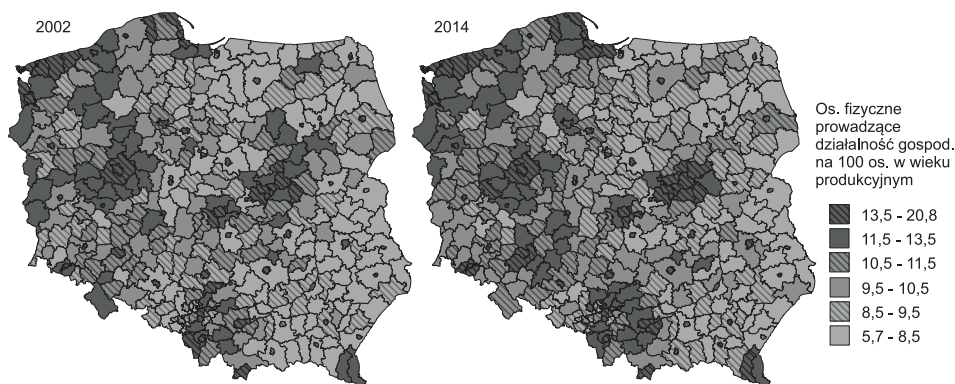
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pochodzących z Banku Danych Lokalnych GUS

Korelacja dynamiki w latach 2002–2014 ze wskaźnikami stanu w roku 2002 jest słaba (współczynnik korelacji Pearsona 0,211), a jeszcze niższa – dynamiki w latach 2009–2014 ze stanami w roku 2009 (0,108). Badania w układzie podregionów równoległe do badań w układzie powiatów i gmin uzasadnione są m.in. możliwością analizy korelacji liczby badanych firm z PKB. Była ona bardzo wysoka (współczynnik korelacji Pearsona 0,934–0,950 w latach 2002–2012). Badane podmioty współtworzą rozwój, ale inne firmy mają na niego przeważnie większy wpływ. Tak wysoka korelacja świadczy o tym, że liczba badanych firm w znacznie większym stopniu jest skutkiem rozwoju wywołanym przez inne czynniki niż czynnikiem rozwoju.

Przedsiębiorcy w powiatach

Prawidłowości w układzie powiatów są podobne jak w układzie podregionów: najwyższe wskaźniki w obszarach metropolitalnych i nadmorskich, malejące w kierunku z zachodu na wschód, generalnie wyższe w roku 2002 niż w 2014 (ryc. 7). Widoczne są wyższe wskaźniki w powiatach turystycznych, dość wysokie na pojezierzach, zróżnicowane w powiatach górskich, wyraźnie wyższe w 2014 r. w Karpatach na wschód od linii Kraków–Zakopane. Niektóre wielkości charakteryzujące grupy powiatów według ich typów przedstawiono w tabeli 2, a ich wielkości średnie w kolejnych latach – na rycinie 8.

Ryc. 7. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym w latach 2002–2014 według powiatów w roku 2002 i 2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Najbardziej zróżnicowane grupy stanowią powiaty grodzkie metropolitalne i ziemskie turystyczne (10 nadmorskich, 17 górskich i 13 pojeziernych, do których zaliczono powiaty z większymi jeziorami: drawski, szczecinecki, bytowski, chojnicki, człuchowski, kościerski, iławski, ostródzki, elcki, giżycki, piski, węgorzewski, mrągowski). Najbardziej jednorodna jest grupa 11 powiatów z otoczenia miast wojewódzkich, ale i tu wskaźniki maksymalne są dwukrotnie wyższe od wskaźników minimalnych. Podobną grupę stanowi 11 powiatów ziemskich na pozostałych obszarach uznanych za pośrednie między metropolitalnymi a peryferyjnymi. Ich wskaźniki o skrajnych wartościach są nieznacznie wyższe i w 3 powiatach spadły. W powiatach z otoczenia miast wojewódzkich spadek był tylko w powiecie łąncuckim, a cała ta

grupa odnotowała dynamikę zbliżoną do najwyższych – powiatów metropolitalnych grodzkich i ziemskich. Podobne do siebie są też grupy powiatów grodzkich miast wojewódzkich i innych obszarów pośrednich. Względnie jednorodne są największe grupy powiatów, mimo ich liczebności: 66 powiatów peryferyjnych Polski Wschodniej i 129 pozostałych powiatów peryferyjnych, choć i tu wskaźniki maksymalne są prawie trzykrotnie wyższe od minimalnych. Wartości skrajne oraz średnia stawiają grupę powiatów peryferyjnych Polski Wschodniej na ostatnim miejscu pod względem badanego wskaźnika.

Tab. 2. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym w latach 2002–2014 – stany i dynamika według typów powiatów

Powiaty (wg typu)		W całym okresie 2002–2014				Dynamika	
		min.	maks.	średnia	odchylenie standardowe średnie	2002–2014 (2002 = 100)	od min. do maks.
grodzkie	metropolitalne	6,8	20,8	15,0	3,33	116,4	116,4
	miast woj.	11,8	17,6	14,2	1,48	103,0	108,2
	inne w obszarach pośrednich	7,3	16,9	12,4	2,78	103,0	110,8
	peryferyjne	9,2	20,5	13,0	2,28	98,1	107,1
ziemskie	metropolitalne	5,5	20,1	12,1	2,47	115,5	115,5
	miast woj.	6,2	12,9	8,8	1,40	114,5	118,2
	inne pośrednie	7,5	14,3	9,8	1,68	103,5	110,8
	turystyczne	6,6	22,2	11,1	3,41	102,5	105,6
	peryferyjne wschodnie	4,4	13,1	8,2	1,47	102,1	106,7
	peryferyjne pozostałe	4,9	14,6	10,0	1,60	101,1	106,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Wśród powiatów ziemskich o wskaźniku powyżej 15 w 2002 r. były 4 powiaty na obszarach metropolitalnych i 6 powiatów na obszarach turystycznych (z wyjątkiem powiatu tatrzańskiego) – nadmorskich (powiat pucki tu liczono w obu tych obszarach). W 2014 r. wskaźnik 15 przekroczyło jeszcze 6 powiatów na obszarach metropolitalnych i 1 na obszarach turystycznych. W kolejnych 15 powiatach (wskaźnik powyżej 13,2) tylko 2 powiaty (wolsztyński i wrzesiński) są poza obszarami metropolitalnymi i turystycznymi. W 152 powiatach ziemskich badany wskaźnik w 2014 r. wynosił 10 lub więcej.

W 2002 r. badany wskaźnik nie osiągnął wartości 7,5 w 40 powiatach ziemskich, wśród których 70% stanowiły powiaty Polski Wschodniej. W 2014 r. tylko 21 powiatów miało wskaźnik poniżej 7,5, ale były wśród nich tylko 2 powiaty spoza Polski Wschodniej: zwoleński z województwa łódzkiego i dąbrowski z województwa małopolskiego.

Zwraca uwagę niska dynamika wzrostu wartości średnich wskaźnika dla większości analizowanych grup (poza trzema wyżej wymienionymi) pomiędzy latami skrajnymi badanego okresu. Jej zmienność we wszystkich latach okresu ilustruje rycina 8.

Najwyższe były i niemal nieprzerwanie rosły (z wyjątkiem spadku w 2011 r. w wyniku weryfikacji REGON-u) średnie powiatów grodzkich metropolitalnych (ryc. 9 i 10). Średnia pozostałych powiatów grodzkich, niewiele niższa niż powiatów metropolitalnych w 2002 r.,

malą do 2007, po czym wykazywała tendencję rosnącą. Tendencję rosnącą wykazywały też będące na dość wysokim poziomie powiaty ziemskie metropolitalne od roku 2006, a na poziomie niższym: powiaty ziemskie miast wojewódzkich od 2005 r. i inne ziemskie pośrednie od 2006 r. Pozostałe powiaty ziemskie wykazują stagnację średniego wskaźnika z niewielkimi wahaniami. We wszystkich typach powiatów wystąpił większy wzrost średniej w 2010 r., spadek w 2011 r. (weryfikacja) i prawie równomierny wzrost do końca 2014 r.

W latach 2002–2014 liczba badanych podmiotów wzrosła w 270 powiatach, co stanowi 71% ich liczby, natomiast wskaźnik na 100 ludności w wieku produkcyjnym wzrósł w 247 powiatach (65% ich liczby). Różnica wynika ze zmian powyższej liczby ludności. Najwyższą dynamikę zmian wskaźnika miał powiat koniński (143%), w 6 powiatach grodzkich i 33 ziemskich przekroczyła ona 120%. Dominują wśród nich powiaty metropolitalne (w tym o najwyższej dynamice: powiat wrocławski – dynamika 142,1, piaseczyński – 139,6, warszawski zachodni – 137,3 i lubelski – 134,6), są też powiaty wokół niemetropolitalnych miast wojewódzkich (gorzowski, olsztyński, opolski), turystyczne i, poza wspomnianym konińskim, kilka innych peryferyjnych: grudziądzki, krapkowicki, starogardzki, strzelecki, strzelecko-drezdenecki, włoszczowski, namysłowski i kępński. W 5 powiatach grodzkich i 26 ziemskich dynamika była poniżej 90%.

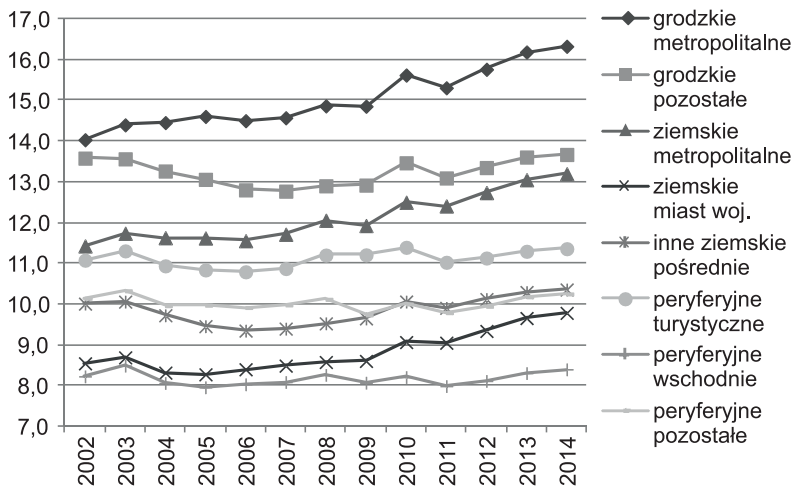
Już w tym rozdziale analizuje się dynamikę zmian wskaźników w powiatach grodzkich, ponieważ ich analiza w miastach w następnym rozdziale obejmuje krótszy okres (2009–2014). Najwyższą dynamikę w latach 2002–2014 miały powiaty grodzkie metropolitalne: Warszawa (129), Gdynia (125,1), Sopot (125,1), Piekary Śląskie (124,7), Poznań (124,3). Dużą rozpiętość miała dynamika w powiatach grodzkich Górnośląskiego Obszaru Metropolitalnego, od 102,7 w Mysłowicach po 124,0 w Gliwicach. W Bydgoszczy i Toruniu wskaźniki spadły. Niektóre tylko miasta tej grupy wykazywały wyraźną tendencję wzrostu wskaźnika (z jednym lub dwoma sporadycznymi spadkami). W wielu z nich miał miejsce wyraźny spadek z minimum między rokiem 2005 a 2009.

Bardzo podobnie zmieniały się wskaźniki Olsztyna, Rzeszowa, Białegostoku, Bielsko-Biały, Częstochowy i Legnicy. Różnice dotyczyły poziomu wskaźnika i głębokości spadku do roku 2006 lub 2007, największego w Białymstoku. W większości powiatów grodzkich peryferyjnych wskaźnik spadł, a dynamikę poniżej 90 miały: Przemyśl, Suwałki, Włocławek i Grudziądz.

Tylko w 59 powiatach obie skrajne wartości przypadają na skrajne lata badanego okresu (w 263 maksymalne i tylko w 89 minimalne). Warto zwrócić uwagę na powiaty o największej rozpiętości między wskaźnikiem minimalnym a wskaźnikiem maksymalnym. Rycina 12 przedstawia wskaźniki dla powiatów, w których iloczyn wskaźnika maksymalnego i minimalnego wynosi 1,4 lub więcej. O nierównomierności dynamiki zjawiska świadczą też wzrosty w ostatnim okresie. W latach 2009–2014 badany wskaźnik stanu wzrósł w 317 powiatach (84% ich liczby), a w latach 2011–2014 – niemal we wszystkich z wyjątkiem 11.

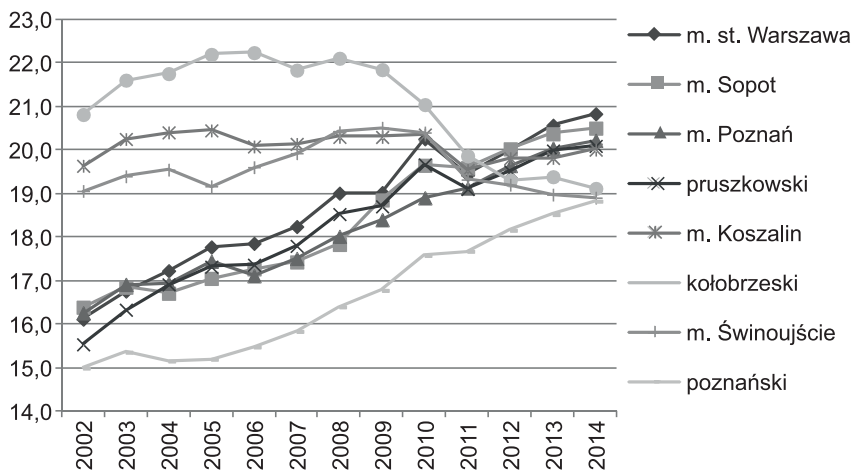
Niektóre spadki liczby podmiotów można przypisać kryzysowi. W roku 2009 spadki wystąpiły w większości powiatów, w 81 przekroczyły 5% stanu z 2008 r., w 33 – 10%, a o 1% spadła liczba firm w całym kraju. Spadki liczby firm w większości powiatów wystąpiły też jednak w roku 2004 i 2011 (weryfikacja), a spadki sumy badanych firm w całym kraju także w roku 2006. W okresie 2008–2010 spadek dotyczył już tylko 108 powiatów, w 47 powyżej 5%, w 19 – powyżej 19%. Przyczyną wzrostu liczby spadków były głównie wzrosty liczby wyrejestrowanych firm, w niektórych powiatach bardzo duże. I tak, ponad dwukrotny wzrost był w 2004 r. w 94 powiatach, w 2006 – w 32, w 2009 – w 96, w 2011 – w 40; ponad trzykrotny wzrost zanotowano w 2004 r. w 33 powiatach, a w 2009 r. – w 38.

Ryc. 8. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym w latach 2002–2014 – średnie według typów powiatów



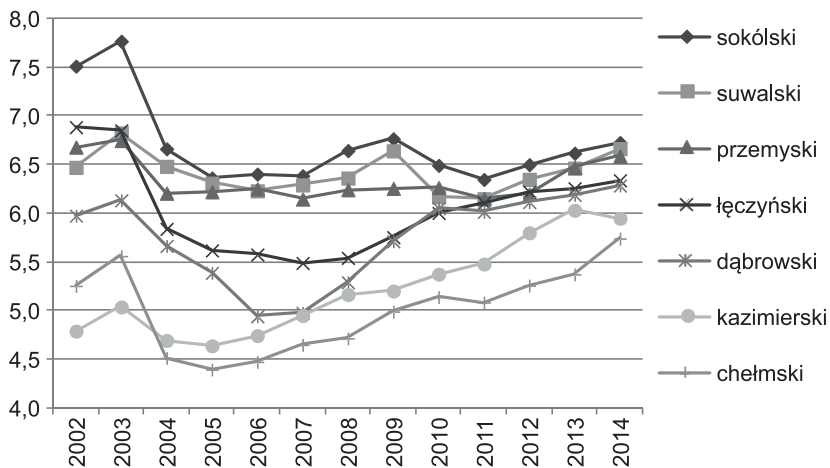
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Ryc. 9. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym w latach 2002–2014 – powiaty ziemskie o najwyższych wskaźnikach stanu



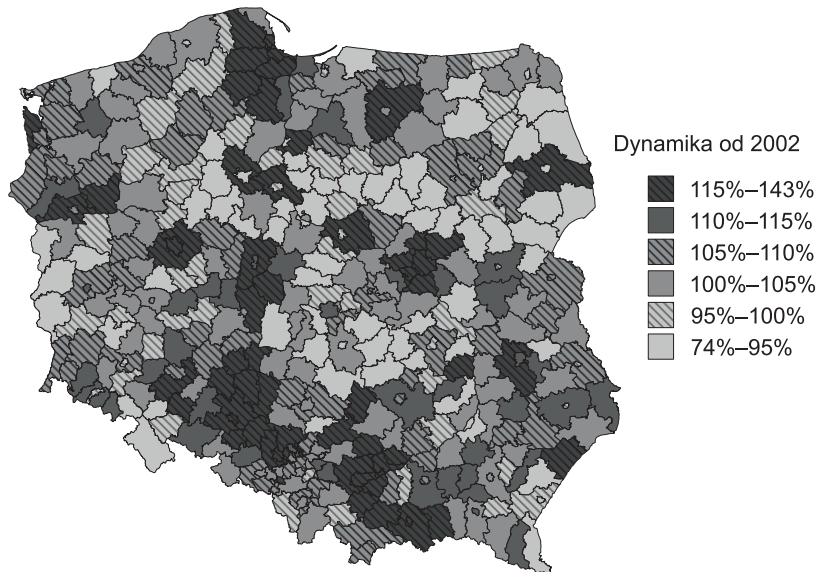
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Ryc. 10. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym w latach 2002–2014 – powiaty ziemskie o najniższych wskaźnikach stanu



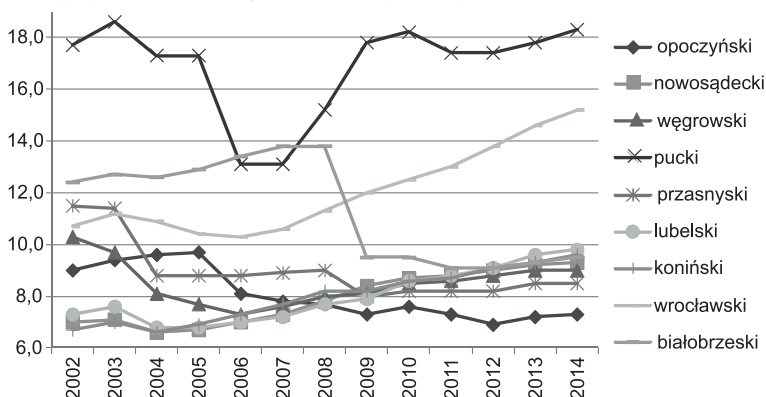
Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Ryc. 11. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym wg powiatów – dynamika w latach 2002–2014 (2002 = 100)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Ryc. 12. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym w powiatach grodzkich o największych rozpiętościach wskaźnika



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Korelacja dynamiki w latach 2002–2014 i 2009–2014 ze wskaźnikami stanu na początku tych okresów jest bardzo słaba (współczynnik korelacji Pearsona $-0,147$ i $-0,209$). Słaba jest też korelacja wskaźnika stanu z udziałem ludności miejskiej w powiatach ziemskich ($0,285$ w 2014 r.). Ujemna korelacja wskaźnika stanu ze stopą bezrobocia stopniowo rosła w latach 2004–2014 od słabej do przeciętnej (od $-0,209$ do $-0,417$).

Przedsiębiorcy w gminach

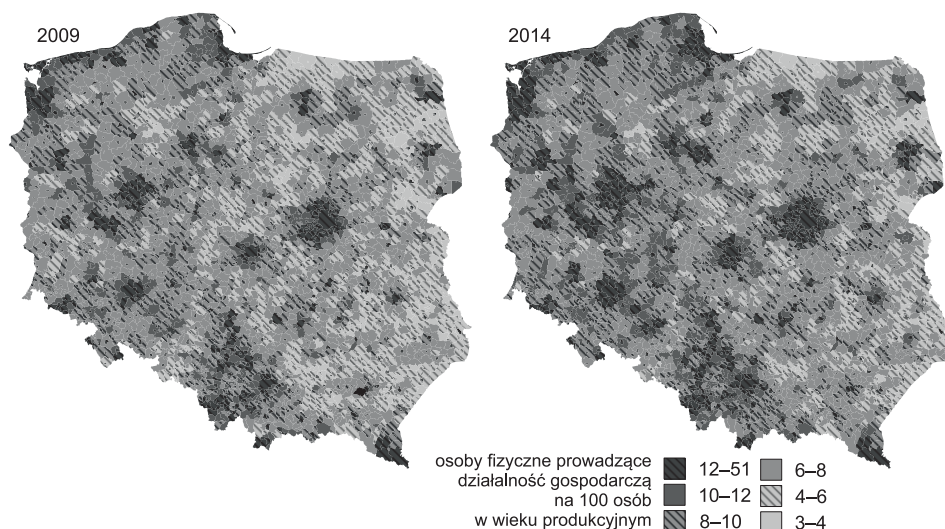
Jednym z motywów analiz w układzie gmin było zbadanie zjawiska w podziale na miasto i wieś, a w miastach – w zależności od ich wielkości. Dlatego badania prowadzono z wyodrębnieniem miast oraz części wiejskich w gminach miejsko-wiejskich. Badania dynamiki i stanu z 2009 r. nie uwzględniają 17 miast, które prawa miejskie uzyskały po tym roku, a także, w wyniku tego faktu, 17 części wiejskich w gminach miejsko-wiejskich.

Rozkład przestrzenny badanego zjawiska według gmin ilustruje rycina 13. Odczytać z niej można bardziej precyzyjnie prawidłowości analogiczne, jak w układzie powiatów. W niektórych miejscach wyraźnie widoczne są układy pasmowe wzdłuż ciągów transportowych. Można zweryfikować przyczynę wzrostu wskaźnika w karpackich powiatach: gorlickim, jasielskim i krośnieńskim – z turystyką i lecznictwem uzdrowiskowym wiązać można tylko wyższe wskaźniki w gminach Iwonicz i Rymanów. Poza nimi wyższe wskaźniki występują nie w gminach górskich, lecz na linii Gorlice–Krosno.

W badaniach ilościowych wyodrębniono cztery grupy miast: największe (powyżej 300 tys. ludności), inne duże (100–299 tys.), średnie (20–99 tys.) i małe (poniżej 20 tys.). Niektóre wielkości charakteryzujące badane grupy jednostek zawarto w tabeli 3 oraz na rycinie 14.

Najwyższe maksymalne wskaźniki mają małe miasta turystyczne, w Krynicy Morskiej, Łebie i Jastarni powyżej 40 przedsiębiorców na 1000 ludności w wieku produkcyjnym. Na 30 miast ze wskaźnikiem w 2014 r. powyżej 20 jest 15 miast turystycznych i turystyczno-uzdrowiskowych (głównie małych, z wyjątkiem Zakopanego ze wskaźnikiem 25,6 i Kołobrzegu), 13 miast w obszarach metropolitalnych (9 małych oraz Warszawa, Poznań, Sopot i Józefów; najwyższy wskaźnik ma Podkowa Leśna – 30,3) oraz Koziegłowy (między GOP a Częstochową,

Ryc. 13. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym wg gmin w 2009 i 2014 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Tab. 3. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym w latach 2002–2014 – stany i dynamika według grup jednostek

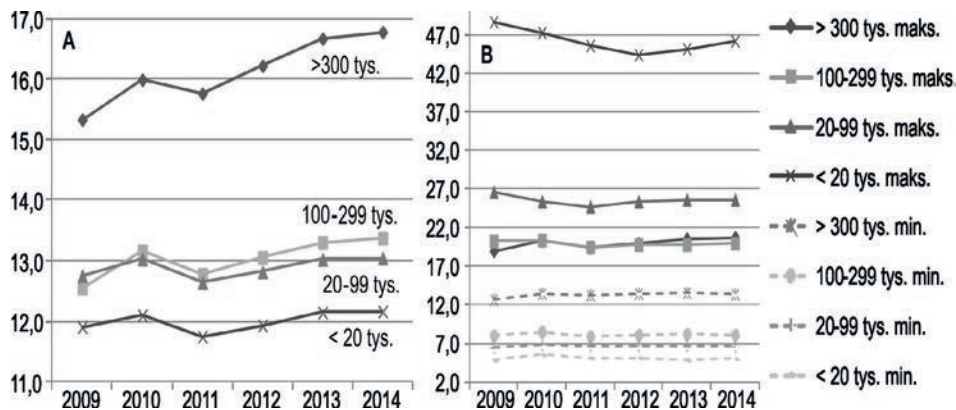
Grupa jednostek		W całym okresie 2009–2014				Dynamika 2002–2014
		min.	maks.	średnia	odchylenie standardowe średnie	
Miasta	powyżej 300 tys.	12,7	20,8	16,1	2,27	109,5
	100–299 tys.	7,9	20,4	13,0	2,55	106,6
	20–99 tys.	6,4	26,6	12,9	2,98	102,3
	poniżej 20 tys.	4,8	48,7	12,0	4,08	102,2
Gminy wiejskie		2,8	47,7	8,1	3,20	111,7
Wieś w gminach miejsko-wiejskich		1,1	30,2	7,9	2,66	112,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

wskaźnik 26,3) i Koszalin (20,0). Wśród największych miast najniższy wskaźnik miał w 2009 r. Lublin (12,7), a w 2014 r. Bydgoszcz (13,4). Wśród wszystkich miast najniższe wskaźniki miały małe miasta: Krzanowice w 2013 r. (4,8), a w 2014 r. – Pruchnik (5,0). Małe miasta są zatem najbardziej zróżnicowaną grupą miast z punktu widzenia badanego wskaźnika.

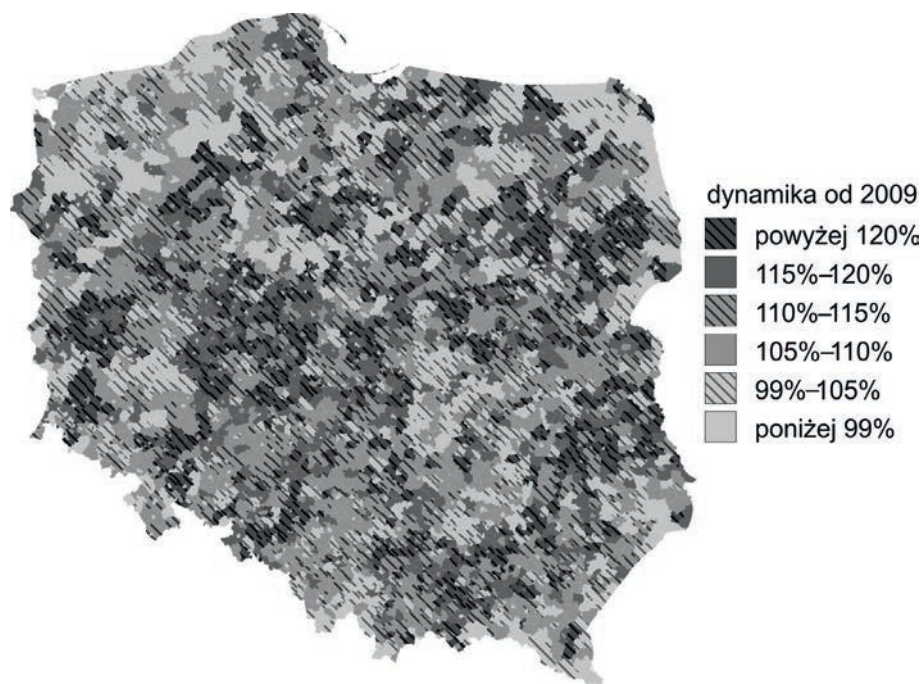
Wskaźniki na wsi są ogólnie niższe niż w miastach, o czym świadczą ich średnie (tab. 3). Wynika to z koncentracji w miastach usług o charakterze funkcji centralnych, a także z niezaliczania do przedsiębiorców rolników. W 19 gminach wiejskich, również i tu głównie turystycznych i metropolitalnych, wskaźnik jest wyższy od 20; przekracza 30 w gminach: Rewal

Ryc. 14. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym – wielkości średnie dla grup miast według wielkości (A) i wielkości minimalne i maksymalne dla grup miast według wielkości (B).



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

Ryc. 15. Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym wg gmin – dynamika w latach 2009–2014 (2009 = 100)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS

(46,6), Mielno i Ustronie Morskie, a jeszcze wyższy był w 2009 r. (w Rewalu 50,6). Wskaźniki niższe od 5 ma 5% liczby gmin wiejskich, najniższe: Nowy Dwór w woj. podlaskim (2,7).

Specyficzną grupą badanych jednostek są części wiejskie gmin miejsko-wiejskich. Wyłączenie z nich miast stanowiących przeważnie największą koncentrację podmiotów gospodarczych powoduje, że w tej grupie jednostek są najniższe wskaźniki, średnia dla ich zbioru niewiele jest jednak niższa niż w gminach wiejskich (tab. 2). Są też i wysokie wskaźniki, zwłaszcza w obszarach metropolitalnych i turystycznych: w 20 gminach wskaźnik przekracza 15, a w 5 – nawet 20. Są to części wiejskie gmin: Dziwnów (wskaźnik 29,5), Międzyzdroje (24,0), Piaseczno (21,6), Łomianki (21,4) i Brwinów (20,6). W 43 gminach wskaźnik nie przekracza 5, niższy od 3 jest w gminach: Korsze, Pruchnik i Czarna Woda.

W grupie największych miast badany wskaźnik w latach 2009–2014 zmalał tylko w Bydgoszczy, w grupie miast o zaludnieniu 100–300 tys. – w Koszalinie i Chorzowie, w miastach średnich – w 29% ich liczby, a w miastach małych – w 35% i był to największy udział ze wszystkich 6 badanych grup. W 5 miastach średnich i 40 małych dynamika była poniżej 90. Małały m.in. wskaźniki najwyższe w miastach i gminach turystycznych, co może świadczyć o nasyceciu badanymi podmiotami. Najwyższe średnie dynamiki wzrostu miały obie grupy jednostek wiejskich: gminy wiejskie i części wiejskie gmin miejsko-wiejskich (tab. 3, ryc. 15). Wskaźnik zmalał tylko w 12% liczby gmin wiejskich (w 2,2% dynamika była niższa od 90) i w 9% gmin miejsko-wiejskich w ich częściach wiejskich (w 2,5% dynamika niższa od 90). Do wszystkich spadków przyczyniła się weryfikacja w 2011 r.

Bardzo słabe są korelacje dynamiki ze wskaźnikiem z roku 2009 (–0,210 dla miast, 182 dla gmin wiejskich, –0,160 dla części wiejskich gmin miejsko-wiejskich), a także wskaźnika stanu z liczbą ludności miast (0,106 w 2009 r., 0,145 w 2014 r.). Wskaźnik stanu wykazuje dość wysoką korelację z dochodami własnymi gmin miejskich (0,552 w 2009 r., 0,612 w 2014 r.) i znacznie niższą dla gmin wiejskich (0,367 w 2009 r., 0,274 w 2010 r., 0,299 w 2014 r.).

Podsumowanie i wnioski

Badania wykazały duże zróżnicowanie badanego zjawiska w czasie i jeszcze większe w przestrzeni oraz następujące prawidłowości: najwyższe wskaźniki stanu są na obszarach turystycznych i metropolitalnych (na poziomie gmin – w małych miastach i gminach wiejskich na tych obszarach), wskaźniki maleją z zachodu na wschód Polski, wskaźniki w miastach są generalnie wyższe niż na wsi. Bardzo słaba jest korelacja wskaźników z wielkością miast oraz wskaźników stanu z dynamiką, wyraźna jest korelacja wskaźników stanu z dochodami własnymi gmin i bardzo wysoka jest korelacja z PKB w układzie podregionów. Ta ostatnia świadczy o tym, iż przedsiębiorczość przejawiająca się w tworzeniu i liczbie firm w większym stopniu niż czynnikiem jest efektem rozwoju wywołanym przez inne czynniki. Jest to zrozumiałe, zwłaszcza na fakt, iż wśród badanych firm dominują podmioty mikro, w przeważającej mierze jednoosobowe i działające w sektorze endogenicznym, a żywotność wielu nie jest długa.

Analizy nie pozwoliły stwierdzić, czy i gdzie nastąpił stan nasycecia. Jest on najbardziej prawdopodobny w niektórych gminach turystycznych, zwłaszcza nadmorskich, o bardzo wysokich i malejących wskaźnikach. Stan taki istnieje zapewne na każdym terytorium, warunkowany przez układ barier. Istnienie barier i wniosek kończący poprzedni akapit potwierdzają przypuszczenie, że w politykach rozwoju nadmiernie akcentuje się tworzenie nowych firm, za mało – wspieranie rozwoju firm istniejących. Rozwój polega nie tyle na tworzeniu nowych

firm, ile na ich wzroście, zatrudnianiu pracowników, przekształcaniu firm mikro w małe, a małych – w średnie. O rozwoju decyduje bowiem nie liczba firm, lecz ich potencjał i zdolność wypromowania konkurencyjnych produktów.

Uzasadnione są dalsze badania zjawiska, w tym: opierające się na danych statystycznych (korelacje z liczbą rolników, struktura podmiotów według sektorów i sekcji PKD, sprawdzenie, jak kształtują się wielkości bez sekcji I (zakwaterowanie, gastronomia), a także socjologiczne – ankietowe – badające przyczyny zjawiska i uwarunkowania na przyszłość (poziom nasycenia, bariery).

Literatura

References

- Bank Danych Lokalnych. GUS (2015, 10 września). Pozyskano z: www.stat.gov.pl.
- Dorocki, S., Brzegowy, P. (2012). Regionalne różnicowanie kształcenia we Francji w aspekcie rozwoju przedsiębiorczości departamentów zamorskich. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 229–258.
- Dorocki, S., Brzegowy, P. (2014). Uwarunkowania przestrzennego różnicowania postaw przedsiębiorczych we Francji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 149–163.
- Iwańska, M., Bieńkowska, W. (2010). Różnicowanie wartości wskaźnika przedsiębiorczości w gminach wiejskich województwa mazowieckiego w układzie przestrzennym. *Acta Sci. Polonorum Oeconomia*, 9(3), 119–127.
- Koncepcja przestrzennego zagospodarowania kraju 2030 (2011). Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa.
- Krakowiak-Bal, A. (2007). Wpływ infrastruktury na rozwój przedsiębiorczości w gminach wiejskich wybranych powiatów woj. małopolskiego. *Inżynieria Rolnicza*, 11, 101–108.
- Kudłacz, T., Reško, D. (2007). Przedsiębiorczość w subregionie nowosądeckim w latach 2001–2004. *Zeszyty Naukowe/Akademia Ekonomiczna w Krakowie*, 746, 51–66.
- Kurek, S. (2010). Przestrzenne różnicowanie poziomu rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej w świetle wybranych mierników. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 16, 87–104.
- Makiela, Z. (2007). Przedsiębiorczość w Polsce w układzie regionalnym. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 18–23.
- Młodak, A. (2012). Statystyka metropolii polskich – problemy i perspektywy. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(48), 20–38.
- Płaziak, M., Rachwał, T. (2015). „Przedsiębiorczy region” – zarys koncepcji w świetle analizy roli przedsiębiorczości w krajowej strategii rozwoju regionalnego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 37–49.
- Rachwał T., Boguś, M. (2012). Konkurencyjność przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce w ujęciu regionalnym na tle innych krajów Unii Europejskiej. W: P. Raźniak (red.) *Przekształcenia struktur regionalnych*, Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne – Oficyna Wydawnicza AFM: na zlecenie Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, 9–36.
- Raport o stanie o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2013. PARP (2015, 10 września). Pozyskano z: <http://www.parp.gov.pl/files/74/81/626/18355.pdf>.
- Rozwój Polski Wschodniej (2015, 10 września). Pozyskano z: <http://www.porpw.com.pl/>.
- Salamon, J. (2009). Przestrzenne różnicowanie wartości wskaźnika przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa świętokrzyskiego. *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, 5, 231–239.
- Strojny, J., Kościółek M. (2015). Przedsiębiorczość Polski Wschodniej – ocena potencjału rozwojowego z wykorzystaniem analizy porównawczej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 64–81.
- Strojny, J. (2010). Analiza potencjału przedsiębiorczego województwa podkarpackiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 6, 176–197.

Jacek Soltys, dr hab. inż., Politechnika Gdańska, Wydział Architektury, Katedra Urbanistyki i Planowania Regionalnego. Absolwent Wydziału Architektury Politechniki Gdańskiej. Prowadzone zajęcia dydaktyczne: planowanie regionalne (w latach 1975–2014), lokalne planowanie przestrzenne, planowanie strategiczne, projektowanie zagospodarowania rekreacyjnego i turystycznego. Zainteresowania naukowe: metody planowania (przestrzennego i strategicznego, w tym metoda scenariuszy), rozwój zrównoważony, typologia miast i regionów, sieć osadnicza, aktywizacja gospodarcza obszarów peryferyjnych. Pracował w wielu krajowych i międzynarodowych projektach badawczych. Autor 2 książek i ponad 40 innych publikacji. Współautor ponad 30 strategii dla gmin. Członek Europejskiego Stowarzyszenia Nauk Regionalnych (ERSA) i Towarzystwa Urbanistów Polskich. Przewodnik turystyczny.

Jacek Soltys, Graduated from Gdansk University of Technology, Faculty of Architecture. Teaching duties (courses taught): regional planning (since 1975–2014), local planning, strategic planning, designing of tourist and recreational areas development. Research interests: methods of planning (spatial, strategic, including scenario method), sustainable development, typology of towns and regions, settlement network, regional development of peripheral areas. He has worked in numerous international and national research projects. Author of two books and more than 40 other publications. Co-author of more than 30 strategies for municipalities. Member of the European Regional Science Association and Society of Polish Town Planners. Tourist guide.

Adres/Address:

Politechnika Gdańska
Wydział Architektury
Katedra Urbanistyki i Planowania Regionalnego
ul. Gabriela Narutowicza 11/12
80-233 Gdańsk, Polska
e-mail: jacek.soltys@gmail.com

Sławomir Dorocki, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Absolwent studiów z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, doktor nauk humanistycznych w dyscyplinie historia (Instytut Europeistyki – Uniwersytet Jagielloński). Adiunkt w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania badawcze autora skupiają się wokół problematyki regionów i procesów regionalizacji społeczno-gospodarczej, ze szczególnym uwzględnieniem zróżnicowania przestrzeni europejskiej oraz procesów integracji europejskiej i uwarunkowań historycznych.

Sławomir Dorocki, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. Graduated from the Pedagogical University in Cracow with MS degree in geography, PhD in history (Institute of European Studies of the Jagiellonian University). Assoc. professor at the Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography. His research interests are tied with regional problems and processes of socio-economic regionalization, with particular emphasis on the diversity of Europe, processes of European integration and historical conditions.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: sdorocki@up.krakow.pl

IWONA KINIORSKA, JANINA WROŃSKA-KICZOR

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach, Polska ■ Jan Kochanowski University in Kielce, Poland

Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju terenów wiejskich województwa świętokrzyskiego

Entrepreneurship as a Factor of Development of Rural Areas of the Świętokrzyskie Voivodeship

Streszczenie: Przedsiębiorczość jest istotnym czynnikiem rozwoju gospodarczego wsi, stanowi bowiem szansę dla poprawy warunków życia w sensie ekonomicznym i społecznym. Powszechne już zjawisko dywersyfikacji gospodarstw rolnych wpłynęło znacząco na rozwój wielofunkcyjny wsi i aktywności jej mieszkańców. W rozwoju przedsiębiorczości kluczowe znaczenie mają małe, rodzinne firmy (takie jak: sklepy, drobna wytwórczość, usługi) oraz turystyka wiejska (w tym agro- i ekoturystyka). Spadek dochodów z działalności rolniczej, brak możliwości pracy w ośrodkach miejskich oraz niski poziom życia wpłynęły na potrzebę poszukiwania alternatywnych źródeł dochodów. Działalność na rachunek własny przyczynia się do wykorzystania nadmiaru siły roboczej, niwelowania bezrobocia, w tym ukrytego, oraz większych możliwości stabilizacji, poprawy sytuacji materialnej rolników i mieszkańców wsi. Uruchomienie coraz większych przedsięwzięć gospodarczych o charakterze pozarolniczym i rolniczym niesie wiele korzystnych przeobrażeń tak pod względem poziomu wykształcenia, życia, statusu społecznego, jak i świadomości oraz zamożności mieszkańców wsi. Na terenach wiejskich województwa świętokrzyskiego funkcjonują firmy, które napotykać na wiele trudności, np. brak wykwalifikowanej kadry, kapitału, czy trudności w kwestii niskooprocentowanych kredytów. Istotne znaczenie dla wspierania przedsiębiorczości na wsi mają działania władz lokalnych. Od ich kompetencji i zaangażowania we wspieranie przedsiębiorców oraz pobudzanie aktywności mieszkańców zależy dalszy rozwój gospodarczy i poziom życia na wsi. Celem artykułu jest analiza przedsiębiorczości jako czynnika, który istotnie wpływa na rozwój obszarów wiejskich regionu świętokrzyskiego. W trakcie pracy wykorzystano analizę materiału statystyki masowej dla małych i średnich firm, wybrane wskaźniki społeczno-ekonomiczne oraz informacje o działaniach w kierunku rozwoju przedsiębiorczości na terenach wiejskich w ramach wsparcia finansowego z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego 2007–2013 (RPOWS). W pracy zastosowano podstawowe metody statystyczne oparte na grupowaniu i prezentacji tabelaryczno-graficznej oraz wskaźniki ukazujące dynamikę zmian. Na podstawie literatury przedmiotu, wyników z analiz i źródeł faktograficznych podjęto próbę ukazania wpływu przedsiębiorczości na terenach wiejskich regionu świętokrzyskiego.

Abstract: Entrepreneurship is an important element of economic development of rural areas as it creates prospects for better living conditions, both in economic and social sense. Nowadays a common phenomenon of diversification of agricultural farms has considerably affected multifunctional development of rural areas and their inhabitants activity. Small, family firms (e.g. shops, craft, services, etc.) and

tourism in rural areas (including agritourism and ecotourism) play a crucial role in the development of entrepreneurship. A drop in profits from agricultural activity, lack of urban employment and poor living standard has emphasized the significance of alternative income sources. Own business activity uses labor force surplus, it also lowers unemployment, including hidden unemployment, and gives chances for stability, better living conditions for farmers and inhabitants of rural areas. The emergence of larger and larger agricultural and non-agricultural investments contributes to numerous positive changes in terms of education level, living conditions, social status and awareness as well as the wealth of inhabitants of rural areas. In rural areas of the Świętokrzyskie Voivodeship there are companies planning to expand their businesses, even though many of them have no chances for expansion based on their own resources. They face numerous problems, e.g. lack of qualified employees, insufficient capital or difficulties in obtaining credits with low interests. Steps taken by local authorities are crucial for the development of entrepreneurship in rural areas. Further economic development and living standards in rural areas depend on authorities' competence, commitment in supporting businessmen and encouragement to stimulate economic activity of inhabitants. The goal of the study was to describe entrepreneurship as an important factor influencing the development of rural areas of the Świętokrzyskie region. It analyzed statistical data concerning small and medium companies, selected socio-economic indices and activities promoting entrepreneurship in rural areas within the financial support from the Regional Operational Program of the Świętokrzyskie Voivodeship 2007-2013 (Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego 2007-2013 - RPOWŚ). The study employed basic statistical methods based on cluster analysis, table and graphic presentation, and it described indices concerning the dynamics of changes. Based on professional literature, analyses and actual data sources it aimed at presenting the influence of entrepreneurship on rural areas of the Świętokrzyskie region.

Słowa kluczowe: mikrofirmy; obszary wiejskie; podmioty gospodarcze; pozarolnicza działalność gospodarcza; przedsiębiorczość

Key words: economic entities; entrepreneurship; micro-enterprises; non-agricultural business activity; rural areas

Otrzymano: 10 listopada 2015

Received: 10 November 2015

Zaakceptowano: 2 marca 2016

Accepted: 2 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Kiniorska I., Wrońska-Kiczor J. (2015). Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju terenów wiejskich województwa świętokrzyskiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 36–51.

Wstęp

Przemiany polityczne i społeczno-gospodarcze w kraju na przełomie wieków znalazły swoje odbicie także w rozwoju wsi i rolnictwa. Zachodzące zjawiska wpłynęły na zmniejszenie ekonomicznego znaczenia rolnictwa jako sektora gospodarki, co ograniczyło dochody ludności rolniczej. Procesy restrukturyzacyjne rolnictwa doprowadziły do wielu zmian na wsi, m.in.: przemiany modelu z rozwoju monofunkcyjnego do wielofunkcyjnego, przyspieszonej dezagraryzacji, wzrostu bezrobocia utajonego i rozwoju rolnictwa opartego na nowoczesnych technologiach. W wyniku zmniejszania się opłacalności rolnictwa wzrosło zainteresowanie działalnością pozarolniczą, pracą najemną, pracą na własny rachunek, która staje się coraz powszechniejszym źródłem dochodów. Tworzenie na wsi warunków powstawania

pozarolniczych miejsc pracy jest jednym z najpoważniejszych wyzwań dla polityki rozwoju regionu świętokrzyskiego (Wrońska-Kiczor, 2013).

Dokonujące się przeobrażenia silnie oddziaływały na sektor gospodarki państwowej. Restrukturyzacja przemysłu ciężkiego, metalowego i zbrojeniowego w województwie kieleckim, dokonana w latach 1990–1999, pozbawiła pracy 74 tys. osób. Z badań (Jarosińskiego, Trafiałek, 2014), wynika, że w latach 1989–2010 pracę straciło około 250 tys. ludzi, w tym głównie w grupie dwuzawodowej. Były to zwłaszcza osoby zbędne na wsi z północnej części regionu. Z danych PSR 1996 wynika, że grupa ta liczyła 95,3 tys. osób, w tym 41,3 tys. stanowiła podgrupa osób całkowicie zbędnych, a 54 tys. – częściowo zbędnych. W latach 1990–2012, skomercjalizowano 33% przedsiębiorstw sektora państwowego metodą bezpośrednią, sprywatyzowano 31%, a likwidacji poddano 35%, w tym zlikwidowano 16,4% (Wrońska-Kiczor, 2014).

Utrata stałej pracy poza gospodarstwem wymusiła szukanie innych źródeł dochodów na wsi, co z czasem doprowadziło do tworzenia mikro-, małych, średnich i dużych firm z działalnością pozarolniczą.

Rozwój MŚP przyczynia się do zmian strukturalnych, tak w rolnictwie, jak i w środowisku wiejskim (Duczowska-Piasecka, 1997). W rolnictwie wzmacniają się takie procesy, jak: modernizacja, koncentracja, polaryzacja i specyfikacja gospodarstw, co wpływa na przemiany struktury agrarnej oraz kierunki produkcji rolnej. Z kolei w środowisku wiejskim dokonują się zmiany m.in. w strukturze społeczno-zawodowej ludności i ich źródłach dochodów, następuje też wzrost wydajności pracy i możliwości awansu społecznego oraz przyspieszenie procesów urbanizacyjnych.

Z przedsiębiorczością nierozzerwalnie łączy się postawa przedsiębiorcza, która rozumiana jest przez wielu autorów (Makiela, 2008; Rachwał, 2005; Strojny, 2010; Ziolo, 2008) jako specyficzny rodzaj aktywności, kreatywności i inicjatywy człowieka, z predyspozycjami cech osobowości, która wyraża się w jego twórczym działaniu, skierowanym do zapewnienia racjonalnej i efektywnej koordynacji zasobów gospodarczych, co w rezultacie daje możliwość osiągnięcia racjonalnego gospodarowania i efektywności ekonomicznej. Przedsiębiorczość jest zarówno siłą społeczno-ekonomiczną o wymiarze ekonomicznym, jak i osobowym, społecznym i kulturowym (Jaremczuk, 2003). Rozwój przedsiębiorczości i aktywizacji gospodarczej, zdaniem Ziolo (2007), dokonuje się w danym otoczeniu, w którym kształtują się procesy rozwoju społeczno-gospodarczego. Przez różnorodne powiązania te układy mogą generować określone czynniki rozwoju i wpływać na zmianę ich pozycji konkurencyjnej przez zmianę wewnętrznych uwarunkowań. Czynniki te mogą być wzmocnione impulsami lub osłabione barierami działającymi w skali lokalnej, do których można zaliczyć m.in.: zasoby kapitałowe ludności, chłonność rynku, niezaspokojone potrzeby i aspiracje społeczności lokalnej, stan środowiska naturalnego, rozmiary bezrobocia, stopień wyposażenia w infrastrukturę lokalną, kompetencje i aktywność władz samorządowych, szybkość rozprzestrzeniania się i przyswajania innowacji, a także tradycje w zakresie rozwoju prywatnej inicjatywy (Kamińska, 1994; 1996).

Charakterystyka obszaru badań

Tereny wiejskie województwa świętokrzyskiego zajmują 94,3% powierzchni regionu, a zamieszkuje je ponad 700,4 tys. ludności (BDL, 2014) i należą do grupy najsłabiej rozwiniętych gospodarczo w kraju. Niska ich lokata na tle kraju wynika przede wszystkim ze struktury

gospodarki, w której przeważają mało efektywne działy produkcji (udział w przemyśle krajowym 2,6%, a w produkcji sprzedanej 2,3%, co daje 14 miejsc), przy niewielkich nakładach inwestycyjnych – 2,6% (11 miejsc) z niedoinwestowaniem firm, co ogranicza w nich m.in. zatrudnienie. Według Eurostatu, udział sektora przedsiębiorstw w PKB w Polsce jest na tym samym poziomie, co przeciętna dla krajów Unii Europejskiej (47,8% w 2011 r.). Wskaźnik syntetyczny rozwoju przedsiębiorczości, liczba aktywnych MŚP na 1000 osób oraz dochody i przeciętne wynagrodzenie lokują województwo na odległej pozycji w kraju, co świadczy o niższym poziomie aktywności gospodarczej i dzielących dysproporcjach między regionami (tab. 1).

Warunki życia na terenach wiejskich są znaczne zróżnicowanie. Wieś świętokrzyska charakteryzuje się występowaniem barier rozwojowych na wielu płaszczyznach (Wrońska-Kiczor, 2013).

Do niekorzystnych zjawisk społecznych należą zarówno brak zatrudnienia poza rolnictwem, duże bezrobocie, w tym ukryte, jak i niewystarczające wyposażenie w placówki służby zdrowia oraz utrzymujące się zubożenie. Na płaszczyźnie środowiskowo-infrastrukturalnej główną barierą jest niski poziom rozwoju infrastruktury, zwłaszcza infrastruktury kanalizacyjnej. Niekorzystna sytuacja panuje na terenach usytuowanych blisko granic województwa, szczególnie w części północno-zachodniej i północno-wschodniej. Analiza rozkładu syntetycznego wskaźnika warunków życia wskazała na pewne zależności, wynikające także z położenia badanych gmin (ryc. 1).

Na kształtowanie poziomu życia mieszkańców wsi świętokrzyskiej, obok pełnionych funkcji, duży wpływ ma położenie w pobliżu ośrodków miejskich o charakterze subregionalnym. Stąd najwyższy poziom życia odnotowano w rejonach położonych w bezpośrednim zapleczu miast. Ponadto ośrodki usytuowane w pobliżu głównych szlaków komunikacyjnych z reguły mają korzystniejsze parametry demograficzne i społeczne, a także lepiej adoptują się do mechanizmów gospodarki rynkowej. Na obszarach tych notuje się niższą stopę bezrobocia, większą aktywność społeczności lokalnej oraz niższy wskaźnik osób starszych (Kiniorska, 2010). Niższy poziom życia występuje na terenach z przewagą funkcji rolniczej i położonych peryferyjnie, charakteryzujących się mało korzystnymi uwarunkowaniami ekonomicznymi wynikającymi z restrukturyzacji gospodarki.

Początki rozwoju MŚP datuje się na lata 90. XX w. MŚP tworzyły głównie rodziny, przy ośrodkach przemysłowych, przeważnie tam, gdzie następowała likwidacja zakładów. W regionie kieleckim w 1990 r. liczba podmiotów gospodarczych wyniosła ponad 3 tys. i wzrosła w 1998 r. do 64 947 (ponad 20-krotnie). Od 1999 r. w woj. świętokrzyskim ich liczebność wzrosła o 36,7%, w tym o 64,8% na wsi (tab. 2) (Jarosiński, Trafiałek, 2014: 126–136).

W strukturze branżowej działalności gospodarczej największy odsetek stanowiły jednostki zajmujące się handlem i naprawami. W systemie gospodarki regionalnej ważne miejsce zajmują działalność produkcyjna, budownictwo, obsługa firm i nieruchomości i transport. W aktywności gospodarczej regionu dominuje sektor prywatny skupiający około 107 tys. firm, tj. 97% ich ogólnej liczby, co potwierdzają dane zawarte w tabeli 3.

Wśród przedsiębiorstw istotne miejsce należy do mikroprzedsiębiorstw zatrudniających do 9 osób i małych, w których pracuje od 10 do 49 osób. W badanym 15-leciu wzrósł ich udział o 37,4%, a małych przedsiębiorstw o 33%, natomiast o 32% zmniejszył się udział przedsiębiorstw dużych, zatrudniających ponad 249 osób.

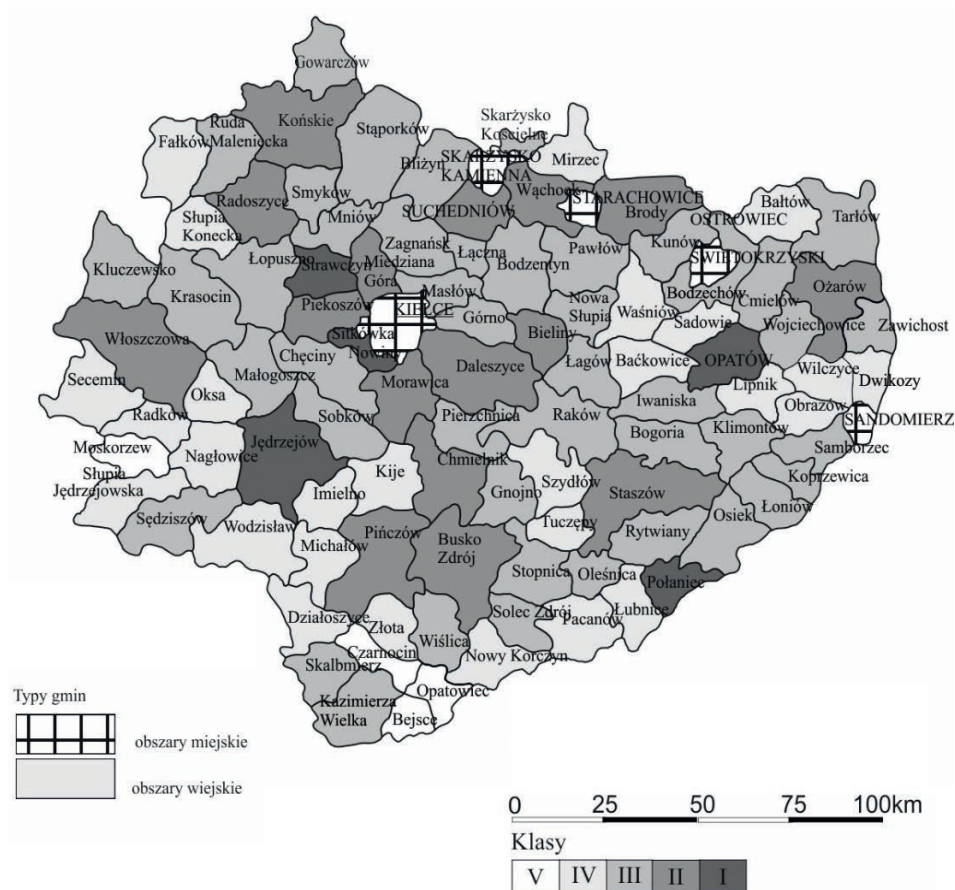
Nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw w badanych latach wzrosły o ponad 43,2%. Najwięcej inwestycji prowadziły duże firmy (tab. 4).

Tab. 1. MŚP według wybranych wskaźników w województwie na tle kraju w 2012 r.

Wyszczególnienie	Województwo	Polska	Lokata
Wartość syntetycznego wskaźnika przedsiębiorczości	42,05	88,46	12
Liczba aktywnych MŚP /1000 mieszkańców	37,22	46,50	11
Liczba nowo powstałych i zlikwidowanych przedsiębiorstw/1000 mieszkańców	10,6 6,9	13,42 8,06	13
Przychody przedsiębiorstw aktywnych z sektora MŚP na przedsiębiorstwo (mln zł)	0,93	1,16	13
Nakłady inwestycyjne MŚP/przedsiębiorstwo (tys. zł)	46,12	41,57	3
Przeciętne wynagrodzenie w aktywnych przedsiębiorstwach: małych (0–49) i średnich (50–249)	2262 3298	2704 3706	11

Źródło: Raport o stanie sektora MŚP w latach 2012–2013 (2014: 61–70)

Ryc. 1. Przestrzenne zróżnicowanie terenów wiejskich w województwie świętokrzyskim według klas poziomu życia



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS z 2011 r.

Tab. 2. Podmioty gospodarki narodowej ogółem wg REGON-u w woj. świętokrzyskim w latach 1999–2014

Liczba i struktura podmiotów gospodarczych wg sekcji	Lata					1999 = = 100
	1999	2004	2010	2012	2014	
Ogółem	81 112,0	103 116,0	108 715,0	108 068,0	110 130,0	136,7
Udział sektora publicznego	4,0	3,7	3,1	3,3	2,9	72,5
Udział sektora prywatnego	96,0	96,3	96,9	96,7	97,1	101,2
w tym: w miastach	55 548,0	68 884,0	69 632,0	68 019,0	67 995,0	122,4
w tym: na wsi	25 564,0	34 232,0	39 083,0	40 049,0	42 135,0	164,8
Przetwórstwo przemysłowe [%]	10,6	9,4	9,1	9,7	10,1	-0,5
Budownictwo [%]	11,2	11,0	13,3	13,3	13,0	1,8
Obsługa firm i nieruchomości [%]	9,4	12,1	11,9	11,8	12,0	2,8
Handel-naprawy [%]	40,8	38,6	34,3	32,5	31,1	-9,7
Transport, gospodarka samochodowa [%]	8,1	7,3	7,0	6,6	6,5	-1,6

Źródło: obliczono na podstawie roczników statystycznych woj. świętokrzyskiego za lata 1999–2014

Tab. 3. Liczba, struktura i dynamika podmiotów gospodarczych wg liczby zatrudnionych w woj. świętokrzyskim w latach 1999–2014

Wyszczególnienie	Lata								1999 = = 100
	1999		2005		2010		2014		
Ogółem, w tym zatrudniające:	liczba	[%]	liczba	[%]	liczba	[%]	liczba	[%]	
	81 112	100,0	104 416	100,0	108 715	100,0	110 130	100,0	135,8
do 9 osób	77 109	95,1	99 439	95,2	103 228	94,9	105 140	95,4	136,3
od 10 do 49 osób	3 023	3,7	4 045	3,9	4 512	4,2	4 020	3,7	133,0
od 50 do 249 osób	803	1,0	803	0,8	849	0,8	850	0,8	105,8
powyżej 249 osób	177	0,2	129	0,1	126	0,1	120	0,1	67,8

Źródło: obliczono na podstawie *Raportów o stanie sektora MŚP w latach 1999–2012* i danych z BDL za 2014 r.

Tab. 4. Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach woj. świętokrzyskiego w latach 2007–2011

Wyszczególnienie	Ogółem	0–9	10–49	50–249	> 250
Nakłady [zł] 2007	2 868 479	928 730	410 045	666 412	863 412
2011	4 108 671	868 818	286 401	820 773	2 132 679
Udział firm regionu 2007	100,00	32,38	14,29	23,23	30,10
2011	100,00	21,15	6,97	19,98	51,91

Źródło: obliczono na podstawie *Raportów o stanie sektora MŚP w latach 2004–2012*

W strukturze inwestycji MŚP największy udział miały podmioty lokowane w sekcjach: przetwórstwo przemysłowe (20%), działalność obsługi nieruchomości (16,27%), a także wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną i gaz (11,43%). W sektorze przedsiębiorstw wartość wydatków na badania i rozwój jest o wiele niższa w stosunku do średniej krajowej. Podobnie jest z nakładami na działalność badawczo-rozwojową, których udział stanowił 0,33% (na mieszkańca przypadało 95 zł, a relacja do PKB wynosiła 0,38% w 2011 r.) nakładów poniesionych na ten cel w skali kraju, co świadczy o dystansie między najbardziej konkurencyjnymi regionami. Mikro- i małe firmy w regionie są mniej innowacyjne w porównaniu z ich resztą w kraju.

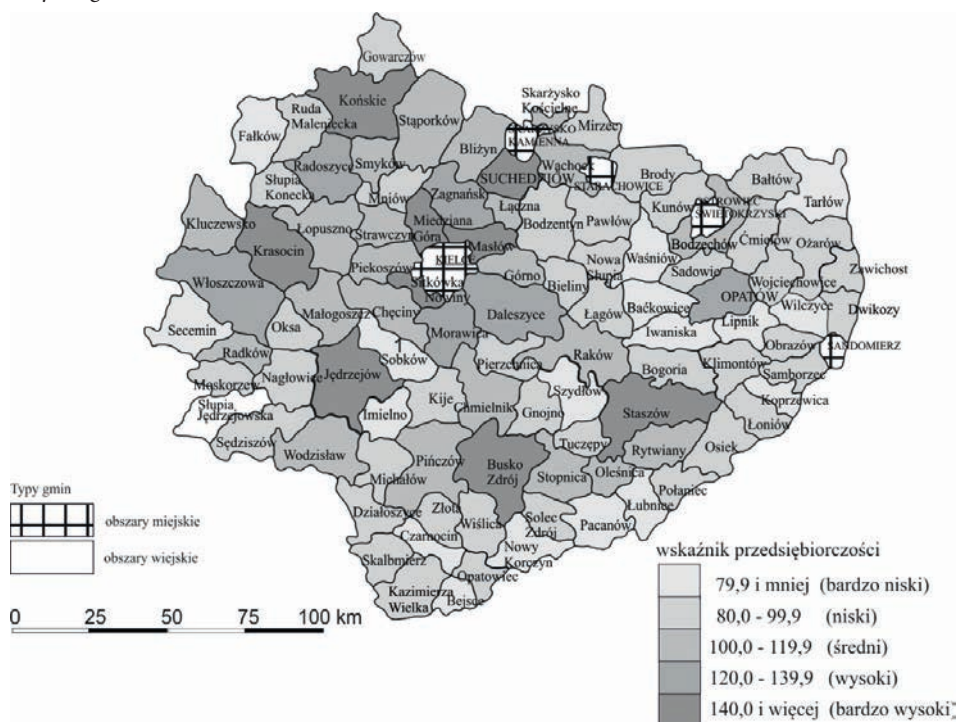
Do założenia i prowadzenia firmy około $\frac{2}{3}$ środków finansowych pochodzi z własnych zaoszczędzonych zasobów właściciela. Pozostałe źródła stanowią środki budżetowe i zagraniczne oraz kredyty, pożyczki krajowe i inne (tab. 5).

Obecnie najpopularniejszym źródłem pozyskiwania funduszy są kredyty bankowe. Zaciąganie kredytów przez MŚP w regionie jest nadal niewielkie, co wynika z braku zaufania do banku, a także z ostrożności przed zadłużaniem się firmy na wypadek jej upadku. Istotnym czynnikiem determinującym wybór źródeł finansowania dla MŚP jest ich dostępność wynikająca z sytuacji finansowej firmy. Większość z nich korzysta z mieszanych form finansowania, łącząc własne wewnętrzne i zewnętrzne środki z obcymi.

Największą grupę tworzą podmioty osób fizycznych zajmujących się działalnością gospodarczą. Stanowią one 76,9% ogółu zarejestrowanych w REGON, w tym na wsi 61,5% (BDL, 2014). W regionie w analizowanych latach zanotowano wzrost zarejestrowanych podmiotów na 10 tys. osób tak ogółem o 68,8% i na obszarach wiejskich o 97%, jak i w grupie osób fizycznych ogółem o 45%, a na wsi o 45,3%. Ponad dwukrotny ich wzrost zanotowano w powiatach skarżyskim i starachowickim, co prezentuje tabela 6.

W badanych latach udział podmiotów gospodarczych wzrósł o 45%. Najwięcej z nich (ogółem 958/10 tys. osób, a na terenach wiejskich 789/10 tys. osób) ulokowano na terenach powiatu skarżyskiego, a najmniej w powiatach: kazimierskim, sandomierskim i ostrowieckim. Analizując wskaźnik przedsiębiorczości według gmin, stwierdzić należy, że był zróżnicowany (ryc. 2).

Ryc. 2. Przestrzenne zróżnicowanie wskaźnika przedsiębiorczości na terenach wiejskich woj. świętokrzyskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS z 2014 r.

Tab. 5. Struktura źródeł finansowania inwestycji MŚP wg pracujących w woj. świętokrzyskim w latach: 2004, 2008, 2011

Źródła finansowania	Ogółem	0–49	50–249	> 250
Środki własne 2004	71,45	58,65	74,53	74,16
2008	85,43	81,21	64,95	93,47
2011	70,51	66,66	70,77	71,11
Środki budżetowe 2004	2,29	0,88	2,29	2,78
2008	3,31	3,21	3,65	3,20
2011	5,38	7,44	4,50	5,43
Kredyty i pożyczki krajowe 2004	10,40	25,23	11,88	4,27
2008	7,34	15,11	22,37	0,87
2011	15,05	19,63	12,01	15,71
Środki zagraniczne 2004	8,42	5,62	1,39	13,58
2008	0,58	0,23	1,23	0,39
2011	5,19	3,52	7,85	4,18
Pozostałe 2004	7,44	9,62	9,91	5,20
2008	3,34	0,24	4,15	2,07
2011	3,87	2,75	4,88	3,59

Źródło: obliczono na podstawie *Raportów o stanie sektora MŚP w latach 2004–2013*

Tab. 6. Dynamika liczby podmiotów gospodarczych osób fizycznych w powiatach woj. świętokrzyskiego w roku 1999, 2004, 2014

Wyszczególnienie	Podmioty gospodarcze wg systemu REGON [10 tys. os.]				Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą [10 tys. os.]			
	1999	2004	2014	1999 = 100	1999	2004	2014	1999 = 100
Ogółem region	613	800	1035	168,8	549	648	796	145,0
Obszary wiejskie	455	598	898	197,1	380	493	552	145,3
buski	532	665	754	141,7	442	548	606	137,1
jędrzejowski	462	634	693	150,0	382	519	546	142,9
kazimierski	275	389	522	189,8	211	277	373	176,8
kielecki	454	590	743	163,6	384	499	623	162,2
konecki	591	746	769	130,1	506	628	613	121,1
opatowski	461	571	602	130,6	379	453	454	119,8
ostrowiecki	358	552	595	166,2	295	464	481	163,0
pińczowski	437	553	629	143,9	346	432	458	132,4
sandomierski	350	471	528	150,9	289	381	391	135,3
skarżyski	473	603	958	202,5	403	514	789	195,8
starachowicki	357	466	719	201,4	306	403	593	193,8
staszowski	508	673	697	137,2	426	548	548	128,6
włoszczowski	442	609	771	174,4	361	498	618	171,2

Źródło: obliczono na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS za lata 1999, 2004 i 2014

Największy odsetek stanowiły gminy o niskiej (44,3%) i średniej (23,7%) wartości wskaźnika przedsiębiorczości. Korzystniejsze warunki do prowadzenia działalności gospodarczej występują na obszarach położonych w bliskim sąsiedztwie Kielc i siedzib powiatów. Niskimi wartościami wskaźnika odznaczały się gminy typowo rolnicze, ze słabo rozwiniętymi funkcjami usługowymi i niedoinwestowaniem infrastrukturalnym. Pośredni wpływ może mieć również położenie, np. peryferyjne w stosunku do miast, poza zaznaczonymi szlakami komunikacyjnymi.

Liczba podmiotów gospodarczych osób fizycznych w rejestrze REGON wg sekcji PKD na terenach wiejskich w powiatach województwa w latach 2012–2014 była zróżnicowana. W strukturze podmiotów gospodarczych sektora małych i średnich firm, obok działalności handlowej, istotną rolę odgrywają przetwórstwo przemysłowe oraz budownictwo, które w regionie należy do branży o wieloletnich tradycjach. Według RSP 2010 w regionie było ponad 103 tys. indywidualnych gospodarstw rolnych, które użytkowały obszar 550,6 tys. ha użytków rolnych. Głównie na rynek produkowało 54,2% jednostek prowadzących działalność rolniczą. Najczęściej były to gospodarstwa z powiatów: sandomierskiego – 82,8%, kazimierskiego – 78,4% i opatowskiego – 73,8% (tab. 7) (*Charakterystyka...*, 2012: 20).

Z badań J. Wrońskiej-Kiczor (2013) wynika, że wg PSR 2002 najwięcej gospodarstw produkowało na własne potrzeby głównie w subregionach: ostrowiecko-starachowicko-skarżyskim (75%), kieleckim (69,4%) i konecko-włoszczowskim (58,7%). Gospodarstw produkujących na rynek najwięcej odnotowano w subregionach opatowsko-sandomierskim (23,8%) i jędrzejowsko-pińczowskim (19,8%). Około połowa z nich (40%) prowadziła produkcję wielokierunkową, przy czym liczniejsze były grupy zajmujące się chowem trzody chlewnej, produkcją ziemniaków, owoców i warzyw, zwłaszcza w subregionach: busko-staszowskim jędrzejowsko-pińczowskim, kieleckim, konecko-włoszczowskim. Wielokierunkowość produkcji wynikała ze specyfiki upraw roślinnych dających rolnikom poczucie bezpieczeństwa zbytu. Średnio gospodarstwo rolne z produkcji towarowej uzyskiwało około 9,4 tys. zł. Wartość produkcji towarowej na jedno gospodarstwo była zróżnicowana i wahała się średnio od 5 tys. zł w ostrowiecko-starachowicko-skarżyskim do 15 tys. zł w kazimierskim. Niską wartość produkcji towarowej przypadającą na 1 pełnozatrudnionego (4,4 tys. zł–5,5 tys. zł), zanotowano w subregionach głównie o funkcji przemysłowo-rolniczej, a wyższą (7,7 tys. zł–8,7 tys. zł) w subregionach o funkcji rolniczej.

Mimo wielu zmian zachodzących pod wpływem restrukturyzacji w rolnictwie, proces poprawy siły ekonomicznej gospodarstw rolnych województwa był powolny. Głównym czynnikiem osłabiającym ich konkurencyjność na rynku jest nadal znaczne rozdrobnienie i rozdrobnienie działek, położenie w większości na obszarach o niesprzyjających warunkach do gospodarowania, jak również niska wydajność pracy i niski stopień zorganizowania producentów rolnych. Dla poprawy konkurencyjności istotne znaczenie będzie miało tempo zmian struktury obszarowej gospodarstw przez większy obrót ziemią (m.in. dzierżawę) lub scalenie gruntów. W subregionach był znacznie zróżnicowany poziom intensywności organizacji rolnictwa: od rolnictwa ekstensywnego – subregion konecko-włoszczowski oraz kielecki – do mało intensywnego – ostrowiecko-starachowicko-skarżyski, busko-staszowski i jędrzejowsko-pińczowski – do średnio intensywnego – opatowsko-sandomierski – i do wysoko intensywnego – kazimierski. Wartość współczynnika określającego poziom intensywności organizacji produkcji roślinnej była zróżnicowana i wahała się od 77 pkt poziomu ekstensywnego do 183,5 pkt, tj. bardzo wysoko intensywnego. Wartość tę wyznaczały subregiony: konecko-włoszczowski i kazimierski. W organizacji produkcji zwierzęcej w pięciu subregionach poziom był ekstensywny, mało intensywny wystąpił w subregionie jędrzejowsko-pińczowskim, a średnio intensywny stwierdzono tylko w subregionie kazimierskim.

Tab. 7. Dynamika liczby podmiotów gospodarczych osób fizycznych zarejestrowanych w REGON-ie według sekcji PKD na obszarach wiejskich woj. świętokrzyskiego w latach 2012–2014

Powiat	Rołnictwo i rybactwo,	Przetwórstwo	Budownictwo	Handel, naprawa pojazdów	Transport i gospodarka magazynowa	Zakwaterowanie i gastronomia	Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	Pozostałe sekcje
buski	97,4	100,5	106,2	98,5	98,0	116,4	111,6	107,2	113,8
jędrzejowski	102,0	102,4	109,9	102,1	104,8	93,2	126,3	113,3	104,0
kazimierski	100,0	73,3	107,3	95,3	106,0	100,0	139,2	109,5	120,9
kielecki	95,2	135,2	103,6	100,5	103,4	99,4	106,8	117,3	118,5
konecki	108,8	116,0	93,7	101,0	102,6	91,1	122,6	137,2	109,7
opatowski	104,3	55,4	104,0	96,7	100,0	121,4	102,0	105,0	128,1
ostrowiecki	108,5	124,7	93,9	95,5	100,7	91,1	149,2	122,0	113,5
pińczowski	108,3	52,1	105,1	102,4	108,8	107,4	111,1	109,5	123,6
sandomierski	95,2	169,3	98,9	100,1	100,5	108,2	97,0	111,1	113,9
skarżyski	102,9	199,4	99,5	88,2	125,0	104,3	7,5	128,3	122,9
starachowicki	96,1	241,4	100,8	105,0	101,7	87,5	143,7	101,3	155,5
staszowski	101,7	107,4	98,0	97,7	95,3	102,0	119,0	137,9	117,8
włoszczowski	98,8	80,6	113,5	107,6	98,1	100,0	84,0	129,2	118,4

Źródło: obliczono na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS za lata 2012 i 2014

Wsparcie przedsiębiorczości ze środków funduszy krajowych i UE na przykładzie Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego 2007–2013

Członkostwo Polski w Unii Europejskiej umożliwiło wszystkim kreatorom rozwoju, w tym samorządom i całej społeczności, dostęp do środków finansowych, które zostały skierowane na wsparcie działań potrzebnych do zniwelowania różnic rozwojowych pomiędzy regionami. Ważnym mechanizmem wsparcia jest Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego. Jednym z kompleksowych narzędzi realizacji polityki rozwoju jest dla województwa Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego 2007–2013 (RPOWŚ), którego założenia zmierzają do wzrostu konkurencyjności społeczno-gospodarczej oraz zwiększenia spójności terytorialnej w wymiarze ponadregionalnym (Wrońska-Kiczor, 2015). W celu przezwyciężenia barier rozwojowych przedsiębiorczości w regionie, w priorytetowej osi 1: Rozwój przedsiębiorczości, przewidziano bezpośrednie wsparcie inwestycyjne MŚ firm. Preferowane były projekty podmiotów działających w sektorze produkcyjnym i usługowym, w różnych branżach, przez realizację inwestycji generujących nowe miejsca pracy i wdrażające nowe, innowacyjne technologie i rozwiązania. Bezpośrednie dotacje przeznaczono na zakup nowych środków trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych. Większość przedsięwzięć miała charakter innowacyjny¹, co poprawiło kondycję firm i podniosło ich konkurencyjność. Wsparcie finansowe skierowane na rozwój przedsiębiorczości wg RPOWŚ 2007–2013 było następujące:

Oś 1. Rozwój przedsiębiorczości: 585 umów na kwotę 349,6 mln €, w tym dofinansowanie z EFRR 125,4 mln € (tj. 99,3% realizacji alokacji środków). Do końca 2014 r. zrealizowano 515 projektów z 585 podpisanych umów:

- w 287 mikroprzedsiębiorstwach, 151 małych i 61 średnich przedsiębiorstwach,
- 8 zrealizowanych przez grupy przedsiębiorstw;
- 8 zrealizowanych przez Instytucje Otoczenia Biznesu.

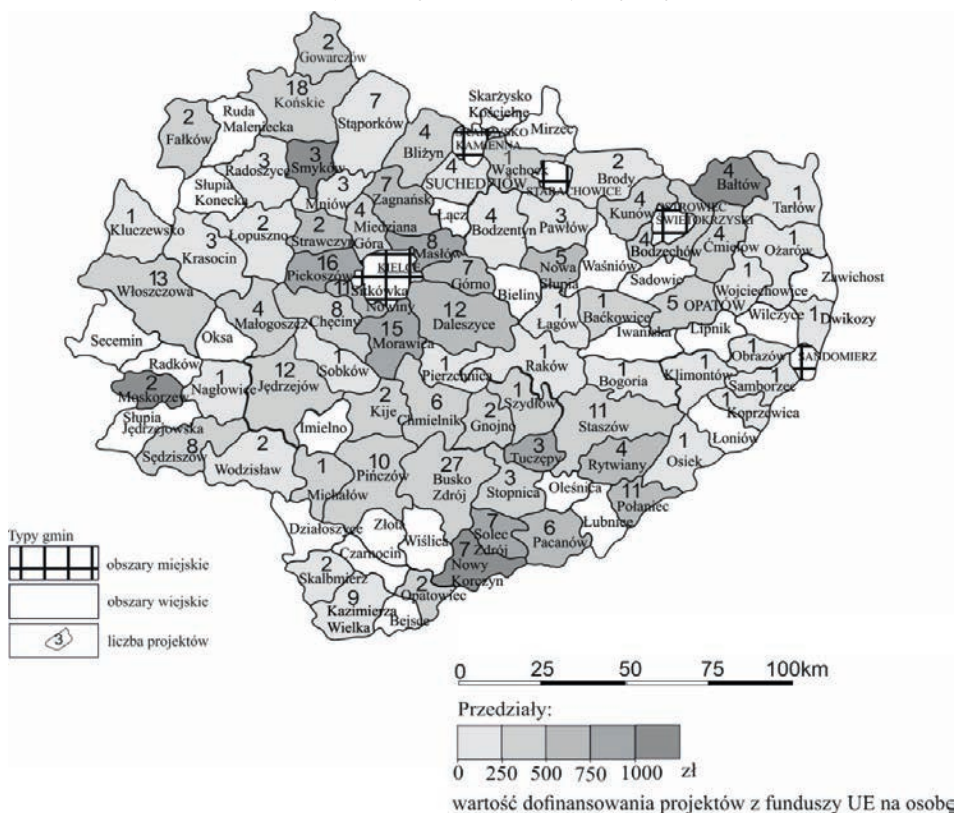
Od uruchomienia programu wpłynęły 3563 wnioski na kwotę 335,1 mln €. Wartość wykorzystania alokacji kształtuje się na poziomie 95,6%. Na rzecz beneficjentów wypłacono 138,3 mln €. Efekty rzeczowe: ponad 2606 miejsc pracy.

W rozkładzie przestrzennym gmin najwięcej przedsięwzięć realizowali przedsiębiorcy z terenów podmiejskich Kielc i gmin miejsko-wiejskich. Zdecydowanie najniższe kwoty dotacji trafiły do gmin z przewagą funkcji rolniczej i położonych na terenach o niskim poziomie rozwoju infrastruktury drogowej i środowiskowej (ryc. 3).

Kolejne wsparcie dla MŚP było zawarte w działaniach osi priorytetowej 2: Wsparcie innowacyjności, budowa społeczeństwa informacyjnego oraz wzrost potencjału inwestycyjnego regionu. Wsparciem objęto przedsięwzięcia służące podniesieniu poziomu innowacyjności gospodarki regionu przez wzmocnienie potencjału sektora badawczo-rozwojowego dla rozwoju przedsiębiorczości, intensyfikację współpracy instytucji o charakterze badawczo-rozwojowym (w tym uczelni wyższych i specjalistycznych jednostek ochrony zdrowia) z przedsiębiorstwami, skutkujące zwiększeniem transferu nowoczesnych technik i technologii oraz umiejętności ich wykorzystania. Dofinansowywane były projekty dotyczące budowy i rozbudowy infrastruktury dostępu do Internetu. Wsparcia finansowe było następujące:

¹ Innowacja ma miejsce, gdy nowy lub ulepszony produkt zostaje wprowadzony na rynek albo nowy lub ulepszony proces zostaje zastosowany w produkcji, przy czym ów produkt i proces są nowe przynajmniej z punktu widzenia wprowadzającego je przedsiębiorstwa.

Ryc. 3. Przestrzenne zróżnicowanie w wartości dotacji z funduszy UE na osobę w działaniach osi 1. Przedsiębiorczość na terenach wiejskich regionu świętokrzyskiego wg RPOWŚ 2007–2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z portalu www.rpo-swietokrzyskie-mapa.pl

Oś 2. Wsparcie innowacyjności, budowa społeczeństwa informacyjnego oraz wzrost potencjału inwestycyjnego regionu:

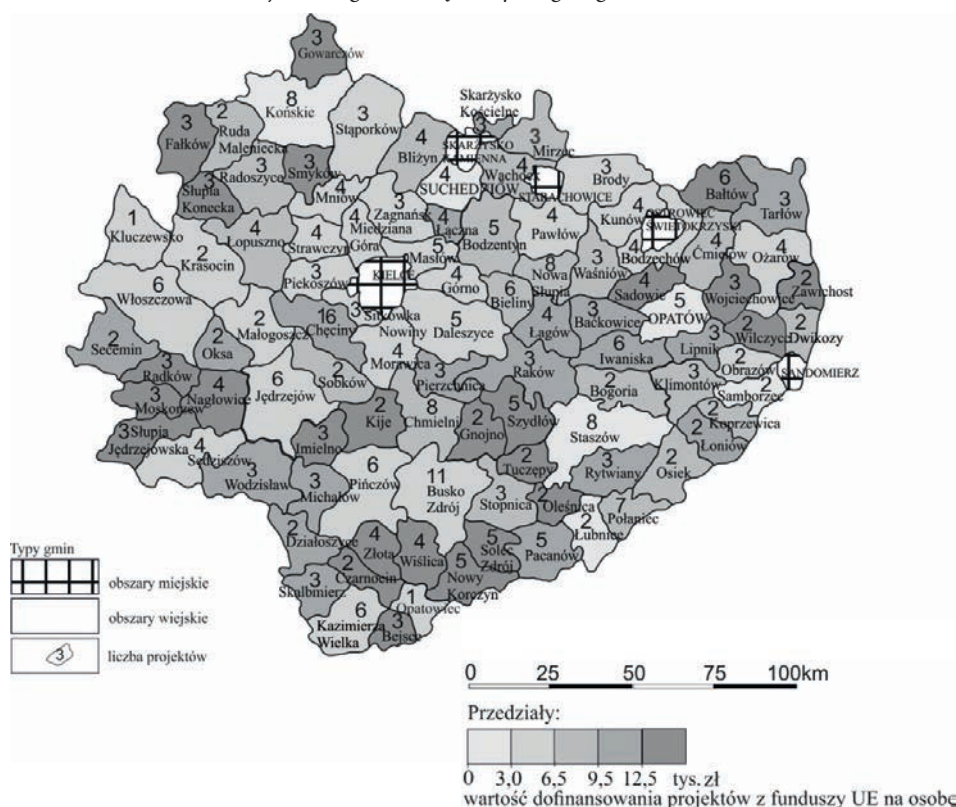
121 umów na kwotę 123,2 mln €, w tym środki 122,9 mln € to środki z EFRR, co daje 100,24% ich realizacji. Do końca 2013 r. zrealizowano 83 projekty na kwotę 115,3 mln €, co daje 74,87% realizacji zobowiązań UE na lata 2007–2013, w ramach tej osi.

Na obszarze badań w rozkładzie przestrzennym gmin realizacja przedsięwzięć była bardzo zróżnicowana (ryc. 4).

Najwyższe kwoty dofinansowania trafiły do większości gmin położonych z dala od miast i gmin miejsko-wiejskich, a najniższe do gmin położonych w północnej części regionu charakteryzujących się przewagą funkcji mieszanej przemysłowo-rolniczej.

W ramach priorytetowej osi 1 istotne wsparcie dla MŚP realizowano w ramach działania 1.3: Tworzenie i rozbudowa funduszy pożyczkowych i gwarancyjnych. Od 2010 r. działalność pożyczkowa dotyczyła 5 funduszy pożyczkowych, a działalność gwarancyjna – 2 funduszy poręczeniowych (31.08.2014 r.) (tab. 8). Przedsiębiorcom prowadzącym działalność gospodarczą udzielono 938 pożyczek na kwotę 134,4 mln zł i 137 poręczeń na kwotę 29,6 mln zł.

Ryc. 4. Przestrzenne zróżnicowanie w liczbie i w wartości dotacji z funduszy UE na osobę w działaniach osi 2 na terenach wiejskich regionu świętokrzyskiego wg RPOWŚ 2007–2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z portalu www.rpo-swietokrzyskie-mapa.pl

Najbardziej aktywny był fundusz pożyczkowy EUROSTAR 2. Większość pożyczek trafiła do mikrofirm (90% w ujęciu ilościowym i 63,8% w ujęciu wartościowym na koniec lipca 2014 r.). Udział małych przedsiębiorstw wyniósł odpowiednio 7,7% i 2,3%, zaś średnich – 2,3% i 11,9%. Średnia wartość pożyczki wyniosła: dla mikroprzedsiębiorcy 101,1 tys. zł, dla małego przedsiębiorcy – 449,3 tys. zł i dla średniego przedsiębiorcy – 754,6 tys. zł. Największą pulę pożyczek skierowano na inwestycje (43,5% w ujęciu ilościowym i 51,2% w ujęciu wartościowym). Znaczący był także udział pożyczek na zakup środków obrotowych (odp. 36,8% i 38%). Najmniejszy udział w strukturze wg przeznaczenia miały pożyczki o charakterze inwestycyjno-obrotowym (19,7% i 10,8%). Średnia wartość pożyczki inwestycyjnej to 168,1 tys. zł, obrotowej 147,2 tys. zł, zaś inwestycyjno-obrotowej 78,5 tys. zł. Z pożyczki najczęściej korzystali przedsiębiorcy działający w branży usługowej (44,7% ilościowo i 42,7% wartościowo) oraz handlowej (odp.: 37,4% i 33,2%). W dalszej kolejności były to branże: produkcyjna (13,2% i 20,8%) i budownictwo (4,2% i 2,7%). Średnio najwyższą pożyczkę uzyskiwali przedsiębiorcy z branży przemysłowej – 92,8 tys. zł, z innych branż – 147,2 tys. zł. Najczęściej środki finansowe były przeznaczane na zakup środków trwałych (maszyn i urządzeń, linii technologicznej),

realizację inwestycji budowlanych (w tym remonty, modernizacje) lub zakup nieruchomości itp. (*Ocena ex-ante...*).

Można stwierdzić, że najwyższe zainteresowanie środkami unijnymi było w podregionie sandomiersko-jędrzejowskim (29% firm), a najniższe – w kieleckim (18% firm).

Tab. 8. Wsparcie ze środków funduszy pożyczkowych i funduszy poręczycielskich dofinansowanych w ramach działania 1.3 RPOWŚ 2007–2013

Nazwa funduszu pożyczkowego (FP)	Wielkość dofinansowania [mln zł]	Liczba umów	Wartość podpisanych umów [mln zł]	Średnia wartość pożyczki [zł]
Fundusze pożyczkowe				
Województwa Świętokrzyskiego Sp. z o.o.	60,0	219	70,4	321 676,0
Świętokrzyski	25,4	386	40,7	105 532,0
Lokalny	12,6	200	13,5	67 969,0
Ośrodka Promowania Przedsiębiorczości w Sandomierzu	8,7	96	6,8	71 700,0
EUROSTAR 2	1,4	37	0,2	75 281,0
Fundusze poręczycielskie				
Światowy FP Sp. z o.o.	27,0	110	2,5	230 094,2
Świętokrzyskie poręczenia kredytowe i pożyczkowe	6,0	27	4, 3	159 936,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Ocena ex-ante...* (49–50)

Podsumowanie

Przedstawiona analiza pozwala stwierdzić, że:

- Od początku lat 90 ubiegłego wieku liczebność małych i średnich przedsiębiorstw na terenach wiejskich regionu świętokrzyskiego wzrosła ponad 36-krotnie, co świadczy o ich dużej randze w kształtowaniu struktury gospodarczej wsi, bowiem często tylko one tworzą pozarolnicze miejsca pracy.
- W latach 1999–2014 nastąpił wzrost aktywności gospodarczej osób fizycznych na terenach wiejskich. Iloraz lokalizacji wzrósł z 0,23 do 0,38.
- Większość MŚP na obszarach wiejskich jest powiązana z sektorem rolnictwa, co stanowi barierę związaną zarówno z czynnikami lokalizacyjnymi, dużym rozproszeniem, małą skalą działalności, słabymi rynkami zbytu, niskim poziomem rozwoju infrastruktury (komunikacyjnej i środowiskowej), jak i z aktywnością i poziomem wykształcenia mieszkańców wsi. Ponadto istotne bariery stanowią często brak własnych zasobów finansowych, skomplikowane procedury działalności gospodarczej, nadmierny fiskalizm państwa wobec przedsiębiorstw, firm rodzinnych, trudności w pozyskiwaniu zewnętrznych środków na rozpoczęcie i rozwój firm.
- W latach 2007–2013 projekty realizowane w ramach RPOWŚ przyniosły już wiele efektów rzeczowych, inne są na etapie realizacji i będą widoczne niebawem, a jeszcze inne w nieodległej przyszłości. Obecnie wiele z nich ma pozytywny wymiar zwłaszcza na terenach

zagrożonych depresją gospodarczą, położonych peryferyjnie ze znacznym zapóźnieniem infrastrukturalnym i słabo rozwiniętą działalnością pozarolniczą (Kiniorska, 2014).

- Kształtowanie się struktur rodzajowych w ramach pozarolniczej działalności gospodarczej będzie zależne przede wszystkim od czynników lokalnych i regionalnych. Naczelną rolę w aktywizacji społeczności i rozwoju wsi odgrywa tworzenie nowych miejsc pracy, inwestowanie pozyskanych środków w inwestycje związane z zakupem maszyn urządzeń lub ich modernizacją, tworzeniem nowych linii produkcyjnych itd. (Kiniorska, 2014).
- Jedynie upowszechnienie przedsiębiorczości na wsi świętokrzyskiej będzie receptą na poprawę sytuacji społeczno-ekonomicznej. Tworzenie miejsc pracy da dodatkowe źródła dochodów, zmniejszy bezrobocie, ubóstwo, patologie społeczne i ograniczy zjawisko wykluczenia społeczno-ekonomicznego. To jedyna droga do lepszego jutra.

Literatura

References

- Bank Danych Lokalnych. GUS (2014, 10 września). Pozyskano z: www.stat.gov.pl
- Charakterystyka gospodarstw rolnych w podregionach, powiatach i gminach województwa Świętokrzyskiego – PSR 2010*. Urząd Statystyczny w Kielcach, Kielce 2012.
- Duczkowska-Piasecka, M. (1997). Małe i średnie przedsiębiorstwa na terenach wiejskich (ich rola, znaczenie oraz możliwości i bariery rozwojowe). W: M. Kłodziński i A. Rosner (red.), *Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania i możliwości wielofunkcyjnego rozwoju wsi w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SGGW.
- Jaremczuk, K. (2003). *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*. Tarnobrzeg: Wydawnictwo Naukowe PWSzZ.
- Jarosniński, J. Trafialek, T. (2014). Mała i średnia przedsiębiorczość w systemie polityki społecznej regionu świętokrzyskiego. *Studia Ekonomiczne*, UE, Katowice.
- Kamińska, W. (1993). Problematyka rozwoju struktur przestrzennych indywidualnej działalności gospodarczej w woj. kieleckim w procesie przechodzenia do gospodarki rynkowej. W: J. Kitowski, Z. Ziolo (red.), *Czynniki i bariery rozwoju regionów przygranicznych*. Kraków – Rzeszów – Warszawa, 201–213.
- Kamińska, W. (1996). *Rozwój i przemiany struktury przestrzennej indywidualnej działalności gospodarczej w regionie kieleckim*. Kielce: Wydawnictwo Naukowe WSzP.
- Kiniorska, I. (2010). Przestrzenne zróżnicowanie struktury poziomu życia – ujęcie regionalne, W: J. Gruszczyński (red.), *Infrastruktura i ekologia terenów wiejskich*. PAN, Komisja Technicznej Infrastruktury Wsi. Kraków: Wydawnictwo Naukowe UR.
- Kiniorska, I. (2014). Potencjał rozwojowy obszarów wiejskich woj. świętokrzyskiego a polityka spójności. W: W. Kamińska, K. Hoffner (red.), *Polityka spójności a rozwój obszarów wiejskich. Stare problemy i nowe wyzwania* PAN KPZK. Warszawa, t. CLVI, 358–378.
- Makiela, Z. (2008). *Przedsiębiorczość regionalna*. Warszawa: Difin.
- Ocena ex-ante instrumentów finansowych RPOWŚ 2014–2020*. UM, Kielce (2015, 20 czerwca). Pozyskano z: www.wygpsdb.pl
- Rachwał, T. (2005). Kształtowanie postaw uczniów na lekcjach przedsiębiorczości, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 137–143.
- Raporty o stanie sektora MŚP w latach 1999–2014*, PARP. Warszawa (2015, 5 czerwca). Pozyskano z: badania.pap.gov.pl.
- Strojny, J. (2010). Analiza potencjału przedsiębiorczego województwa podkarpackiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 6, 176–197.
- Sprawozdanie z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego 2007–2013*. Urząd Marszałkowski, Kielce.

www.rpo-świętokrzyskie-mapa.pl

Wrońska-Kiczor, J. (2013). *Rozdrobnione rolnictwo województwa świętokrzyskiego na przełomie XX i XXI wieku*. Kielce: Wydawnictwo Naukowe UJK.

Wrońska-Kiczor, J. (2014). Potencjał gospodarczy województwa świętokrzyskiego. *Miscellanea Oeconomicae Studia i Materiały*, 3(14), 251–261.

Wrońska-Kiczor, J. (2015). Wpływ instrumentów polityki spójności UE na rozwój obszarów wiejskich Gór Świętokrzyskich. *Miscellanea Oeconomicae Studia i Materiały*, 4(15), 251–261.

Zioło, Z. (2007). Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej – zarys modelu. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 10–17.

Zioło, Z. (2008). Ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 12–23.

Iwona Kiniorska, dr, zatrudniona w Zakładzie Geografii Społeczno-Ekonomicznej Instytutu Geografii Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach na stanowisku adiunkta. Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii. Zainteresowania badawcze autorki skupiają się wokół tematów: obszary zurbanizowane i wiejskie (warunki, poziom i jakość życia, nierówności społeczne) oraz przedsiębiorczość, turystyka wiejska i rozwój lokalny.

Iwona Kiniorska, PhD, employed in the Department of Socio-Economic Geography, Institute of Geography of the Jan Kochanowski University in Kielce, as an adjunct (adiunkt). PhD of earth sciences in geography. Interested in urbanized and rural areas (conditions, living standards, quality of living, social inequalities) and entrepreneurship, tourism in rural areas and local development.

Janina Wrońska-Kiczor, dr inż., pracuje w Zakładzie Badań Regionalnych i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Jana Kochanowskiego na stanowisku adiunkta. Doktor nauk rolniczych w zakresie agronomii. Zainteresowania badawcze autorki skupiają się wokół problematyki przekształceń strukturalnych w rolnictwie polski, ze szczególnym uwzględnieniem przemian struktury agrarnej, wielofunkcyjności wsi i rolnictwa oraz uwarunkowań przyrodniczych i społeczno-ekonomicznych obszarów wiejskich regionu świętokrzyskiego.

Janina Wrońska-Kiczor, PhD, Engineer, employed in the Department of Regional Studies and Spatial Planning, Institute of Geography of the Jan Kochanowski University in Kielce, as an adjunct (adiunkt). PhD of agricultural sciences in agronomy. Interested in structural changes in the Polish agriculture with special emphasis on changes in agrarian structure, multi-functionalism of rural areas, natural environmental as well as socio-economic conditions in rural areas of the Świętokrzyskie region.

Adres/Address:

Uniwersytet Jana Kochanowskiego

Instytut Geografii

ul. Świętokrzyska 15

25-406 Kielce, Polska

e-mail: lucy@ujk.edu.pl

e-mail: iwona.kiniorska@ujk.edu.pl

CELINA GRAŻYNA GABIŃSKA

Uniwersytet w Białymstoku, Polska ■ University in Białystok, Poland

Uwarunkowania rozwoju kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich województwa podlaskiego

Conditions for Development of Human Capital in Rural Areas of the Podlaskie Voivodeship

Streszczenie: Rozwój społeczno-gospodarczy powoduje ciągle zmiany w strukturze i hierarchii czynników determinujących ewoluowanie gospodarek. Dotyczy to także obszarów wiejskich. W każdym regionie kraju mogą występować różnice w poziomie rozwoju gospodarczego i jakości życia jego mieszkańców. Wynika to m.in. z posiadanych zasobów ludzkich oraz ich jakości i funkcji, które pełnią w życiu społecznym. Jednym z najistotniejszych czynników rozwoju społeczno-ekonomicznego regionu jest kapitał ludzki. Jego rola i zasoby są uwarunkowane nie tylko wielkością populacji, lecz także wiedzą, przedsiębiorczością, kreatywnością, zdolnościami, zdrowiem i innymi podobnymi cechami. Rozwój czynnika ludzkiego stanowi istotny kierunek działania w rozwiązywaniu problemów społeczno-ekonomicznych na obszarach wiejskich województwa podlaskiego. W dobie rozwiniętej komputeryzacji, technologii i innowacji, aby sprostać wyzwaniom przyszłości, konieczne staje się wykorzystywanie wiedzy, kwalifikacji i umiejętności zasobów ludzkich jako najcenniejszego kapitału każdego przedsiębiorstwa XXI wieku. Celem niniejszej pracy jest przedstawienie kluczowych uwarunkowań rozwoju kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich województwa podlaskiego.

Abstract: Socio-economic development results in constant changes in the structure and in the hierarchy of factors determining the evolution of economies. This also applies to rural areas. In every region of the country there may be differences in the level of economic development and quality of life of its inhabitants. This is due to, among other things, their human resources and their quality and their function in society. One of the most important factors of socio-economic development of the region is human capital. Its role and resources are conditioned not only by the size of the population, but mainly knowledge, entrepreneurship, creativity, ability, health, and other similar features in the region. The development of the human factor is an important course of action in solving socio-economic problems in rural areas Podlaskie. In the age of the developed computerization, the technology and the innovation in order to meet challenges of the future, it is becoming necessary to use the knowledge, qualifications and the abilities of human resources as most valuable capital of every enterprise of the 20th century. The aim of this study is to present the key determinants of human capital development in rural areas of Podlaskie.

Słowa kluczowe: kapitał ludzki; obszary wiejskie; uwarunkowania rozwoju

Keywords: conditions for development; human capital; rural areas

Otrzymano: 27 października 2015

Received: 27 October 2015

Zaakceptowano: 14 marca 2016

Accepted: 14 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Gabińska, C.G. (2016). Uwarunkowania rozwoju kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich województwa podlaskiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 52–67.

WSTĘP

W ciągu kilkunastu ostatnich lat nastąpiło wiele zmian w funkcjonowaniu gospodarki światowej. Do jednych z ważniejszych zjawisk można zaliczyć nasilenie się procesów globalizacyjnych i znaczenia wiedzy oraz coraz szybsze tempo starzenia się wiedzy i postępu technicznego. O szansach rozwoju w coraz większym stopniu decydują potencjał intelektualny oraz wiedza związana z najnowszymi osiągnięciami współczesnej nauki. Konieczne wydaje się zatem zrozumienie uwarunkowań stanowiących podstawę dla rozwoju nowej gospodarki. Głównym motorem rozwoju gospodarczego jest kapitał ludzki w połączeniu z nowoczesnymi technologiami. Powinny w nim dominować takie cechy, jak kreatywność i umiejętność analizowania oraz rozwiązywanie problemów. Zagadnienie kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich należy rozpatrywać w powiązaniu ze specyfiką tego środowiska i kierunkami jego przemian. Za atrybuty obszarów wiejskich powszechnie uznaje się wyróżniki:

- przestrzenno-demograficzne, podkreślające odrębność terytorialną miejsca i zamieszkuje ją zbiorowości,
- społeczne, które akcentują wymiar specyfiki funkcjonowania tamtejszej wspólnoty, odzwierciedlony m.in. w warunkach życia, relacjach interpersonalnych, instytucjach,
- ekonomiczne – gdzie akcentuje się istotność rolnictwa dla lokalnej gospodarki, specyfikę pracy w tym sektorze oraz odmienną od miejskiej organizację rynków (Kaleta, 2009).

W niniejszym artykule jako cel pracy wyznaczono identyfikację i analizę niektórych uwarunkowań rozwoju kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich województwa podlaskiego. Skupiono się na analizie teoretycznych aspektów i istoty kapitału ludzkiego oraz wybranych jego elementów w świetle przedstawionych analiz sporządzonych na podstawie danych pochodzących z Głównego Urzędu Statystycznego (GUS), Banku Danych Lokalnych (BDL) i Urzędu Statystycznego Województwa Podlaskiego. Ponadto podjęto próbę opisanie możliwości podnoszenia kwalifikacji i wiedzy na obszarach wiejskich. Przyjęto tezę, że wzrost wybranych determinantów kapitału ludzkiego poprawia jego jakość na obszarach wiejskich. Wyniki badań przedstawiono w formie opisowej i tabelarycznej.

Teoretyczne aspekty i istota kapitału ludzkiego

Kapitał ludzki jest pojęciem bardzo „obciążonym” teoretycznie i empirycznie. W literaturze spotkać można wiele nie zawsze precyzyjnie formułowanych jego wyjaśnień. Wieloznaczność w rozumieniu tego pojęcia wynika z poziomu prowadzonych rozważań, stosowania odmiennych założeń badawczych przez poszczególne osoby oraz przekładu literatury zagranicznej na język polski.

Poziom rozwoju obszarów wiejskich zależy od wielu czynników (Heffer, Rosner, 2005; Bański, 2008), których znaczenie zmieniało się w czasie i przestrzeni. W XIX w. to ziemia oraz kapitał fizyczny i finansowy odgrywały decydującą rolę w rozwoju gospodarczym. Na przełomie XX i XXI w. do najważniejszych czynników zalicza się kapitał ludzki i społeczny. Wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich oraz wprowadzanie gospodarki opartej na wiedzy powodują wzrost zapotrzebowania na wykwalifikowaną kadrę również na wsi. Dotychczasowe badania jednoznacznie wskazują, że mieszkańcy polskiej wsi byli gorzej wykształceni niż osoby zamieszkujące miasta (Janc, Czapiewski, 2014; Fienkel, 2012).

Kapitał ludzki najczęściej analizowany jest w dwóch aspektach:

- wąskim – utożsamianym z poziomem wykształcenia osób zamieszkujących dany obszar,
- szerokim – odnoszącym się do wrodzonych zdolności, zasobu wiedzy, poziomu wykształcenia, doświadczenia zawodowego, umiejętności tworzenia i adaptowania innowacji, stanu zdrowia jednostki, jej poziomu kulturalnego oraz aktywności społeczno-ekonomicznej.

Podstawy teorii kapitału ludzkiego sięgają lat 60. XX w. i wiążą się z pracami: J. Mincer (1958), G.S. Beckera (1960), T.W. Schultza (1962) oraz E.F. Denisona (1962). Do końca lat 70. XX w. teorie dotyczące kapitału ludzkiego łączone były z poziomem wykształcenia (szkolnictwa) i zdrowiem, co miało wpływ na wysokość uzyskiwanych przez jednostkę zarobków. Po tym okresie pojawił się nowy nurt zapoczątkowany przez R. Lukasa (1988), który twierdził, że potencjalny, przyszły poziom kapitału ludzkiego jest uzależniony od umiejętności. Lukas udowodnił, że akumulacja kapitału ludzkiego uzależniona jest od procesu uczenia się przez działanie (Cichy, 2005). Pod koniec XX w. G.S. Becker wzbogacił swoją dotychczasową teorię o nowe wątki. Stwierdził, że inwestowanie w kapitał ludzki (wiedza zawarta w ludziach) jest jednym z głównych determinant wzrostu gospodarczego. Teorie kapitału ludzkiego rozpatrywał również M. Blang, który wyjaśniał motywacje jednostek związane z ponoszeniem wydatków na edukację i szkolenie. Stwierdził on, że istnieje ścisły związek między wydatkami na edukację a osiągniętym w życiu zawodowym poziomem dochodów (Łukasiewicz, 2009). Podobnie P. Romer (1990) kapitał ludzki traktował jako zasób. Według R.J. Barro i S.I. Martina (2004), kapitał ludzki wpływa na wydajność pracowników, która zależy od jakości siły roboczej i jej kwalifikacji. Można to potwierdzić badaniami przeprowadzonymi przez R.J. Barro i X. Sala-i-Martina (2004). Jednak rozmiary tych efektów są kwestionowane przez R. Barro i J. Lee.

Według G. Łukasiewicza (2009), na kapitał ludzki składają się dwa wymiary, tj. wymiar rynkowy (zasoby wiedzy, umiejętności, zdolności, zdrowia) i osobisty (zasoby kapitału ludzkiego rozpatrywane przez pryzmat zainteresowań i hobby).

S.R. Domański (1993) w swojej publikacji kapitał ludzki definiuje w następujący sposób „[...] kapitał ludzki – można określić jako zasób wiedzy, umiejętności, zdrowia, energii vitalnej zawarty w społeczeństwie. Zasób ten jest dany przez genetyczne cechy populacji raz na zawsze, ale można go powiększać inwestycjami w człowieka. Nie można oddzielić kapitału ludzkiego od człowieka” (Król, Ludwiczynski, 2006: 111).

W literaturze spotyka się wiele pojęć określających kapitał ludzki. Z punktu widzenia rozwoju przedsiębiorstwa (w tym także gospodarstwa rolnika) jako najistotniejsze należałoby wymienić następujące definicje:

- L. Edvinssona, gdzie kapitał ludzki z kapitałem strukturalnym tworzy kapitał intelektualny. Warunkiem jest zdobywanie wiedzy i jej wykorzystywanie na rzecz wykonywania pracy w firmie (gospodarstwie) (Kaplan, Norton, 2001);
- J. Fitz-Enza, która opisuje kapitał ludzki w odniesieniu do działalności gospodarczej „[...] jako kombinacje takich czynników, jak: cechy wnoszone przez człowieka (inteligencja,

energia, ogólnie pozytywna postawa, wiarygodność, zaangażowanie), zdolność pracownika do uczenia się (chłonność umysłu, wyobraźnia, zdolności twórcze, a także zdrowy rozsądek), motywacja pracownika do dzielenia się informacjami i wiedza (duch zespołowy i orientacja na cel) (Fitz-Enz, 2001). Kapitał ludzki jest tym czynnikiem rozwojowym obszarów wiejskich, który jest niezbędny do wykorzystania innych czynników prorozwajowych. Kluczowym czynnikiem wpływającym na jego zasoby i jakość są zmiany demograficzne. (*Szanse i zagrożenia...*, 2013). Kapitał ludzki w skali makro to zasoby wiedzy, umiejętności, zdrowia i energii zawartych w społeczeństwie, które wywierają istotny wpływ na innowacyjność gospodarek i społeczeństw, wpływają na ich przemiany instytucjonalne, upowszechniają określone wzorce konsumpcji i jakości życia, a także kształtują określoną strukturę techniczną, organizacyjną i społeczną gospodarki.

Na jakość kapitału ludzkiego w skali makro wpływają głównie następujące czynniki:

- zdobyty poziom wykształcenia,
- przekształcenia strukturalne gospodarki stymulujące określony popyt na pracę,
- polityka rodzinna dla kształcenia i wychowania młodego pokolenia,
- migracje ludności, gromadzenie i przepływ informacji, a także badania naukowe,
- ochrona zdrowia i środowiska naturalnego wpływająca na długość życia i sprawność fizyczną.

Wymienione czynniki oddziałują na potencjał i jakość kapitału ludzkiego stymulującego rozwój społeczno-gospodarczy regionu.

Ogromnym atutem obszarów wiejskich są ludzie, często od wielu pokoleń związani z ziemią, ciężką pracą i wartościami kulturowymi lokalnych społeczności. Jak przyjmuje Z. Ziolo (2010), procesy zwiększania jakości zasobów intelektualnych dokonują się w zmieniających się uwarunkowaniach społeczno-gospodarczych, kulturowych oraz politycznych i w istotnym stopniu zależą od przemian demograficznych. W wyniku aktywizacji zawodowej część zasobów zostaje przekształcone w kapitał ludzki.

Wybrane elementy kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich w województwie podlaskim

W poszukiwaniu uwarunkowań i rozwoju kapitału ludzkiego analizuje się przede wszystkim jego elementy składowe (determinanty). W niniejszej pracy analizie poddano odpływ zasobów kapitału ludzkiego oraz omówiono wybrane składniki, takie jak poziom wykształcenia, wiedza i kwalifikacje ludności województwa podlaskiego z wyodrębnieniem obszarów wiejskich.

Do pokazania zarówno efektów odpływu zasobów ludzkich, jak i poziomu wykształcenia autorka wykorzystała analizę danych statystycznych sporządzoną na podstawie *Roczników Statystycznych GUS z lat 2003–2014* oraz *Roczników Demograficznych z lat 2003–2014*, *Narodowych Spisów Powszechnych z lat 2002–2010*, biuletynów „Ludność, ruch naturalny i migracje w województwie podlaskim” z lat 2010–2014 oraz danych pochodzących z Banku Danych Lokalnych.

Odpływ zasobów ludzkich w województwie podlaskim przejawia się w:

- spadku liczby mieszkańców w poszczególnych powiatach i podregionach,
- spadku odsetka kobiet w wieku 20–29 lat w ogólnej populacji,
- rosnącym odsetku kobiet z grupy wiekowej 20–29 na migracji wewnętrznej i zewnętrznej.

Liczba ludności województwa podlaskiego systematycznie spada, chociaż w 2011 r. wystąpił niewielki wzrost. W latach 2003–2014 ubyłło ponad 13 tys. mieszkańców (13 199). Największe spadki następują w powiatach: hajnowskim, siemiatyckim, bielskim i sokólskim. Powiaty te charakteryzuje również najniższy odsetek kobiet w wieku 20–29 lat w ogólnej populacji. Szczególne spadki odsetek kobiet w tej grupie wiekowej nastąpiły w powiatach: augustowskim z 7,90 w 2003 r. do 7,76 w 2014 r., sejneńskim z 7,72 w 2003 r. do 7,34 w 2014 r., grajewskim z 8,42 w 2003 r. do 8,15 w 2014 r. oraz zambrowskim z 7,87 w 2003 r. do 7,68 w 2014 r. (tab. 1).

Tab. 1. Udział kobiet wieku 20–29 lat w populacji (stan na 31 grudnia danego roku, dane wyrażone w %)

Wyszczególnienie \ Rok	2003	2005	2008	2011	2012	2013	2014
Województwo	8,42	8,71	8,88	8,47	8,33	8,16	8,01
Powiat augustowski	7,90	8,19	8,63	8,21	8,08	7,89	7,76
Powiat białostocki	8,09	8,45	8,67	8,35	8,22	7,98	7,85
Powiat bielski	6,76	7,23	7,85	7,73	7,61	7,48	7,32
Powiat hajnowski	6,42	6,94	7,37	7,00	6,78	6,62	6,48
Powiat moniecki	7,59	7,93	8,50	8,35	8,23	8,08	7,84
Powiat sejneński	7,72	7,93	8,15	7,81	7,67	7,51	7,34
Powiat siemiatycki	6,96	7,32	7,83	7,58	7,46	7,31	7,22
Powiat sokólski	7,47	7,94	8,29	7,83	7,78	7,62	7,49
Powiat suwalski	7,07	7,42	8,38	8,33	8,25	8,18	7,99
Powiat grajewski	8,42	9,03	9,21	8,53	8,45	8,28	8,15
Powiat kolneński	7,82	8,26	8,54	8,44	8,31	8,13	8,04
Powiat łomżyński	7,45	7,82	8,59	8,19	7,98	7,85	7,71
Powiat wysokomazowiecki	7,45	7,98	8,54	8,05	7,82	7,68	7,51
Powiat zambrowski	7,87	8,30	8,83	8,29	7,92	7,79	7,68

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Roczniki Statystyczne GUS z lat 2003–2014*

Ważnym zagadnieniem jest też struktura wiekowa i struktura według płci emigrujących. Jeśli przeanalizujemy szczegółowo samą grupę kobiet, to około 40% wyjeżdżających stanowią kobiety w wieku 20–29 lat. Nieco mniejszy jest odsetek kobiet w wieku 20–24 lata – choć w roku 2008 wyemigrowało prawie 12% (11,80%). Natomiast kobiety w wieku 25–29 lat stanowią nawet ponad 57% wyjeżdżających.

Województwo podlaskie zawsze charakteryzował odpływ ludności ze wsi do miast. Analiza okresu 2003–2014 pokazuje, że znacznie ponad 50% wyjeżdżających z województwa podlaskiego stanowią kobiety – w 2012 r. stanowiły one ponad 55% (55,93%) wszystkich wyjeżdżających. Ogólnie w grupie wiekowej 20–29 lat bezwzględny odpływ kobiet jest o wiele większy niż mężczyzn. Szczególnie uwidacznia się to w grupie wiekowej 20–24 lata: wyjeżdżających kobiet jest tu ponad dwa razy więcej niż mężczyzn, np. w roku 2008 wyjechało poza granicę województwa 1470 kobiet i 460 mężczyzn, a w roku 2012 – 1058 kobiet i 408 mężczyzn. Taki obraz struktury emigrujących z województwa wynika przede wszystkim z mniejszej liczby ofert pracy dla kobiet w grupie wiekowej 20–24 lata, przy czym w tym wieku podejmowane są decyzje co do miejsca dalszego kształcenia i ewentualnej pracy. W następnej grupie zwiększa się już liczba wyjeżdżających mężczyzn, chociaż i tutaj kobiety mają bezwzględną przewagę (tab. 2).

Tab. 2. Migracje wewnętrzne w województwie podlaskim według wieku i płci w latach 2003–2008, 2011–2014

Wyszczególnienie \ Rok	2003	2005	2008	2011	2012	2013	2014
Odływ ogółem	14874	14000	12458	13760	13054	13332	13206
Odływ K*	8092	7736	7160	7618	7301	7384	7352
% odływu K	54,40	55,26	57,47	55,36	55,93	55,39	55,67
Odływ K 20–24 lata	1529	1457	1470	1164	1058	1042	1056
% odływu K 20–24 lata	10,28	10,41	11,80	8,46	8,10	7,82	8,00
% odływu K 20–24	18,90	18,83	20,53	15,28	14,49	14,11	14,36
Odływ K 25–29 lat	1659	1652	1645	1970	1957	1863	1872
Odływ K 25–29 do ogółu K	11,15	11,80	13,20	14,32	14,99	13,97	14,18
K 25–29 do odływu K (%)	20,50	21,35	22,97	25,86	26,80	25,23	25,46
Odływ M* 20–24 lata	698	650	460	464	408	416	433
Odływu M 20–24 lata (%)	4,69	4,64	3,69	3,37	3,13	3,12	3,28
Odływ M 25–29 lat	1278	1248	996	1299	1138	1148	1187
Odływ M 25–29 lat (%)	8,59	8,91	7,99	9,44	8,72	8,61	8,99

*K – kobiety, **M – mężczyźni

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Roczników Statystycznych GUS z lat 2004–2014* i danych z BDL

Odływ zasobów kapitału ludzkiego, wyludnianie się terenów wschodniej Polski ma też swoje przyczyny historyczne. Można tu wspomnieć o emigracji po powstaniach narodowych, ale także o represjach i wywózkach na Syberię w czasie i po drugiej wojnie światowej. Współcześnie przyczynia się do tego globalizacja, jak też prowadzona polityka regionalna. Przeszkody w pokonywaniu bariery odływu zasobów ludzkich tkwią także w przyjmowaniu przez lokalne samorządy stereotypowych rozwiązań administracji rządowych i powielaniu w lokalnych strategiach rozwoju wytycznych Ministerstwa Rozwoju Regionalnego. *Strategia rozwoju województwa podlaskiego do roku 2020 (Strategia..., 2013)* ujmuje wprawdzie problemy demograficzne regionu, ale dopiero w trzecim Celu Strategicznym – cel operacyjny 3.1. Jakość życia. „Problemy demograficzne, takie jak spadek liczby ludności, starzenie się społeczeństwa, presja migracyjna, dysproporcje w rozmieszczeniu siły roboczej, wskazywane są jako kluczowe wyzwania polityki społeczno-gospodarczej nie tylko na poziomie europejskim, krajowym, ale także regionalnym. W odniesieniu do województwa podlaskiego, niewątpliwie jednym z głównych problemów jest ujemne saldo migracji oraz prognozowany dalszy spadek liczby ludności. W świetle powyższych zagrożeń nieuniknione jest podjęcie działań mających na celu neutralizowanie efektów zmian demograficznych, w tym podtrzymanie aktywności zawodowej i społecznej. Należy poprawić dostępność oraz jakość edukacji przedszkolnej.

Kapitał ludzki jako efekt edukacji nie pozostaje bez wpływu na jakość życia człowieka, jego miejsce w strukturze społecznej...” (Przyszczykowski, 2002: 133)

Wychowanie przedszkolne jako pierwszy etap edukacji prowadzone jest w przedszkolach i oddziałach przedszkolnych przy szkołach podstawowych oraz od roku szkolnego 2008/2009 zgodnie z *Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z 31.08.10 r.* (Dz.U. nr 161, poz. 1080) również w zespołach wychowania przedszkolnego i punktach przedszkolnych. Jednak z danych GUS-u i BDL wynika, że ciągle ten odsetek nie jest zadowalający. W miastach sytuacja jest zdecydowanie lepsza niż na obszarach wiejskich (tab. 3).

Tab. 3. Wychowanie przedszkolne w województwie podlaskim w latach 2008–2015

Wyszczególnienie	2008/09	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2008/09 = = 100
Placówki	544	609	644	676	689	680	125,0
w tym na wsi	335	370	396	403	398	385	114,9
Miejsca w placówkach	18 785	22 358	23 798	25 443	26 402	26 929	143,4
w tym na wsi	1 440	2 873	3 626	4 129	4 073	4 104	285,5
Oddziały	1 220	1 417	1 564	1 630	1 720	1 696	139,5
w tym na wsi	363	441	506	534	543	514	141,5
Dzieci	26 106	30 073	33 527	34 972	36 314	34 099	130,6
w tym na wsi	5 521	6 814	8 504	8 854	9 283	8 477	153,5
w tym w wieku 6 lat	10 315	9 271	8 718	8 947	9 246	6 181	59,9
w tym na wsi	3635	2 952	2 719	2 693	2 730	1 699	46,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL i GUS-u z lat 2009–2015

Jak wynika z tabeli, w województwie podlaskim od roku szkolnego 2008/2009 do roku szkolnego 2014/2015 nastąpił wzrost zarówno liczby placówek przedszkolnych (o 25%), również tych usytuowanych na wsi (o 14,9%), jak też liczby miejsc w przedszkolach (43,4%), w tym na wsi (18,5%). Wzrosła też liczba dzieci w przedszkolach ogółem (o 30,6%), ale na wsi uwidocznił się spadek o 53,3%. Natomiast po przeanalizowaniu ostatnich dwóch lat nauki, tj. roku 2013/2014 i 2014/2015 widać, oprócz wzrostu liczby miejsc w przedszkolach (o 1%), w tym na wsi (o 1,01%), że liczba placówek zmniejszyła się o 9 (1,3%). Wychowaniem przedszkolnym zapewniającym opiekę i naukę objęto 34,1 tys. dzieci (spadek o 6,1% w stosunku do poprzedniego roku). Większość omawianych placówek zlokalizowanych było na wsi (56,6%), jednak tylko 24,9% ogółu dzieci objętych edukacją przedszkolną stanowiły dzieci wiejskie. W roku szkolnym 2014/2015 na jedną placówkę wychowania przedszkolnego przypadło średnio 50 dzieci (w tym na wsi 22). Obsada miejsc w podlaskich przedszkolach kształtowała się na poziomie 96 dzieci na 100 miejsc.

Biorąc pod uwagę szkoły podstawowe zlokalizowane w województwie podlaskim, należy zauważyć, że na terenach wiejskich w latach 2013/2014 i 2014/2015 było ich o 73,4% więcej niż w miastach (tab. 4), gdzie do szkół podstawowych uczęszcza o 46 247 mniej uczniów (31,6%).

Tab. 4. Szkoła podstawowa i gimnazja dla dzieci i młodzieży w województwie podlaskim w latach 2008–2015

Wyszczególnienie	2008/09	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2008/09 = = 100
Szkoły podstawowe	459	449	438	425	414	414	90,2
w tym wiejskie	315	313	311	308	304	304	96,5
Uczniowie	72 576	67 355	65 986	64 542	63 868	67 612	93,2
w tym na wsi	25 930	22 961	22 356	22 081	21 545	21 365	82,4
Gimnazja	219	222	221	226	229	230	105,0
w tym wiejskie	96	94	92	91	92	92	95,8
Uczniowie	45 929	41 056	38 983	36 750	34 973	33 673	73,3
w tym na wsi	12 872	11 647	10 897	10 283	10 169	10 038	78,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL i GUS-u z lat 2009–2015

W roku szkolnym 2014/2015 na jedną szkołę podstawową przypadało 163 uczniów, zaś rok wcześniej wskaźnik ten kształtował się na poziomie 154 osób. Na wsi na jedną szkołę przypadało 81 uczniów, podczas gdy w miastach średnio 362 uczniów. Natomiast w omawianym okresie na jedno gimnazjum dla dzieci i młodzieży przypadało średnio 146 uczniów, tj. o 7 mniej niż przed rokiem. Na wsi w jednej szkole gimnazjalnej nauk pobierało 150 uczniów, a w miastach – przeciętnie 174 uczniów.

Niezależnie od rodzaju niezbędnych umiejętności podstawą wykształcenia jest edukacja szkolna. Równomierny rozwój kapitału ludzkiego, by zaowocować w życiu dorosłym jednostki, powinien być wspierany od najniższych szczebli edukacji. Należy stwierdzić, że szkoły funkcjonujące na obszarach wiejskich województwa podlaskiego (w tym rolnicze: 16), a głównie szkoły podstawowe i gimnazja, spełniały poza sferą edukacyjną wiele ważnych funkcji w rozwoju wsi. Jedną z nich jest kreowanie kapitału ludzkiego przez oddziaływanie na postawy i aktywność mieszkańców, wzbogacenie w wiedzę i integrowanie społeczności lokalnej. Niedługo temu szkoły stanowiły punkt centralny wydarzeń kulturalnych czy sportowych oraz miejsca spotkań mieszkańców.

Przyjęcie szkół przez jednostki samorządu terytorialnego zwiększa możliwości poprawy jakości kapitału ludzkiego. Jedną z takich możliwości jest prowadzenie szkoleń dla dorosłych mieszkańców (kursy rolnicze, gotowania i szycia, podstawy obsługi komputera) czy wprowadzenie dodatkowych programów nauczania w szkołach, np. przedsiębiorczości. Próby takich działań można zaobserwować w niektórych szkołach województwa podlaskiego na obszarach wiejskich (szkoły podstawowe w Suchowoli, Janowie, Korycinie, Piątnicy, Lipsku itd.). Niski poziom edukacji początkowej często wskazywany jest jako jedna z barier ograniczających rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Dlatego szczególnie istotna jest rola szkół wiejskich jako potencjalnych inkubatorów przedsiębiorczości.

O rozmiarach kapitału ludzkiego w istotnym stopniu decydują czynniki demograficzne. Na podstawie przeprowadzonych rozważań należy stwierdzić, że województwo podlaskie wydłuża się i starzeje – należy do regionów, w których od co najmniej kilkunastu lat mamy do czynienia z trendem spadkowym w liczbie ludności. W latach 2000–2013 liczba ludności województwa podlaskiego zmniejszyła się do 1 194 965 osób, czyli o 26 163 osoby (2,1%; tab. 5). W tym okresie w Polsce liczba mieszkańców zwiększyła się średnio o 0,6% z 38 254 do 38 502 osób (*Rocznik Demograficzny 2014*). Na zmniejszenie się liczby ludności ma wpływ ruch naturalny mieszkańców (urodzenia, zgony) oraz ruch wędrowny (migracje wewnętrzne i zagraniczne).

Tab. 5. Zmiana liczby ludności w województwie podlaskim w latach 2000–2013 według miejsca zamieszkania

Rok	Liczba ludności			Udział w ogólnej liczbie ludności (w %)	
	ogółem	miasto	wieś	miasto	wieś
2000	1 221 128	713 942	507 186	58,5	41,5
2005	1 201 000	710 542	490 458	59,2	40,8
2010	1 200 982	724 027	476 955	60,3	39,7
2013	1 194 965	721 824	473 141	60,4	39,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL, *Roczników Statystycznych Województwa Podlaskiego z lat 2000, 2010 i 2014*

Liczba ludności w województwie podlaskim wynosiła w 2014 roku 1 191,9 tys. osób, z czego 51,2% stanowiły kobiety. W latach 2003–2014 liczba ludności w województwie zmniejszyła się o ponad 13 tys. osób, a ubytek ten dotyczył głównie ludności zamieszkałej na terenach wiejskich. O ile ludność miast w regionie zwiększyła się o 9,5 tys. osób, o tyle w tym samym okresie skala wyludniania się obszarów wiejskich objęła populację 22,4 tys. osób. Saldo migracji wewnętrznych i zagranicznych na pobyt stały w latach 2003–2014 było ujemne.

Nadal pogłębiają się niekorzystne zmiany w strukturze demograficznej ludności i można postawić tezę, że nabierają one przyspieszenia. Ujemne saldo migracji może świadczyć o tym, że coraz mniej osób wiąże swoją przyszłość z zamieszkaniem i pracą w regionie podlaskim. Należy zauważyć, że w podregionie białostockim, głównie w powiecie białostockim, większość wskaźników demograficznych osiąga obecnie wartości bardziej pozytywne niż przeciętne dla województwa. W przyszłości zagrożeniem może być niski udział ludności w wieku przedprodukcyjnym w podregionie suwalskim i na obszarach wiejskich, ale może on być łatwo zniwelowany przez napływ ludności w wieku produkcyjnym z innych regionów województwa (tab. 6). Ponadto wzrasta liczba osób w wieku niemobilnym, tj. powyżej 44 roku życia, co oznacza starzenie się populacji. W 2014 r. 19% stanowiły osoby w wieku poprodukcyjnym, w tym: 42,6% na wsi i 57,4% w miastach. Wynika z tego, że w miastach województwa podlaskiego społeczeństwo starzeje się.

Tab. 6. Ludność (w tys.) według podregionów, ekonomicznych grup wieku w województwie podlaskim w 2014 r.

Województwo/ Podregiony	Wiek przedprodukcyjny			Wiek produkcyjny			Wiek poprodukcyjny		
	ogółem	miasto	wieś	ogółem	miasto	wieś	ogółem	miasto	wieś
Woj. podlaskie	210,5	123,9	86,6	755,6	467,4	288,2	225,9	129,7	96,2
Podregion białostocki	88,1	64,2	23,9	326,7	245,0	81,6	96,0	70,8	25,3
Podregion łomżyński	71,5	32,6	38,9	253,0	124,5	128,5	80,9	33,7	47,2
Podregion suwalski	50,9	27,1	23,8	175,9	97,9	78,1	49,0	25,2	23,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL, *Rocznika Statystycznego Województwa Podlaskiego 2014 rok*

Po przeanalizowaniu struktury ludności (%) według ekonomicznych grup wieku w województwie podlaskim w latach 2002–2014 widać niepokojący stopniowy ubytek w populacji w wieku przedprodukcyjnym, co może świadczyć o przyszłości wieku produkcyjnego, a w konsekwencji o odpływie kapitału ludzkiego. Z kolei w przypadku ludności w wieku poprodukcyjnym notuje się dokładnie odwrotną tendencję w stosunku do ludności w wieku przedprodukcyjnym. Mianowicie liczba osób w wieku poprodukcyjnym systematycznie wzrasta. Wzrost ten spowodowany jest wydłużaniem się trwania życia oraz starzenia się społeczeństwa.

Obniżenie wskaźników aktywności zawodowej, w warunkach spadku zarówno wskaźników zatrudnienia, jak i stopy bezrobocia, zaowocowało przesunięciem zasobów pracy do populacji osób biernych zawodowo. Jak wynika z danych zawartych w tabeli 7, utrzymuje się trend wzrostowy wskaźnika aktywności zawodowej i wskaźnika zatrudnienia przy spadku stopy bezrobocia do 2013. Jednak na obszarach wiejskich notuje się wzrost stopy bezrobocia zarejestrowanego i ukrytego (34,2% ogółu bezrobotnych zamieszkujących obszary wiejskie województwa).

W tak ukształtowanej sytuacji demograficznej województwa podlaskiego – charakteryzującej się spadkiem zasobów pracy, przy wzroście liczby osób w wieku poprodukcyjnym – ważną kwestią staje się maksymalizacja aktywności zawodowej, prowadząca do zwiększenia stopnia wykorzystania istniejącego potencjału pracy.

Tab. 7. Wskaźniki aktywności ekonomicznej ludności powyżej 15 roku życia według płci w województwie podlaskim w latach 2003–2014 (w %)

Rok	Wskaźniki aktywności zawodowej			Wskaźniki zatrudnienia			Stopa bezrobocia		
	O*	M**	K***	O	M	K	O	M	K
2003	55,4	64,1	47,5	45,7	53,1	38,8	17,7	17,6	17,8
2005	55,1	62,7	48,2	46,6	55,1	38,9	15,6	12,5	19,4
2010	54,6	61,9	48,0	49,6	56,5	43,5	9,0	8,8	9,3
2013	56,0	62,9	49,7	50,8	56,9	45,4	9,3	9,6	9,0
2014	55,8	64,4	47,8	50,0	57,7	42,8	10,5	10,1	10,5

* O – ogółem. **M – mężczyźni. ***K – kobiety

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL i GUS

Wykształcenie jest istotnym elementem sprzyjającym umocnieniu kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich i jest ważnym wyróżnikiem potencjalnych umiejętności ludzi. Powinno mieć ono charakter permanentny i to nie tylko w mieście, ale także, a może – przede wszystkim – na obszarach wiejskich, i obejmować również rolników.

Następnym analizowanym zagadnieniem jest jakość i poziom wykształcenia, który jest czynnikiem decydującym o szansach na rynku pracy. W latach 2002–2011 w województwie podlaskim zanotowano pozytywną tendencję ogólną, wyrażającą się we wzroście poziomu wykształcenia poszczególnych regionach (tab. 8). Korzystne tendencje nie zmieniają jednak ciągle dużych dysproporcji w zakresie poziomu wykształcenia między wsią a miastem. Po 2002 r. poprawiła się też struktura wykształcenia mieszkańców miast, co jest szczególnie widoczne na poziomie wykształcenia wyższego – zanotowano wzrost z 13,2 % w 2002 r. do 21,4 % w 2011 r.

Tab. 8. Ludność według poziomu wykształcenia (%) i płci w latach 2002 i 2011

Wykształcenie	2002			2011			Dynamika 2011/2002		
	ogółem	miasto	wieś	ogółem	miasto	wieś	ogółem	miasto	wieś
wyższe	9,9	13,2	4,2	17,0	21,4	9,9	171,7	162,1	235,7
M*	9,3	13,0	3,4	14,8	19,5	7,7	159,1	150,0	226,5
K**	10,4	13,5	4,9	19,0	23,2	12,1	182,7	171,9	246,9
policealne	3,2	3,9	1,9	2,6	3,2	1,6	81,3	82,1	84,2
M	1,6	2,0	0,9	1,5	1,9	0,9	93,8	95,0	100,0
K	4,6	5,5	2,9	3,6	4,4	2,3	78,3	80,0	79,3
średnie	28,3	33,4	19,6	29,0	32,1	23,9	102,5	96,1	121,9
M	26,0	31,4	17,2	27,6	31,2	22,2	106,2	99,4	129,1
K	30,5	35,2	21,9	30,2	32,9	25,6	99,0	93,5	116,9
średnie zawodowe	19,7	22,3	15,3	17,2	18,5	15,1	87,3	83,0	98,7
M	20,6	24,7	14,9	18,7	20,6	15,8	90,8	85,1	106,0

K	18,8	20,5	15,7	15,9	16,7	14,4	84,6	81,5	91,7
ogólnokształcące	8,6	11,2	4,3	11,8	13,6	8,9	137,2	121,4	207,0
M	5,4	7,3	2,4	9,0	10,7	6,4	166,7	146,6	266,7
K	11,6	14,7	6,2	14,3	16,2	11,2	123,3	110,2	180,6
zasadnicze zawodowe	23,2	20,4	28,0	21,7	18,6	26,5	93,5	91,2	94,6
M	30,1	26,7	35,5	27,9	24,2	33,6	92,7	90,6	94,6
K	16,9	14,9	20,7	15,9	13,7	19,6	94,1	91,9	94,7
gimnazjalne	x	x	x	4,9	4,3	6,0	x	x	x
M	x	x	x	5,5	4,8	6,5	x	x	x
K	x	x	x	4,4	3,7	5,5	x	x	x
podstawowe ukończone	29,8	23,9	39,7	18,3	13,7	25,6	61,4	57,3	64,5
M	28,0	22,0	37,6	16,5	11,8	23,5	58,9	53,6	62,5
K	31,4	25,6	41,7	20,0	15,4	27,8	63,7	60,2	66,7
podstawowe niedokończone i bez wykształcenia	5,6	5,1	6,6	6,5	6,6	6,4	116,1	129,4	97,0
M	5,1	4,9	5,3	6,2	6,6	5,7	121,6	134,7	107,5
K	6,3	5,3	7,9	6,8	6,7	7,1	107,9	126,4	89,9

*M – mężczyźni. *K – kobiety

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z BDL, Województwo podlaskie. Podregiony, powiaty, gminy (2003; 2013)

Przejawy zmian, które nastąpiły pod względem poziomu wykształcenia na obszarach wiejskich województwa podlaskiego, to:

- istotne zwiększenie udziału mieszkańców z wyższym wykształceniem. Wśród mieszkańców wsi w 2011 r. było 9,9% osób z wyższym wykształceniem. W stosunku do roku 2002 (przystąpienie Polski do UE) oznacza to niemal 2,5-krotny wzrost. Charakterystyczne, że wzrost dominuje wśród kobiet: w 2002 r. – 4,9%, a w 2011 – 12,1%;
- zmniejszenie udziału osób z wykształceniem policealnym. W 2012 było 1,9% osób z wykształceniem policealnym, natomiast w 2011 roku – 1,6% wśród mieszkańców wsi. Populacją dominującą byli mężczyźni, ale na jednakowym poziomie 0,9%, chociaż po całościowej analizie dotyczącej wykształcenia policealnego widać, że dla kobiet to 2,3%, a dla mężczyzn – 0,9%;
- zwiększenie udziału osób z wykształceniem średnim. Wśród mieszkańców obszarów wiejskich w 2002 r. było ich 19,6 %, a w 2011 – 23,9%. Wzrost zanotowano w obu populacjach;
- znikome zmniejszenie udziału mieszkańców z wykształceniem średnim zawodowym (odpowiednio 15,3% i 15,1%). Wzrost osiąga większe wskaźniki wśród mężczyzn – w 2002 r. – 14,9%, a w 2011 r. – 15,8%;
- ponad dwukrotne zwiększenie udziału osób z wykształceniem średnim ogólnokształcącym. Wśród mieszkańców wsi było ich w 2002 r. 4,3%, a w 2011 r. – 8,9%. Oczywiście dominują kobiety (odpowiednio 6,2% i 11,2%);

- zmniejszenie udziału osób z wykształceniem podstawowym (ukończonym). W latach 2002–2011 nastąpił spadek z 39,7% w 2002 r. do 25,6% w 2011 r. Spadek nastąpił wśród mężczyzn (odpowiednio 37,6% i 23,5%) i kobiet (odpowiednio 41,7% i 27,8%);
- podobnie jak wyżej zmniejszenie udziału osób z wykształceniem podstawowym nieukończonym, bez wykształcenia bądź wykształceniem nieustalonym. W latach 2002–2011 nastąpił spadek z 6,6% w 2002 r. do 6,4% w 2011 r. W populacji mężczyzn nastąpił wzrost z 5,3% w 2002 r. do 5,7% w 2011 r., natomiast w populacji kobiet nastąpił spadek z 7,9% w 2002 r. do 7,1% w 2011 r. Należy jednak zauważyć, że w porównaniu z 2002 r. bardzo wyraźnie zmniejszyły się dysproporcje.

Na obszarach wiejskich i w miastach województwa podlaskiego widać podobne kierunki zmian. Tylko udział osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym i podstawowym zmalał w mieście i na wsi. Zwiększenie udziału osób lepiej wykształconych na obszarach wiejskich wynika z coraz większych aspiracji i możliwości edukacyjnych młodego pokolenia, natomiast kształcenie i doskonalenie dorosłych na Podlasiu, a szczególnie na obszarach wiejskich – ma bardzo ograniczony zasięg.

Zmniejszenie różnic w poziomie wykształcenia między wsią a miastem jest problemem, na który składa się wiele czynników. Jednym z nich jest rozproszenie szkół na obszarach wiejskich, co wymusza konieczność dowożenia dzieci z dalej położonych miejscowości. Następny istotny czynnik to jakość kształcenia, która jest sumą stanu kadry nauczycielskiej i jej kwalifikacji oraz wyposażenia szkół w sprzęt komputerowy oraz specjalistyczne pracownie. Natomiast w przypadku dostępności młodzieży z obszarów wiejskich do szkół wyższych decydującą rolę odgrywają możliwości finansowe podjęcia nauki z dala od miejsca zamieszkania oraz poniesienia kosztów tej nauki. Niemniej istotne są też aspiracje młodych ludzi i chęć podjęcia nauki.

Wiedza i możliwości podnoszenia kwalifikacji na obszarach wiejskich

Wiedza jako kreator postępu na obszarach wiejskich stała się głównym czynnikiem rzutującym na tempo postępu ekonomicznego i społecznego. Zdobywanie nowej wiedzy i poprawa poziomu wykształcenia ludności są zatem warunkami koniecznymi do spełnienia w realiach globalnej gospodarki. Rolnikom czy też mieszkańcom obszarów wiejskich brak jest często świadomości korzyści wynikających z posiadania wiedzy ogólnej i zawodowej, świadomości tego, że dzięki wiedzy będzie im łatwiej poruszać się w środowisku przyrodniczym i społecznym. Dzisiaj każdy z nas musi identyfikować luki w swej wiedzy, kwalifikacjach, i szukać sposobów ich uzupełnienia. Koniecznością staje się ciągle wydłużanie okresu edukacji. Tak więc samodzielność, kreatywność, komunikatywność, interdyscyplinarność to cechy, jakimi powinien się charakteryzować się kapitał ludzki.

W kontekście obszarów wiejskich rosnące znaczenie w życiu społeczno-gospodarczym zasobów niematerialnych, takich jak kwalifikacje czy umiejętności, postrzega się zazwyczaj jako nowe szanse rozwojowe. Inną możliwością podnoszenia kwalifikacji przez osoby dorosłe na obszarach wiejskich, które spełniły obowiązek szkolny, są pozaszkolne formy kształcenia, ukierunkowane na uzyskiwanie i uzupełnianie wiedzy oraz umiejętności zawodowych. Podstawowymi formami kształcenia, doksztalcenia i doskonalenia w formach pozaszkolnych w latach 2014/2015 były: szkolenia, kursy, kursy zawodowe i seminaria.

W analizowanym województwie ważna rola została wyznaczona instytucjom, które przez działania informacyjne i doradcze mogą w znacznym stopniu stymulować rozwój. Podlaski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Szepietowie i Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku wspierają rozwój gospodarstw przez szkolenia („Podatek VAT w rolnictwie”), kursy zawodowe („Podejmowanie własnej działalności gospodarczej”), seminaria („Integrowana ochrona roślin”), wyjazdy studyjne, prelekcje, promocje przedsiębiorczości. Szkolenia WUP w Białymstoku w latach 2014–2015 w ramach programu operacyjnego „Wiedza – edukacja – rozwój” to: grafika komputerowa, pracownik magazynu, spawanie metodą MAG i TIG, kierowca wózków jezdniowych, przewóz materiałów niebezpiecznych, Auto CAD i Solid Works z kosztorysowaniem, operator koparko-ładowarki itp. Oferta szkoleniowa była dostosowana do realnych potrzeb odbiorców, tak aby w kształceniu mieszkańców wsi brać pod uwagę nowe rodzaje wiedzy i podnoszenie świadomości potencjału gospodarczego terenów wiejskich.

O sile kapitału ludzkiego decyduje nie tylko kapitał człowieka, oparty na posiadanej wiedzy i doświadczeniu, ale także możliwości jego dalszego rozwoju (Czaja, 2011). System edukacji jest lustrzanym odbiciem wartości dominujących w regionie i całym społeczeństwie. Kształcenie ustawiczne, edukacja przez całe życie są kluczowe dla XXI w. Dziś nie można mówić, że człowiek zgromadzi w swojej młodości podstawowy zasób wiedzy, który wystarczy mu na całe życie. Edukacja powinna obejmować czas od dzieciństwa po kres życia.

W rozwoju konkurencyjnej gospodarki opartej na wiedzy i przedsiębiorczości edukacja osób pracujących na obszarach wiejskich Podlasia ma istotne znaczenie. Jedną z barier rozwoju regionu jest niski poziom wykształcenia, posiadanych kwalifikacji, umiejętności i wiedzy. Kształcenie się ludności wiejskiej jest koniecznością. Ludność rolnicza, wchodząc na rynek pracy lub rozwijając działalność gospodarczą w swoim regionie, musi zdawać sobie sprawę, że kwalifikacje i wykształcenie w coraz większym stopniu są towarem i że jakość siły roboczej zależy od wykształcenia. Ludzie poszerzają swoje horyzonty myślowe, lepiej rozumieją rygor gospodarki rynkowej. Są bardziej skłonni ponosić ryzyko zmian, lepiej potrafią wykorzystać pojawiające się możliwości rozwoju. Poziom kształcenia dzieci i młodzieży oraz sposoby podnoszenia kwalifikacji dorosłych mogą decydować o przyszłym charakterze obszarów wiejskich. W celu likwidacji luki edukacyjnej nie wystarczą reformy, polegające na wprowadzaniu w gimnazjum czy liceum nauki o przedsiębiorczości, ale potrzebny jest szeroki program kształcenia ludności wiejskiej, w tym też kształcenia ustawicznego. Nieustanne doskonalenie posiadanych kwalifikacji ogólnych i zawodowych wpływa na zwiększenie efektywności transferu wiedzy do praktyki i przyczynia się do postępu rolniczego.

Dzięki kształceniu ustawicznemu ludzie zdobywają dwie–trzy specjalności, są bardziej elastyczni kwalifikacyjnie, wzrasta ich mobilność zawodowa, łatwość przekwalifikowania się i w ten sposób mają zdecydowanie większe szanse na aktywne utrzymanie się na rynku pracy. Koncepcja kształcenia ustawicznego zyskuje przedsiębiorczy wydźwięk, będąc jedną z determinant jego rozwoju, które w centrum zainteresowania stawia człowieka, jego działalność rozwojową i kreatywność. Ważnym instrumentem w zakresie prowadzonego doradztwa zawodowego jest też upowszechnianie kształcenia na odległość.

Aby szkolenia w rolnictwie odzwierciedlały ekonomiczną i socjalną rzeczywistość tego sektora, należy uwzględnić możliwość powiązania w całość takich obszarów, jak: edukacja na wszystkich jej poziomach (od podstawowego do wyższego), badania naukowe, szkolenia wynikające z potrzeb zdobywania nowej wiedzy nieobjętej systemem edukacji. Wówczas obszary wiejskie będą atrakcyjnym miejscem życia i pracy.

Podsumowanie i wnioski

Powszechnie coraz bardziej docenia się znaczenie jakości czynnika ludzkiego przy kreowaniu postępu w rozwoju gospodarczym. W pracy podjęto próbę ukazania uwarunkowań kształtujących jakość kapitału ludzkiego w województwie podlaskim, z wyszczególnieniem obszarów wiejskich. Szczególny nacisk położono na poziom wykształcenia mającego wpływ na jakość kapitału ludzkiego. Z przeprowadzonych analiz wynikało, że na przełomie ostatniego dziesięciolecia nastąpiły korzystne zmiany w poziomie jakości kapitału ludzkiego na terenach wiejskich. Można wnioskować o konieczności uaktywnienia działań na rzecz poprawy jakości kapitału ludzkiego na terenach wiejskich. Na skutek migracji mieszkańców wsi do ośrodków miejskich została zachwiana równowaga ludnościowa, objawiająca się procesami starzenia się społeczności (duże udziały osób w wieku poprodukcyjnym czy produkcyjnym mobilnym), co może prowadzić do zjawisk depopulacyjnych i marginalizacji wsi. W wyniku powyższych zjawisk społeczno-demograficznych na obszarach wiejskich utrzymują się niekorzystne warunki rozwoju kapitału ludzkiego w stosunku do terenów miejskich. Niskiego poziomu kwalifikacji ludności wiejskiej nie da się podnieść bez zakrojonego na szeroką skalę rozwoju kształcenia dorosłych na wszystkich poziomach, także w modelach nieformalnych, kursowych. Problem ten dotyczy w dużym stopniu prowadzących gospodarstwa rolne, jak też osób prowadzących działalność gospodarczą na obszarach wiejskich. Na podstawie przeprowadzonych rozważań można sformułować następujące wnioski:

1. Kapitał ludzki jest kategorią wielowymiarową, istotną we wzroście i rozwoju gospodarczym kraju i jego regionów.
2. W latach 2002–2011 na obszarach wiejskich województwa podlaskiego przeciętny poziom kapitału ludzkiego rozumianego w wąskim znaczeniu (czyli wykształcenia) znacznie się poprawił.
3. Starzenie się społeczeństwa i bezrobocie to kluczowy problem regionu.
4. W opracowaniu przedstawiono zasoby ludzkie województwa podlaskiego z wyodrębnieniem obszarów wiejskich. Znając potencjał demograficzny, jego ogólne zasoby i podstawowe cechy łatwiej jest planować jego wykorzystanie. Zarówno władze wojewódzkie, jak i samorząd terytorialny powinny dołożyć wszelkich starań, aby ten kapitał w jak najszerszym zakresie i jak najlepiej zagospodarować. Ze względu na obserwowane, długotrwałe trudności w gospodarce wiejskiej nie można liczyć na szybkie wchłonięcie przez miasta znacznej części wiejskich zasobów ludzkich. Dlatego też należy stawiać na wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich.
5. Kluczem do rozwoju kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich województwa podlaskiego jest jego doskonalenie przez podnoszenie wykształcenia oraz ciągle zdobywanie wiedzy i umiejętności, które pozwolą na wzrost przedsiębiorczości.
6. Jakość zasobów kapitału ludzkiego danego regionu jest rezultatem długotrwałych przemian demograficznych, dokonujących się pod wpływem wielu czynników.
7. Kapitał ludzki jako efekt edukacji nie pozostaje bez wpływu na jakość życia człowieka, jego miejsce w strukturze społecznej.
8. Jakość kapitału ludzkiego pozostaje w bezpośrednim związku z edukacją. Rozwój obszarów wiejskich, a także sukces ekonomiczny wielu rodzin, wsi i gmin jest też uzależniony od kwalifikacji ludzi i wykształcenia.
9. Proces doskonalenia kwalifikacji osób dorosłych nadal jest selektywny i ma stosunkowo niewielki zasięg. Należy uznać, że kształcenie osób dorosłych, nie tylko na terenach

- wiejskich, ale także w skali całego województwa czy kraju wciąż ma zakres marginalny. Dlatego też konieczne jest podwyższanie kwalifikacji osób w wieku 30 lat i starszych, zwłaszcza w regionach wiejskich.
10. Polityka regionalna województwa podlaskiego powinna tworzyć i wykorzystywać wszelkie możliwe narzędzia powstrzymujące odpływ zasobów pracy i kapitału ludzkiego. Młodych ludzi można zatrzymać, oferując im możliwość dalszego kształcenia, które przyniesie efekty w postaci znalezienia pracy zgodnej z wykształceniem.
 11. Polityka regionalna powinna także wykorzystywać otwartość i przedsiębiorczość młodych ludzi, wprowadzając odpowiednio mniej restrykcyjne obciążenia związane z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Literatura

References

- Bank Danych Lokalnych GUS (2015, 27 sierpnia). Pozyskano z: www.stat.gov.pl
- Bański, J. (2008). Wiejskie obszary sukcesu gospodarczego. *Studia Obszarów Wiejskich*, 14, 31–39.
- Barro, R.J., Sala-i-Martin, X. (2004). *Economic growth*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Barro, R.J., Lee, J.W. (2011; 2015, 10 czerwca). *A New Data Set of Educational Attainment in the World*. Pozyskano z: http://www.barrolee.com/papers/Barro_Lee_Human_Capital_Update_2011Nov.pdf
- Becker, G.S. (1960). An Economic Analysis of Fertility. W: G.B. Roberts (red.), *Demographic and Economic Change in Developed Countries*. Universities-National Bureau, 209–240.
- Becker, G.S. (1993). *Human capital, A theoretical and empirical analysis, with special reference to education, Third edition*, Chicago – London: Chicago University Press.
- Blang, M. (1976). The empirical status of human capital theory: a slightly jaundiced survey. American Economic Association. *Journal of Economic Literature*, 14(3), 829–830.
- Cichy, K. (2005). Kapitał ludzki w modelach i teoriach wzrostu gospodarczego. *Zeszyty Studiów Doktoranckich*, 23, 37–41.
- Czaja, Z. (2011). Problemy zarządzania zasobami ludzkimi w administracji samorządowej. „Optimum”. *Studia Ekonomiczne*, 1, 128–136.
- Denison, E.F. (1962). *The Sources of Growth in the US*. New York: Committee for Economic Development.
- Domański, S.R. (1993). *Kapitał ludzki i wzrost gospodarczy*, Warszawa: PWN.
- Fitz-Enz, J. (2001). *Rentowność inwestycji w kapitał ludzki*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Freinkel, J. (2012; 2015, 10 czerwca). *The role of hyaluronan in wound healing*. Pozyskano z: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/22891615>
- Heffner, K., Rosner A. (2005). Czynniki rozwoju obszarów wiejskich – rola małych miast. W: A. Rosner (red.), *Uwarunkowania i kierunki przemian społeczno-gospodarczych na obszarach wiejskich*, Warszawa: Wyd. IRWiR PAN, 229–330.
- <http://www.pops.up.podlasie.pl/index.php/strony/9844.html>
- Janc, K. (2003). Rola nauki i techniki we współczesnym świecie. W: H. Śmigielka, J. Słodczyk (red.), *Geograficzne aspekty globalizacji i integracji europejskiej*, Opole: PTG UO, 311–317.
- Janc, K., Czapiewski, K.L. (2014). Polaryzacja zagadnień edukacyjnych na Mazowszu wyzwaniem rozwoju obszarów wiejskich. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 156, 335–357.
- Kaleta, A. (2009). *Obszar wiejski i koncepcje jego rozwoju*. Warszawa: Wyd. FAPA.
- Kaplan, R.S., Norton, D.P. (2001). *Strategiczna karta wyników. Jak przedłożyć strategię na działanie*. Warszawa: PWN.
- Król, H., M., Ludwiczynski, A. (red.) (2006). *Kapitał ludzki organizacji*. W: H. Król, M. Ludwiczynski, *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji*, Warszawa: PWN, 111–119.

- Lukas, R. (1988; 2015, 10 czerwca). *Interannual fluctuations of the Mindanao Current in feed from sea level*. Pozyskano z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1029/JC093iC06p06744/full>
- Łukasiewicz, G. (2009). *Kapitał ludzki w organizacji pomiar i sprawozdawczość*. Warszawa: PWN.
- Mankiw, N.G., Romero, D. (1992). A Contribution to the Empirics of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 107, 407–438.
- Mincer, J. (1958). Investment in human capital and personal income distribution. *Journal of Political Economy*, 66(4), 30–36.
- Przyszczykowski, K. (2002). *Partnerstwo edukacyjne jako forma kapitału społecznego w gospodarce opartej na wiedzy*, Warszawa: PWN.
- Roczniki Statystyczne GUS z lat 2003–2014. GUS (2015, 10 czerwca). Pozyskano z: www.stat.gov.pl
- Roczniki Demograficzne GUS z lat 2003–2014. GUS (2015, 10 czerwca). Pozyskano z: www.stat.gov.pl
- Romer, P. (1990). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 96, 71–102.
- Schultz, T.W. (1962). Reflections on investment in man. *Journal of Political Economy*, 70, 1–8.
- Smith, A. (1954). *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, Warszawa: PWN
- Strategia rozwoju województwa podlaskiego do roku 2020 (2015, 27 sierpnia). Pozyskano z: http://www.strategia.wrotapodlasia.pl/pl/ps2/var/resources/154/248/4/srwp_2020_1.pdf
- Szanse i zagrożenia oraz potencjalne kierunki rozwoju obszarów wiejskich w Polsce w ujęciu regionalnym. *Raport podsumowujący*. (2012). Agrotec Polska Sp. z o.o. & Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN, Warszawa.
- Zioło, Z. (2010). Rola zasobów intelektualnych, kapitału ludzkiego i społecznego w procesach rozwoju obszarów wiejskich. W: W. Kamińska, K. Heffner (red.), *Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich*, Studia KPZK PAN T. CXXVI, Warszawa.

Celina Grażyna Gabińska, doktorantka, Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania. Zainteresowania naukowe autorki koncentrują się wokół rozwoju przedsiębiorczości, kształcenia, rozwoju zasobów ludzkich w przedsiębiorstwach na obszarach wiejskich.

Celina Grażyna Gabińska doctoral student, University in Białystok, Department of Economics and Management. The author's research interests focus on the development of entrepreneurship, education and development of human resources in enterprises.

Adres/Address:

Uniwersytet w Białymstoku
Wydział Ekonomii i Zarządzania
ul. Warszawska 63
15-062 Białystok, Polska
e-mail: celinagabinska@wp.pl

JACEK STROJNY

Politechnika Rzeszowska, Polska ■ Rzeszow University of Technology, Poland

Wielowymiarowa analiza porównawcza województw: podkarpackiego i małopolskiego

Multidimensional Comparative Analysis of the Voivodeships: Podkarpackie and Małopolskie

Streszczenie: Zjawisko rozwoju regionalnego należy do bardzo złożonych i istotnych z punktu widzenia procesów zarówno społecznych, jak i ekonomicznych. Jest ono analizowane w ramach nauk społecznych, głównie z perspektywy ekonomii. Niemniej istotne wydaje się jednak także uwzględnienie aspektów związanych z procesem zarządzania rozwojem regionalnym. Taki właśnie kontekst przyjęto w niniejszym artykule. Jego celem jest porównawcza ocena dystansu rozwojowego dla pary sąsiadujących ze sobą województw – małopolskiego i podkarpackiego. Realizując te zamierzenia, w pierwszej kwestii dokonano przeglądu literatury dotyczącej teorii rozwoju regionalnego, a w szczególności zagadnień potencjału i konkurencyjności regionów. Następnie przedstawiono modele badawcze, zbudowane z wykorzystaniem metody AHP (Analytic Hierarchy Process). Na ich podstawie przeprowadzono analizę porównawczą, wskazując podobieństwa i różnice pomiędzy badanymi województwami. W badaniu wykorzystano zarówno wybrane zmienne statystyczne, jak i zmienne zagregowane, zbudowane na podstawie wymienionych modeli. Opierając się na przeprowadzonych badaniach, sformułowano ogólne wnioski dotyczące zarówno dotychczasowych efektów zarządzania rozwojem regionu, jak i działań koniecznych do podjęcia w przyszłości.

Abstract: The phenomenon of regional development is a very complex and important from the point of view of both social and economic processes. It is analyzed within the social sciences, mainly from the perspective of economics. However, it seems important to also take into account aspects related to the management process of the regional development. That is the context adopted in this paper. Its aim is the comparative evaluation of the development gap for the pair of neighboring voivodeships – Małopolskie and Podkarpackie. Carrying out these plans in the first issue, a brief review of the literature on the theory of regional development was undertaken. In particular the issues of potential and competitiveness of regions were described. These phenomena were then described by test models, built using AHP (*Analytic Hierarchy Process*). Then, a comparative analysis was provided, pointing out the similarities and differences between the two investigated regions. The study used both selected statistical variables as well as aggregate variables, built on the basis of models mentioned above. On the basis of the assessment conducted, a general conclusions were prepared. They concern the effects of both, previous effects of the management of the regional development and future activities that have to be taken as well.

Słowa kluczowe: analiza wielowymiarowa; małopolskie; planowanie strategiczne; podkarpackie; rozwój regionalny

Key words: Małopolskie; multivariate analysis; Podkarpackie; regional development, strategic planning

Otrzymano: 14 listopada 2015

Received: 14 November 2015

Zaakceptowano: 20 marca 2016

Accepted: 20 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Strojny, J. (2016). Wielowymiarowa analiza porównawcza województw: podkarpackiego i małopolskiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 68–83.

Wstęp

Rozwój systemów gospodarczych należy do głównych zagadnień w naukach społecznych, a szczególnie w ekonomii. Procesy zachodzące na poziomie krajowym czy też w ramach wyodrębnionych jednostek terytorialnych mają bezpośrednie przełożenie na dobrobyt mieszkańców oraz szersze zjawisko, jakim jest jakość życia. Opis obserwowanych zjawisk powinien służyć skuteczniejszemu i bardziej efektywnemu oddziaływaniu na procesy rozwojowe, a zatem celom zarządczym. Dlatego też głównymi adresatami uzyskanych wyników badań są z całą pewnością jednostki administracji publicznej. W przypadku niniejszego artykułu wnioski poznawcze adresowane są do samorządów regionalnych i lokalnych działających w regionach małopolskim i podkarpackim. Natomiast wnioski metodologiczne mają charakter uniwersalny i mogą zostać wykorzystane w odniesieniu do dowolnego systemu terytorialnego zarówno w Polsce, jak i za granicą.

Celem artykułu jest ocena dystansu rozwojowego dla pary województw z Polski południowej – podkarpackiego i małopolskiego. Prezentowane badanie dotyczy dwóch podstawowych wymiarów rozwoju, a więc atrakcyjności względem określonych grup klientów (konkurencyjność) oraz istniejącego w badanych województwach potencjału rozwojowego. Oceniono, na ile uwarunkowania wewnętrzne (potencjał regionu) tworzą trwałą podstawę do budowania atrakcyjności względem podstawowych grup klientów (atrakcyjność regionu). Badając to zagadnienia, przyjęto, że zjawiska rozwojowe wykraczają poza aspekt produktywności gospodarki i mają charakter znacznie szerszy (Chądziński, Nowakowska, Przygodzki, 2007). Nie ograniczono się zatem do analizy wyłącznie danych związanych z poziomem produkcji (PKB) w regionach. Przyczyn rozwoju poszukiwano w znacznie szerszym spektrum czynników o charakterze nie tylko ekonomicznym, ale także społecznym czy środowiskowym.

Przyjęta, szeroka perspektywa badań stworzyła przestrzeń do wykorzystania dość złożonego procesu badawczego, określanego w literaturze mianem MCA (Multi-criteria Comparative Analysis) (Stec, Janas, 2009; Trzaskalik, 2014). Podejście wielokryterialne pomoże w uzyskaniu odpowiednich mierników do oceny sytuacji badanych regionów w obu proponowanych wymiarach – atrakcyjności i potencjału. Zastosowana metoda AHP (Analytic Hierarchy Process) daje duży komfort strukturyzowania problemu (Prusak, Strojny, Stefanów, 2014), co zostało wykorzystane w procesie budowania modelu atrakcyjności regionu – TCB (Tourists-Citizens-Businesses) oraz modelu potencjału regionu – SEEGI (Society-Economy-Environment-Government-Infrastructure). Proponowane nazwy modeli odnoszą się do zdefiniowanych w badaniu wymiarów analizy. Każdy wymiar modelu rozbudowano o wybrane dane statystyczne dostępne w Banku Danych Lokalnych (BDL) GUS. Przyjęto zasadę doboru zmiennych, które wpisują się w przyjęte definicje potencjału i atrakcyjności regionu.

Przedstawiony cel artykułu zrealizowano w czterech kolejnych krokach. Po pierwsze, dokonano krótkiego przeglądu literatury dotyczącej problematyki rozwoju regionalnego.

Uwzględniono szczególnie pojęcia wzrostu, rozwoju, konkurencyjności oraz potencjału. Następnie przedstawiono przyjęte założenia badawcze wraz z opisem zastosowanych modeli. W kolejnym punkcie artykułu przedstawiono wyniki przeprowadzonych badań w wymiarze statycznym (za ostatni okres w szeregu czasowym) i dynamicznym (zmiany na przestrzeni całego, przyjętego szeregu czasowego). Wnioski praktyczne i metodologiczne zawarto w podsumowaniu artykułu.

Wielowymiarowa analiza regionalna – krótki przegląd literatury

Regiony, podobnie jak inne jednostki terytorialne, rozwijają się w coraz bardziej złożonym, globalnym otoczeniu. Rośnie w nim rola przepływów zarówno kapitału inwestycyjnego, jak i ludzkiego jako czynnika determinującego sytuację systemów gospodarczych. W wielu krajach, w tym w Polsce, dochodzi do tego istotny aspekt negatywnych trendów demograficznych. Nie ulega wątpliwości, że pojawiają się także nowe, często trudne do przewidzenia wyzwania, związane czy to z sytuacją polityczną, kryzysami gospodarczymi, czy z masową migracją ekonomiczną i uchodźstwem wojennym. W tak skomplikowanych warunkach należy zadać sobie pytanie, w jaki sposób analizować systemy gospodarcze oraz jak kształtować ich konkurencyjność oraz procesy rozwojowe. Odpowiedzi na nie należy poszukiwać w literaturze składającej się na teorię rozwoju regionalnego oraz w publikacjach związanych m.in. z zarządzaniem strategicznym.

Niniejszy artykuł odnosi się do badań prowadzonych na poziomie województw (NUTS2¹). Ten poziom jednostek terytorialnych jest często w literaturze utożsamiany z pojęciem regionu. Po reformie administracyjnej z 1999 r. powstało 16 województw, z których każde stanowi „obszar wydzielony na podstawie całego zespołu wzajemnie powiązanych zjawisk gospodarczych” (Wróbel, 1965: 19), co w pewnym sensie uzasadnia traktowanie województwa jako regionu. Województwa są zatem regionem w sensie terytorialnym i administracyjnym (Lisiński, 2007). Warto podkreślić, że województwa stanowią „wyodrębnioną część ekonomicznej i społecznej całości, odróżniającą się od innych jednostek terytorialnych pod względem ekonomicznym, społecznym, demograficznym, kulturalnym, naturalnym, infrastrukturalnym” (Snieška, Bruneckienė, 2009: 46). Różnice istniejące pomiędzy regionami pozwalają na poszukiwanie takich aspektów, które determinują rozwój społeczno-gospodarczy w kontekście zmian wewnętrznych (potencjału) i pozycji na konkurencyjnych rynkach kapitału mobilnego i turystycznym (atrakcyjności).

Jak już zostało to podkreślone, region stanowi wyodrębniony system gospodarczy, który z punktu widzenia ekonomii może być traktowany jako układ produkcyjny. Takie podejście prezentują m.in.: P.M. Romer (1986), R.E. Lucas (1988), S. Rebelo (1991), Ph. Aghion i P. Howitt (1999), O. Galor i D.N. Weil (2000), L. Zienkowski (2003), N. Oguchi (2004), L. Alfaro, S. Kalemli-Ozcan i S. Sayek (2009), T. Tokarski (2010) czy M.S. McMillan i D. Rodrik (2011). Przyczyn wzrostu gospodarczego poszukuje się wśród czynników endogenicznych, a więc zakumulowanych w danym systemie gospodarczym. W innych modelach, proponowanych m.in. przez R.A. Solowa (1956), T. Swana (1956) czy G.D. Hansena i E.C. Prescottta (2002), bierze się pod uwagę głównie wpływ czynników egzogenicznych. Analiza funkcji produkcji w prezentowanych koncepcjach uwzględnia wpływ takich czynników, jak produktywność zgromadzonego w danym systemie gospodarczym kapitału czy też poziom akumulacji tego kapitału. Miarą tych pozytywnych zmian w takim wypadku jest dodatni przyrost wskaźnika produkcji realnej,

¹ Nomenclature of Territorial Units for Statistics – Klasyfikacja Jednostek Terytorialnych do celów Statystycznych.

a więc PKB (Wojtyła, 1995). W kontekście rozwoju regionu i tematu niniejszego artykułu można natomiast mówić raczej o rozwoju, który jest zjawiskiem szerszym i trudniejszym do skwantyfikowania.

Zarówno w podejściach egzogenicznych, jak i endogenicznych bierze się pod uwagę przepływy kapitałów pomiędzy systemami gospodarczymi. Istnieje szereg podejść, które rozwijają ten aspekt. W tym kontekście należy wymienić m.in. koncepcję konwergencji, a więc zjawiska opartego m.in. na przepływach kapitałów i powodującego stopniowe wyrównywanie się poziomu rozwoju systemów gospodarczych (Linnemann, Pronk, Tinbergen, 1965; Wójcik, 2008). Z drugiej strony obserwuje się zjawiska koncentracji kapitałów, które są źródłem odwrotnego procesu, a więc dywergencji. W koncepcjach F. Perrouxa (1950), A.O. Hirschmana (1958), J. Friedmanna (1986) czy M. Castellsa (1996) podkreślona została rola centrów wzrostu, kształtujących się w obszarach metropolii o zasięgu często ponadregionalnym. Tworzą się dzięki nim warunki do przyspieszonego wzrostu gospodarczego, dzięki rozbudowanym sieciom współpracy i doskonałym warunkom do rozwoju systemowego wsparcia innowacji.

Zarządzanie współczesnym systemem gospodarczym powinno zatem sprzyjać powstawaniu systemowych warunków do rozwoju sieci współpracy, innowacyjności i przedsiębiorczości (Dubini, 1989). Dlatego też, budując konkurencyjność regionu, warto określić jego mocne strony. W Unii Europejskiej ten aspekt uwzględniono, tworząc podstawy koncepcji rozwoju opartej na *smart specialization* (McCann, Ortega-Argilés, 2013). Nie ulega wątpliwości, że wraz ze wzrostem złożoności warunków rozwoju wzrasta także rola instytucji administracji publicznych, które kreują i wspomagają procesy rozwoju. Ten aspekt jest także często analizowany w literaturze, zwłaszcza pod kątem metod i technik zarządzania (np. Turkis, Zavadskas, 2011; Eden, Ackermann, 2013; Triantaphyllou, 2013; Trzaskalik, 2014).

Z punktu widzenia niniejszego artykułu szczególnie istotna jest jakość zarządzania strategicznego. Termin ten można rozumieć jako „proces definiowania i redefiniowania strategii w reakcji na zmiany otoczenia lub wyprzedzający te zmiany, a nawet je wywołujący, oraz sprzężony z nim proces implementacji, w którym zasoby i umiejętności organizacji są tak dysponowane, by realizować przyjęte długofalowe cele rozwoju” (Krupski, 2007: 97). Zarządzanie strategiczne rozwojem regionu składa się z następujących etapów: a) analiza strategiczna, b) planowanie, c) wdrażanie (Dess, Miller, 1993; Gierszewska, Romanowska, 1997).

Skuteczny proces zarządzania strategicznego powinien prowadzić do zbudowania trwałych fundamentów konkurencyjności danego systemu gospodarczego. Konkurencyjność w niniejszym artykule jest rozumiana jako zdolność do utrzymania kapitału mobilnego oraz jego akumulacji zarówno w wyniku procesów wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Przekłada się to na propozycję zastosowania dwóch uzupełniających się definicji operacyjnych konkurencyjności, które posłużyły do zbudowania modeli TCB i SEEGI. Można zatem powiedzieć, że:

- konkurencyjność regionu to poziom jego potencjału endogenicznego w odniesieniu do poziomu potencjału endogenicznego w innych jednostkach. Potencjał endogeniczny jest zbudowany przez atrybuty społeczeństwa, gospodarki, środowiska naturalnego, instytucji administracji publicznej oraz infrastruktury. Ocena tych cech może powodować zmiany decyzji lokalizacyjnych obywateli czy firm. Może także wpływać na chęć odwiedzenia danego terenu przez turystów;
- konkurencyjność regionu to jego atrakcyjność, a więc zdolność do przyciągania kapitału mobilnego (ludzi, przedsiębiorstw) i turystów. Jeśli te podmioty wybierają dany obszar jako miejsce lokalizacji lub kierunek turystyczny, budują fundament do jego rozwoju społeczno-gospodarczego, wzrostu ekonomicznego i poprawy poziomu życia.

Przedstawione wyżej definicje konkurencyjności wymagają zastosowania odpowiedniego podejścia analitycznego. Ze względu na złożoność opisywanych zjawisk warto zaimplementować tutaj MCA (Multi-criteria Comparative Analysis – wielokryterialną analizę porównawczą) (Munda, 2004). Pozwala ona na dostarczenie, usystematyzowanej i możliwie obiektywnej, informacji zarządczej (Ginevičius, Podvezko, 2009; Podvezko, 2009; Ptaszek, Adamus, 2012). Badania porównawcze wykorzystujące analizę wielokryterialną stanowią istotny element metody określanej jako benchmarking (Dodgson i in., 2009; Bendell Boulter, Kelly, 1993). Sugerowana tutaj procedura analityczna pozwala na agregację danych, a więc sprowadzenie wielu zmiennych do postaci jednego, ogólnego miernika, co jest niezwykle istotne w badaniach regionalnych (Stec, 2007; Witkowska, 2012; Miłaszewicz, 2012; Warżala, 2015). Z tego właśnie powodu w części badawczej artykułu skupiono się na przedstawieniu metodologicznego oraz poznawczego wymiaru wielokryterialnej analizy konkurencyjności na przykładzie dwóch wybranych województw.

Założenia badawcze

Badaniem objęto dwa sąsiadujące regiony Polski południowej – małopolski i podkarpacki. Oba regiony mają podobną specyfikę kulturową, atrakcyjne tereny podgórskie i górskie. Z drugiej strony różnią się także znacząco, szczególnie pod względem charakterystyki miast wojewódzkich. Kraków to ośrodek miejski o uznanym na świecie wizerunku miasta turystycznego, bogaty w zabytki, ośrodki kultury i edukacji wyższej. Dodatkowo jest to także duży ośrodek przemysłowy, przekształcający się w ostatnim ćwierćwieczu w ośrodek usługowy. Aktualnie główny profil gospodarczy miasta określa specjalizacja outsourcingowa, tworząca z niego najważniejsze centrum tego typu w Europie Środkowej. Z kolei stolica Podkarpacia – Rzeszów – to ośrodek o znacznie mniejszym potencjale koncentracyjnym. Ponieważ ma znacznie mniejszy potencjał turystyczny, poszukuje szans rozwojowych związanych głównie z branżą *high-tech*, przede wszystkim powiązanych ze specjalizacją regionalną (technologie lotnicze, informatyka, farmaceutyka). Badanie tych dwóch regionów może dostarczyć ciekawych wniosków poznawczych i aplikacyjnych. W tabeli 1 przedstawiono wybrane informacje na temat porównywanych regionów.

Tab. 1. Wybrane cechy Podkarpacia i Małopolski – porównanie

Lp.	Parametry porównania	Podkarpackie	Małopolskie
1.	Ludność (w os.)	2 129 294	3 360 581
2.	Powierzchnia (w km ²)	17 846	15 183
3.	PKB (w mln PLN)	62 448	123 832
4.	PKB per capita (w PLN)	29 333	36 961
5.	Wydatki samorządów (w mln PLN)	9 805	14 725
6.	Liczba turystów	782 127	3 567 494

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych, GUS (2015)

Ze wstępnego porównania wynika założenie, że województwem wzorcowym w badaniu będzie województwo małopolskie. Województwo podkarpackie, należące do makroregionu Polski Wschodniej, w poszukiwaniu dalszych kierunków rozwoju może zatem czerpać inspirację

z regionu sąsiedniego w budowaniu strategii rozwoju adekwatnej do swojego potencjału i profilu społeczno-gospodarczego wynikającego z inteligentnej specjalizacji. Przygotowując badanie, sformułowano jego cel główny: **PG. Jakie są podobieństwa i różnice w poziomie konkurencyjności badanych regionów?** Uszczegółowienie celu głównego nastąpiło przez zadanie następujących pytań: PS.1. Jak mierzyć konkurencyjność regionów?, PS.2. Czy są znaczące różnice lub podobieństwa w atrakcyjności rynkowej badanych regionów?, PS.3. Czy są znaczące różnice lub podobieństwa w potencjale endogenicznym badanych regionów?, PS.4. Jak zmienia się sytuacja badanych regionów w zakresie atrakcyjności i potencjału endogenicznego po 2009 r.?

W celu sformułowania odpowiedzi na postawione pytania postępowano według kroków przedstawionych w tabeli 2.

Tab. 2. Kroki procedury badawczej

Krok	Opis
Krok 1	Zbudowano strukturę modeli atrakcyjności i potencjału regionów na podstawie operacjonalizacji definicji konkurencyjności przedstawionych w części teoretycznej artykułu.
Krok 2	Zbudowano bazę danych statystycznych na podstawie zdefiniowanych modeli.
Krok 3	Dokonano normalizacji danych, wykorzystując do tego celu kilka wybranych formuł normalizacyjnych.
Krok 4	Dokonano agregacji danych, budując indeksy na poziomie kryteriów modelu oraz indeks główny.
Krok 5	Dokonano analizy porównawczej sytuacji badanych regionów w 2013 r.
Krok 6	Dokonano analizy zmian sytuacji w badanych regionach w latach 2009–2013.

Źródło: opracowanie własne

W niniejszym punkcie artykułu opisano działania podjęte w ramach od pierwszego do czwartego kroku. Natomiast efekty działań wynikających z kroku piątego i szóstego przedstawiono w dalszej części. Przy opisie pierwszego z wymienionych kroków ograniczono się do przedstawienia dwóch modeli dotyczących konkurencyjności regionu – TCB oraz SEEGL. Pierwszy z nich opiera się na definicji konkurencyjności rozumianej jako atrakcyjność regionu względem wybranych grup klientów – turystów (*T – tourists*), obywateli (*C – citizens*) oraz przedsiębiorstw (*B – businesses*). Drugi model opiera się na definicji konkurencyjności rozumianej jako poziom potencjału konkurencyjnego. Tutaj odniesiono się do takich jego elementów, jak: społeczeństwo (*S – society*), gospodarka (*E – economy*), środowisko naturalne (*E – environment*), samorząd regionalny i lokalny (*G – government*) oraz infrastruktura (*I – infrastructure*).

W każdym z wymienionych modeli dla każdego z kryterium dobrano zmienne oparte na danych statystycznych. Zgodnie z założeniami metody AHP, dobór zmiennych ma charakter ekspercki i został dokonany przez autora artykułu. Dobrane zmienne spełniają następujące kryteria: 1) zgodność z definicją danego wymiaru modelu, 2) dostępność zmiennej w BDL minimum kilka lat, 3) liczba zmiennych w wymiarze optymalna z punktu widzenia wskaźnika CR^2 – ok. 3–5 (Prusak, Stefanów, 2014). Tak powstały modele obejmujące trzy poziomy: 1) globalny – opisujący atrakcyjność (*A*) i potencjał (*P*), 2) poziom kryteriów – opisujący wymienione wyżej elementy modeli oraz 3) poziom zmiennych statystycznych. Schematy obu modeli przedstawiono na rycinach 1 i 2.

² CR (Consistency Ratio) – wskaźnik przedstawiający poziom niezgodności ocen. Aby uznać oceny za zgodne, powinien przyjmować wartość $CR \leq 0,10$ (Saaty, Vargas, 1991).

Ryc. 1. Schemat modelu TCB

ATRAKCYJNOŚĆ (A)		
Atrakcyjność względem turystów (A_t)	Atrakcyjność względem obywateli (A_c)	Atrakcyjność względem przedsiębiorstw (A_b)
Liczba polskich turystów (A_{t1})	Migracja zagraniczna netto (A_{c1})	Inwestycje sektora prywatnego (A_{b1})
Liczba zagranicznych turystów (A_{t2})	Migracja międzywojewódzka netto (A_{c2})	Liczba spółek handlowych (A_{b2})
Długość pobytu turysty (A_{t3})	Liczba zamieszkaných mieszkań (A_{c3})	Liczba spółek z kapitałem zagranicznym (A_{b3})
Wydatki w gastronomii (A_{t4})	Liczba urodzeń żywych (A_{c4})	Wydatki na R&D (A_{b4})

Źródło: opracowanie własne

Ryc. 2. Schemat modelu SEEGI

POTENCJAŁ (P)				
Potencjał społeczeństwa (P_s)	Potencjał gospodarczy (P_{ec})	Potencjał środowiska naturalnego (P_{en})	Potencjał samorządu terytorialnego (P_g)	Potencjał infrastruktury (P_i)
Liczba stowarzyszeń, organizacji społecznych i fundacji na 10 tys. mieszkańców (P_{s1})	Udział osób pracujących w grupie osób w wieku produkcyjnym (P_{ec1})	Emisja zanieczyszczeń gazowych i pyłowych na km ² powierzchni (P_{en1})	Dochody własne samorządu na mieszkańca (P_{g1})	Długość dróg lokalnych utwardzonych na mieszkańca (P_{i1})
Udział ludności w wieku produkcyjnym w ludności ogółem (P_{s2})	Udział osób bezrobotnych w grupie osób w wieku produkcyjnym (P_{ec2})	Odprowadzanie ścieków przemysłowych na km ² powierzchni (P_{en2})	Dochody z UE samorządu na mieszkańca (P_{g2})	Przeciętny udział ludności korzystającej z sieci mediów w ludności ogółem (P_{i2})
Udział ludności w wieku przedprodukcyjnym w ludności ogółem (P_{s3})	Wynagrodzenie brutto (P_{ec3})	Odpady wytworzone w przemyśle na km ² powierzchni (P_{en3})	Wydatki majątkowe inwestycyjne samorządu na mieszkańca (P_{g3})	Liczba mieszkańców przypadających na łóżko w szpitalu ogólnym (P_{i3})
Przyrost naturalny na 1000 mieszkańców (P_{s4})	Wartość brutto środków trwałych przedsiębiorstw na podmiot (P_{ec4})	Udział powierzchni prawnie chronionej w powierzchni ogółem (P_{en4})	Wydatki bieżące samorządu na wynagrodzenia na mieszkańca (P_{g4})	Liczba miejsc noclegowych na 1000 mieszkańców (P_{i4})
Przeciętna liczba porad lekarskich i stomatologicznych na mieszkańca (P_{s5})	Produkcja sprzedana przemysłu ogółem na mieszkańca (P_{ec5})	Liczba pomników przyrody na 100 km ² (P_{en5})	Wydatki na obsługę długu samorządu na mieszkańca (P_{g5})	Muzea łącznie z oddziałami na 100 km ² powierzchni (P_{i5})

Źródło: opracowanie własne

Przedstawione wyżej modele posłużyły do konstrukcji wskaźników zagregowanych. W pierwszej kolejności zbudowano bazę danych statystycznych opisujących poszczególne modele na poziomie A_j oraz P_j . Następnie dokonano normalizacji danych, wykorzystując zarówno formuły standaryzacyjne, jak i unitaryzacji. W niniejszym artykule przedstawiono wyniki opierające się na formule unitaryzacji zerowej. W wyniku tego działania uzyskano wartości zmiennych z przedziału $A_j; P_j \in (0;1)$. Ten krok pozwolił na zagregowanie danych do poziomu A_j, P_j . W budowie wskaźników zagregowanych zastosowano wagi poszczególnych elementów modeli, uzyskane w wyniku procedury oceny eksperckiej, wynikającej z metody AHP (Prusak, Stefanów, 2014). W przypadku prezentowanego badania ekspertami byli pracownicy Katedry Ekonomii Politechniki Rzeszowskiej, zajmujący się problematyką rozwoju regionalnego – siedem osób w przypadku badania atrakcyjności oraz sześć osób w przypadku badania potencjału. W badaniu opinii ekspertów zastosowano charakterystyczną dla metody AHP ankietę wykorzystującą dziewięciostopniową skalę Saaty'ego (Saaty, 1990). Uzyskano w ten sposób wagi poszczególnych elementów modeli – na poziomie zmiennych oraz na poziomie wymiarów. W badaniu przyjęto, że wskaźnik $CR \leq 0,10$. Ocenę, dla których wskaźnik był wyższy, zostały odrzucone podczas weryfikacji wyników ankiety. W procesie agregacji zastosowano zatem wzór 1 dla indeksów I_j , a więc na poziomie kryteriów modelu ($A_j; P_j$) oraz wzór 2 dla indeksów głównych I dla modeli ($A; P$):

Dla indeksów na poziomie kryteriów modelu

($I_j = A_j; P_j$)

$$I_j = \sum_{j=1}^n (I_{jj} \cdot w_{jj}) \quad [1]$$

Dla indeksów głównych modelu

($I = A; P$)

$$I = \sum_{j=1}^n (I_j \cdot w_j) \quad [2]$$

gdzie:

I – indeksy główne (A i P)

I_j – indeksy dla kryteriów (A_j i P_j)

I_{jj} – standaryzowane zmienne (A_{jj} i P_{jj})

w_j – wagi (istotność) poszczególnych kryteriów modelu (suma w modelu jest równa 1),

w_{jj} – wagi (istotność) zmiennych opisujących poszczególne kryteria modelu (suma w ramach kryterium modelu jest równa 1).

Procedura normalizacji przyjęta w badaniu uwzględniała wszystkie regiony w kraju. Uzyskany obraz badanych województw (podkarpackiego i małopolskiego) należy zatem oceniać w kontekście ich sytuacji w porównaniu ze wszystkimi pozostałymi regionami. Oznacza to, że na poziomie I_j wartości 1 przypisywano do regionów wzorcowych z punktu widzenia danej zmiennej, zaś 0 do regionów najsłabszych, ale w kontekście całego kraju, a nie tylko analizowanej pary badanych regionów. Wyniki przeprowadzonej analizy przedstawiono w kolejnym punkcie artykułu.

Wyniki analizy porównawczej Podkarpacia i Małopolski

W kroku piątym prowadzonego badania porównano sytuację w badanych regionach w ostatnim roku analizowanego szeregu czasowego, czyli 2013. Wyniki zbiorcze na każdym poziomie analizowanych modeli przedstawiono tabelach 3 i 4. W pierwszej z wymienionych tabel przedstawiono porównawczą analizę atrakcyjności Podkarpacia i Małopolski pod względem zidentyfikowanych wcześniej grup klientów: turystów, obywateli oraz przedsiębiorstw. Do oceny sytuacji posłużyły zmienne A_1 – A_4 oraz indeks zbiorczy A_* . W badaniu przyjęto, że różnice pomiędzy wartościami zmiennej na poziomie 0,40 lub wyższym są znaczące, zaś różnice na poziomie 0,10 lub niższym oznaczają sytuację porównywalną.

Tab. 3. Atrakcyjność Podkarpacia i Małopolski – wyniki zbiorcze

Parametry atrakcyjności	Wagi	Podkarpackie	Małopolskie
a_1 korzystający z noclegów turyści krajowi I–XII	0,13	0,20	0,95
A_2 korzystający z noclegów turyści zagraniczni I–XII	0,28	0,06	1,00
A_3 średni czas trwania noclegu I–XII	0,30	0,33	0,27
A_4 obroty w gastronomii na mieszkańca	0,29	0,03	0,36
A_* indeks atrakcyjności względem turystów	0,16	0,15	0,59
A_1 saldo migracji zagranicznej na 100 000 mieszkańców	0,19	0,85	0,89
A_2 saldo migracji międzywojewódzkiej na 100 000 mieszkańców	0,16	0,25	0,71
A_3 liczba mieszkań na 1 000 mieszkańców	0,18	0,00	0,33
A_4 urodzenia żywe na 1 000 mieszkańców	0,47	0,58	0,86
A_* indeks atrakcyjności względem obywateli	0,28	0,48	0,74
A_1 inwestycje przedsiębiorstw sektora prywatnego na podmiot prywatny	0,10	0,78	0,32
A_2 spółki handlowe na 1 000 mieszkańców	0,21	0,00	0,25
A_3 spółki handlowe z udziałem kapitału zagranicznego na 1 000 mieszkańców	0,32	0,03	0,16
A_4 nakłady ogółem na B+R na podmiot gospodarki narodowej	0,37	0,59	0,56
A_* indeks atrakcyjności względem biznesu	0,56	0,31	0,34
A indeks atrakcyjności ogólny	1,00	0,33	0,49

Źródło: opracowanie własne

Atrakcyjność względem turystów to obszar najbardziej różnicujący konkurencyjność badanych regionów, oczywiście ze wskazaniem na Małopolskę. Potencjał turystyczny tego regionu oceniono na 0,59 na poziomie A_* . Wartość indeksu dla Podkarpacia wynosi jedynie 0,15. Podobnie jak inne regiony tzw. Polski Wschodniej województwo to nie wykorzystuje z całą pewnością bogactwa kulturowego i przyrodniczego w sposób zapewniający wyższą ocenę konkurencyjności. Warto jednak także podkreślić, że najlepsze w Polsce regiony, a więc m.in.

Mazowieckie i Małopolskie, dużą część ruchu turystycznego przyjmują w stolicach regionów, czyli w Warszawie i Krakowie.

Pod względem atrakcyjności dla obywateli przewaga województwa małopolskiego jest również bardzo widoczna, choć różnice w wartości indeksu A_c są już mniejsze niż poprzednio. Głównym problemem Podkarpacia jest aktualnie migracja międzywojewódzka, w tym drenaż grupy w wieku produkcyjnym mobilnym przez miasta, takie jak Kraków i Warszawa. Z tego wynikają pozostałe procesy związane z mniejszą aktywnością w osiedlaniu się oraz słabnący potencjał reprodukcyjny.

W przypadku ostatniego indeksu – atrakcyjności względem przedsiębiorstw – warto podkreślić znaczną dominację województwa mazowieckiego, zwłaszcza Warszawy, w skali kraju. W porównaniu z tym regionem pozostałe regiony wypadają słabo. Na tym tle ocena województwa podkarpackiego na poziomie zbliżonym do małopolskiego, mimo że stosunkowo niska, może być uznana za bardzo dobry symptom korzystnych zmian w regionie w ostatnich latach.

Ogólna ocena atrakcyjności Podkarpacia jest niższa niż ocena atrakcyjności Małopolski, choć należy podkreślić, że na tle innych regionów Polski Wschodniej badany region wypada najlepiej. Główną przyczyną relatywnie dobrego wyniku oceny końcowej jest wyższa niż w innych regionach na wschodzie kraju atrakcyjność względem przedsiębiorstw. Widoczna jest ona w szczególności w dużym zaangażowaniu podmiotów prywatnych w inwestycje w regionie, co może stanowić początek rozwoju struktur sieciowych nie tylko w branży lotniczej, ale także w innych branżach wysokich technologii.

Ciekawe wnioski wynikają także z porównania potencjału rozwojowego obu województw. Wyniki przedstawia tabela 4. Należy zaznaczyć, że niektóre elementy potencjału, takie jak: potencjał społeczeństwa, środowiska, samorządu terytorialnego oraz infrastruktury są na bardzo podobnym poziomie. Warto jedynie podkreślić dwie różnice widoczne na poziomie zmiennych. W obszarze samorządu obserwuje się odmienną sytuację w zakresie struktury wydatków. Na Podkarpaciu notuje się jeden z najwyższych w kraju poziomów wydatków inwestycyjnych w przeliczeniu na jednego mieszkańca. W Małopolsce natomiast obserwuje się bardzo niskie wydatki bieżące w przeliczeniu na jednego mieszkańca. Oznacza to, że utrzymanie tego typu instytucji jest niemal najtańsze w kraju. Znaczące różnice dotyczą także sfery infrastruktury – głównie w zakresie muzeów. Badanie potwierdza znaczną, uwarunkowaną historycznie, przewagę Małopolski w tym zakresie. Region ten jest zresztą wzorcowy w skali kraju pod tym względem.

Różnice między regionami występują natomiast w przypadku obszaru gospodarczego, przy czym Małopolska wypada pod tym względem korzystniej. Szczególnie duża różnica dotyczy sytuacji na rynku pracy. Podkarpacie charakteryzuje się znacznie gorszymi warunkami w tym obszarze, co jest z całą pewnością jednym z powodów ujemnego salda migracji międzyregionalnej, a także gotowości do wyjazdu za granicę. Ze względu na te niezbyt liczne różnice na poziomie szczegółowym ogólna ocena potencjału obu regionów jest bardzo podobna. Różnice w zakresie potencjału gospodarczego na korzyść Małopolski są bowiem wyrównywane niewielkimi przewagami Podkarpacia w pozostałych obszarach potencjału.

Ostatnim krokiem w prowadzonych badaniach była zmiana w okresie ostatnich 5 lat (2009–2013). Wybór analizowanego szeregu czasowego wynikał z dwóch podstawowych kryteriów. Po pierwsze, dążono do uzyskania tego samego okresu analizy w przypadku obu modeli. Dane do modelu TCB są dostępne od 1999 r., natomiast dane do modelu SEEGI – od 2008 r. Drugie, istotniejsze kryterium, to rok 2009, który był rokiem „dna” aktualnego kryzysu gospodarczego. Wybór tego roku jako punktu odniesienia daje zatem możliwość oceny

sposobu wychodzenia badanych regionów z trudnej sytuacji społeczno-gospodarczej. Analizę zmian zaprezentowano na rycinach 3 i 4. Pierwsza z nich przedstawia zmiany indeksów atrakcyjności, druga zaś – zmiany potencjału. W badaniu zmian zastosowano indeksy jednopodstawowe z rokiem bazowym 2009. Pokazują one zmianę wartości indeksu w badanym roku względem roku bazowego.

Tab. 4. Potencjał Podkarpacia i Małopolski – wyniki zbiorcze

Parametry atrakcyjności	Wagi	Podkarpackie	Małopolskie
P _s 1 Liczba stowarzyszeń, organizacji społecznych i fundacji na 10 000 mieszk.	0,08	0,52	0,51
P _s 2 Udział ludności w wieku produkcyjnym w ludności ogółem	0,38	0,54	0,29
P _s 3 Udział ludności w wieku przedprodukcyjnym w ludności ogółem	0,23	0,87	0,88
P _s 4 Przyrost naturalny na 1 000 mieszkańców	0,23	0,84	0,91
P _s 5 Liczba mieszkańców na lekarza	0,08	0,63	0,84
P _s Społeczeństwo	0,21	0,69	0,63
P _{ec} 1 Udział osób pracujących w grupie osób w wieku produkcyjnym	0,29	0,23	0,41
P _{ec} 2 Udział osób bezrobotnych w grupie osób w wieku produkcyjnym	0,16	0,17	0,80
P _{ec} 3 Wynagrodzenie realne	0,11	0,01	0,21
P _{ec} 4 Wartość brutto środków trwałych przedsiębiorstw na podmiot	0,14	0,34	0,17
P _{ec} 5 Produkcja sprzedana przemysłu ogółem na mieszkańca	0,30	0,07	0,24
P _{ec} Gospodarka	0,27	0,17	0,37
P _{en} 1 Emisja zanieczyszczeń gazowych i pyłowych na km ² powierzchni	0,29	0,96	0,80
P _{en} 2 Odprowadzanie ścieków przemysłowych na km ² powierzchni	0,28	0,92	0,69
P _{en} 3 Odpady wytworzone w przemyśle na km ² powierzchni	0,23	0,98	0,88
P _{en} 4 Udział powierzchni prawnie chronionej w powierzchni ogółem	0,12	0,57	0,72
P _{en} 5 Liczba pomników przyrody na 100 km ²	0,08	0,17	0,70
P _{en} Środowisko	0,18	0,84	0,77
P _g 1 Dochody własne samorządu na mieszkańca	0,34	0,00	0,29
P _g 2 Dochody z UE samorządu na mieszkańca	0,20	0,54	0,47
P _g 3 Wydatki majątkowe inwestycyjne samorządu na mieszkańca	0,23	0,98	0,30
P _g 4 Wydatki bieżące samorządu na wynagrodzenia na mieszkańca	0,09	0,40	0,97
P _g 5 Wydatki na obsługę długu samorządu na mieszkańca	0,14	0,74	0,55
P _g Samorząd	0,18	0,47	0,43

P _i 1 Długość dróg lokalnych utwardzonych na mieszkańca	0,28	0,39	0,42
P _i 2 Przeciętny udział ludności korzystającej z sieci mediów w ludności ogółem	0,26	0,68	0,40
P _i 3 Liczba mieszkańców przypadających na łóżko w szpitalu ogólnym	0,25	0,52	0,26
P _i 4 Liczba miejsc noclegowych na 1000 mieszkańców	0,12	0,07	0,28
P _i 5 Muzea łącznie z oddziałami na 100 km ² powierzchni	0,09	0,22	1,00
P _i Infrastruktura	0,16	0,44	0,41
P Potencjał endogeniczny	1,00	0,50	0,51

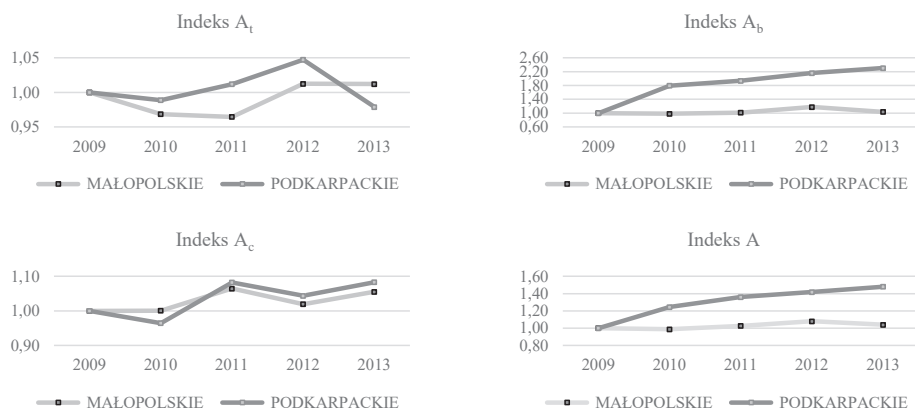
Źródło: opracowanie własne

Na rycinie 3 przedstawiono zmiany indeksów atrakcyjności regionów. Warto podkreślić, że w przypadku większości analizowanych indeksów Podkarpacie rozwija się lepiej od Małopolski. Szczególnie duża różnica widoczna jest w przypadku indeksu Ab, a więc atrakcyjności dla biznesu. W latach 2009–2013 nastąpił ponad dwukrotny wzrost atrakcyjności Podkarpacia przy niezmienionej sytuacji w Małopolsce. Znaczna, pozytywna dynamika zmian w obszarze atrakcyjności dla biznesu spowodowała także dynamiczny wzrost (o prawie 50%) wartości ogólnego wskaźnika atrakcyjności. Warto podkreślić, że Podkarpacie wyróżnia się pozytywnie nie tylko względem Małopolski, ale także innych regionów kraju. Można mówić o dwóch przyczynach obserwowanej obecnie sytuacji. Pierwsza, to efekt bazy – Podkarpacie, podobnie jak inne regiony Polski Wschodniej, charakteryzowało się niską atrakcyjnością ogólną, w tym również względem biznesu. Działania podjęte w województwie podkarpackim, a szczególnie w Rzeszowie i okolicach, pokazują wyraźną specjalizację inwestycyjną regionu. Tworzenie korzystnych warunków inwestycyjnych dla rozwoju branży *high-tech*, w tym szczególnie związanych z lotnictwem, daje szansę na zbudowanie w regionie nowoczesnej gospodarki i zmniejszenie dystansu rozwojowego do innych, bardziej rozwiniętych regionów, takich jak m.in. Małopolska.

Zmiany w zakresie potencjału rozwojowego zobrazowano na poziomie indeksów dla poszczególnych obszarów oraz indeksu głównego (ryc. 4). Podkarpacie prezentuje się pod tym względem nieco lepiej od Małopolski w odniesieniu do wszystkich obszarów potencjału rozwojowego. Wyraźnie poprawia się tam potencjał ekonomiczny oraz społeczny czy infrastrukturalny. Ze względu na emigrację ludzi młodych potencjał społeczny na Podkarpaciu, i w innych regionach Polski Wschodniej, będzie jednak podlegał osłabieniu w przyszłości. Rosnąca atrakcyjność Podkarpacia względem przedsiębiorstw przekłada się już jednak na wzrost potencjału ekonomicznego, co w konsekwencji może osłabiać negatywne trendy migracyjne w tym regionie.

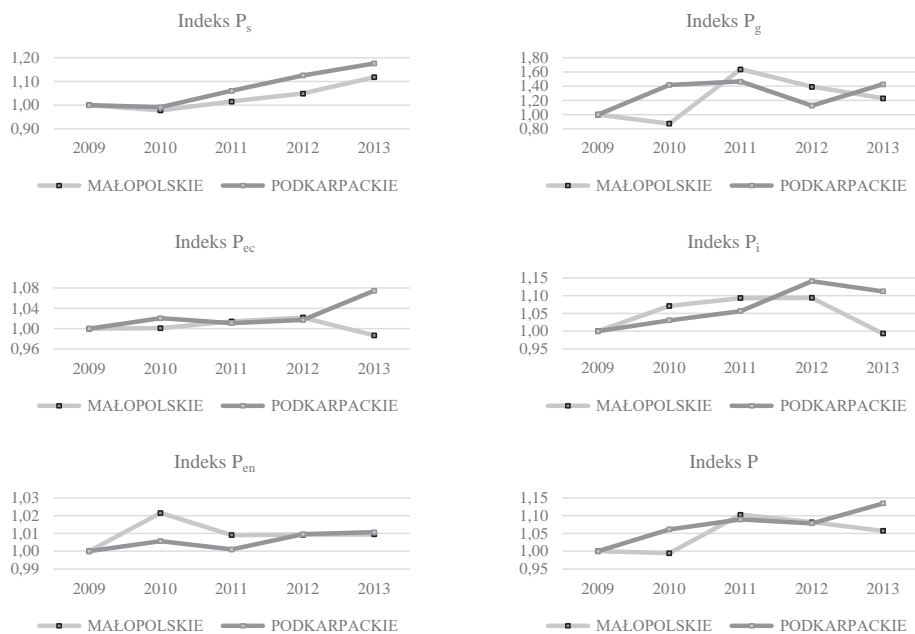
Przyjęta w artykule szersza perspektywa uwzględnia problem sprzeczności w celach rozwojowych, który jest widoczny m.in. w negatywnym wpływie wzrostu produkcji w regionie na aspekt środowiska naturalnego. Takie ujęcie problemu pozwala śledzić nie tylko korzyści, ale także koszty związane z kreowaniem procesów gospodarczych. Daje to z całą pewnością pełniejszą ocenę poziomu jakości życia w danym regionie.

Ryc. 3. Zmiana indeksów zagregowanych w modelu TCB



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 4. Zmiana indeksów zagregowanych w modelu SEEGI



Źródło: opracowanie własne

Podsumowanie

Podjęty w niniejszym artykule temat badawczy nie należy do szczególnie nowych. W Polskiej literaturze spotkać można szereg analiz zarówno województwa podkarpackiego (Dykas, 2009; Strojny, 2010; Hydzik, 2012), jak i badań porównawczych wszystkich regionów (Wosiek, 2009; Mroczek, Tokarski, 2013). Analizę sytuacji społeczno-gospodarczej w latach 2009–2013 przedstawiono w raporcie sporządzonym przez Wojewódzki Urząd Statystyczny w Rzeszowie (Błachut, Cierpiał-Wolan, Koprowicz, 2014). Mimo że nie zastosowano w niej wskaźników zagregowanych, a oceny formułowano na podstawie przeglądu wybranych zmiennych statystycznych, to wnioski w zakresie oceny sytuacji demograficznej i stanu gospodarki (zwłaszcza aktywności inwestycyjnej) są podobne. Przy podsumowaniu niniejszych badań warto jednak skupić się na trzech podstawowych kwestiach – poznawczej, metodologicznej oraz implementacyjnej.

W pierwszym z wymienionych wymiarów należy stwierdzić, że porównanie Podkarpacia z Małopolską dostarcza ciekawych informacji. Obserwowana dynamika rozwoju regionu słabszego gospodarczo stwarza podstawy do oceny dotychczasowej polityki rozwojowej. Pozytywne zmiany w wymiarze atrakcyjności względem przedsiębiorstw oraz potencjału ekonomicznego stanowią mogą fundament korzystnych zmian społeczno-gospodarczych. Koncentracja na kierunkach rozwoju wskazanych w *smart specialization* daje efekty w postaci znacznej dynamiki inwestycji. Zmiany sytuacji gospodarczej należy monitorować głównie pod względem wzrostu wynagrodzeń w regionie oraz udroźnienia rynku pracy. Jeśli w tym obszarze pojawiają się pozytywne procesy, zwiększy się prawdopodobieństwo osłabienia negatywnych trendów migracyjnych wśród osób młodych. Dużą rolę będzie tutaj odgrywać Rzeszów, który powinien przekształcać się w centrum rozwojowe o zasięgu co najmniej regionalnym, utrzymując przy tym specjalizację branżową.

Drugi aspekt to metodologia badania. Zaprezentowana procedura wykorzystuje analizę wielokryterialną z zastosowaniem prostych formuł normalizacyjnych, a także złożonej metody analitycznej, jaką jest Analytic Hierarchy Process. Warto podkreślić, że prezentowane podejście daje bardzo dobre rezultaty w przypadku analizy złożonych problemów decyzyjnych. Pozwala w sposób obiektywny określić wagi poszczególnych elementów zbudowanej struktury. Mimo pewnej pracochłonności przedstawiona procedura analityczna może w sposób efektywny wspierać proces zarządzania strategicznego w administracji publicznej. Przygotowana z jej wykorzystaniem informacja zarządcza jest ustrukturyzowana, a wielkości zagregowane uwzględniają przyjęte w badaniu priorytety, co ułatwia interpretację danych. Prezentowane w artykule modele TCB i SEEGL, przy akceptacji przez danego użytkownika proponowanych wag poszczególnych elementów, mogą być bezpośrednio zaimplementowane do analizy strategicznej. Uwagi te pozwalają na sformułowanie wniosku, że metoda AHP ma znaczący potencjał implementacyjny, zwłaszcza na poziomie zarządzania strategicznego jednostką administracji publicznej.

Literatura

References

- Aghion, Ph., Howitt, P. (1999). *Endogenous Growth Theory*. London: MIT Press.
- Alfaro, L., Kalemli-Ozcan, S., Sayek, S. (2009). FDI, productivity and financial development. *The World Economy*, 32(1), 111–135.

- Bank Danych Lokalnych. GUS (2015, 10 stycznia). Pozyskano z: www.stat.gov.pl
- Bendell, T., Boulter, L., Kelly, J. (1993). *Benchmarking for competitive advantage*. London: Financial Times/Pitman Publishing.
- Błachut, B., Cierpiał-Wolan, M., Koprowicz, D. (2014). *Analiza rozwoju społeczno-gospodarczego województwa podkarpackiego w latach 2009–2013*. Rzeszów: WUS w Rzeszowie.
- Castells, M. (1996). *The Rise of Network Society*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Chądzyński, J., Nowakowska, A., Przygodzki, Z. (2007). *Region i jego rozwój w warunkach globalizacji*. Warszawa: CeDeWu Wydawnictwa Fachowe.
- Dess, G. and Miller, A. (1993). *Strategic Management*. New York: McGraw-Hill.
- Dodgson, J.S., Spackman, M., Pearman, A., Phillips, L.D. (2009). *Multi-criteria analysis: a manual*, Department for Communities and Local Government. Londyn.
- Dubini, P. (1989). The influence of motivations and environment on business start-ups: some hints for public policies. *Journal of Business Venturing*, 4, 11–26.
- Dykas, P. (2009). Taksonomiczne wskaźniki przestrzennego zróżnicowania rozwoju powiatów województwa podkarpackiego. *Studia Prawno-Ekonomiczne*, 80, 201–214.
- Eden, C., Ackermann, F. (2013). *Making strategy: The journey of strategic management*. New York: Sage.
- Friedmann, J. (1986). The world city hypothesis. *Development and Change*, 17(1), 69–83.
- Galor, O., Weil, D.N. (2000). Population, Technology and Growth. *American Economic Review*, 90(4), 806–828.
- Gierszewska, G., Romanowska, M. (1997). *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Ginevičius, R., Podvezko, V. (2009). Evaluating the changes in economic and social development of Lithuanian counties by multiple criteria methods. *Technological and Economic Development of Economy*, 3, 418–436.
- Hansen, G.D., Prescott, E.C. (2002). Malthus to Solow. *Economic Review*, 92(4), 1205–1217.
- Hirschman, A.O. (1958). *The strategy of economic development*, 58. New Haven: Yale University Press.
- Hydzik, P. (2012). Zastosowanie metod taksonomicznych do oceny poziomu rozwoju społeczno-ekonomicznego powiatów województwa podkarpackiego. *Zeszyty Naukowe Politechniki Rzeszowskiej, Ekonomia i Nauki Humanistyczne*, 2(19), 17–32.
- Krupski, R. (2007). *Zarządzanie strategiczne. Koncepcje – metody*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.
- Linnemann, H., Pronk, J.P., Tinbergen, J. (1965). *Convergence of economic systems in East and West*. Rotterdam: Netherlands Economic Institute.
- Lisiński, M. (ed.) (2007). *Słownik podstawowych terminów samorządu terytorialnego*, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Dąbrowa Górnicza.
- Lucas, R.E. (1988). On the Mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22, 3–42.
- McCann, Ph., Ortega-Argilés, R. (2013). Smart specialization, regional growth and applications to European union cohesion policy. *Regional Studies ahead-of print*, 1–12.
- McMillan, M.S., Rodrik, D. (2011). *Globalization, structural change and productivity growth*. National Bureau of Economic Research NBER Working Paper, 17143(01).
- Miłaszewicz, D. (2012). Postępy w realizacji zrównoważonego rozwoju jako kryterium oceny polityki ekonomicznej. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 246, 270–279.
- Mroczek, K., Tokarski, T. (2013). Przestrzenne zróżnicowanie technicznego uzbrojenia pracy i łącznej produktywności czynników produkcji w Polsce w latach 1995–2009. *Studia Prawno-Ekonomiczne*, 88, 333–357.
- Munda, G. (2004). Social multi-criteria evaluation: Methodological foundations and operational consequences. *European Journal of Operational Research*, 158(3), 662–677.
- Oguchi, N. (ed.) (2004). *Total Factor Productivity Growth*, Asian Productivity Organization, Tokyo.

- Perroux, F., (1950). Economic space: theory and applications. *The Quarterly Journal of Economics*, 89–104.
- Podvezko, V. (2009). Application of AHP technique. *Journal of Business Economics and Management*, 2, 181–189.
- Prusak, A., Stefanów, P. (2014). *AHP – analityczny proces hierarchiczny*. Warszawa: CH Beck.
- Prusak, A., Strojny, J., Stefanów, P. (2014). Analityczny Proces Hierarchiczny (AHP) na skróty – kluczowe pojęcia i literatura. *Humanities and Social Sciences*, 4, 179–192.
- Ptaszek, P., Adamus, W. (2012). Modele rozwoju gmin w ujęciu wielokryterialnego procesu decyzyjnego. *Studia Regionalne i Lokalne*, 49(3), 85–106.
- Rabelo, S. (1991). Long-Run Policy Analysis and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*, 99, 500–521.
- Romer, P.M. (1994). The Origins of Endogenous Growth. *Journal of Economic Perspectives*, 8, 3–22.
- Saaty, T.L. (1990). *How to make a decision: the analytic hierarchy process*. *European Journal of Operational Research*, 48(1), 9–26.
- Saaty, T.L., Vargas, L.G. (1991). *The Logic of Priorities*. Pittsburgh: RWS Publications.
- Snieška, V., Bruneckienė, J. (2009). Measurement of Lithuanian regions by regional competitiveness index. *Inżynieria Ekonomiczna – Engineering Economics*, 61(1), 45–57.
- Solow, R.A. (1956). Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65–94.
- Stec, M. (2007). Analiza porównawcza miar syntetycznych rozwoju społeczno-gospodarczego województw. *Wiadomości Statystyczne*, 6, 51–58.
- Stec, M., Janas, A. (2009). Analiza porównawcza metod klasyfikacji województw. *Wiadomości Statystyczne*, 4, 26–41.
- Strojny, J. (2010). Analiza potencjału przedsiębiorczego województwa podkarpackiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 6, 176–197.
- Swan, T. (1956). Economic Growth and Capital Accumulation. *Economic Record*, 32, 334–361.
- Tokarski, T. (2010). Przestrzenne zróżnicowanie łącznej produktywności czynników produkcji w Polsce. *Gospodarka Narodowa*, 3, 23–38.
- Triantaphyllou, E. (2013). *Multi-criteria decision making methods: a comparative study*. 44, Springer Science & Business Media.
- Trzaskalik, T. (2014). Wielokryterialne wspomaganie decyzji. Przegląd metod i zastosowań. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej*, 74, 239–263.
- Turskis, Z., & Zavadskas, E. K. (2011). Multiple criteria decision making (MCDM) methods in economics: an overview. *Technological and economic development of economy*, 2, 397–427.
- Warżała, R. (2015). Wykorzystanie miar syntetycznych do konstrukcji regionalnego wskaźnika koniunktury. *Wiadomości Statystyczne*, 3, 52–67.
- Witkowska, D. (2012). Budowa mierników syntetycznych do oceny efektywności europejskich funduszy inwestycyjnych. *Metody Ilościowe w Badaniach Ekonomicznych*, 13(3), 262–275.
- Wojtyła, A. (1995). Polityka ekonomiczna a wzrost gospodarczy. *Gospodarka Narodowa*, 6, 1–10.
- Wosiek, M. (2010). Strukturalne uwarunkowania konkurencyjności regionów Polski Wschodniej w przestrzeni krajowej i europejskiej. *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Spójność społeczno-ekonomiczna a modernizacja gospodarki*, 16, 388–402.
- Wójcik, P. (2008). Dywergencja czy konwergencja: dynamika rozwoju polskich regionów. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(32), 41–60.
- Wróbel, A. (1965). *Pojęcie regionu ekonomicznego a teoria geografii*, Warszawa: PWN.
- Zienkowski, L. (ed.) (2003). *Wiedza a wzrost gospodarczy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.

Jacek Strojny, dr, Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza. Ekonomista, doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu, adiunkt w Katedrze Ekonomii Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej. Pełnomocnik dziekana ds. projektów rozwojowych i komercjalizacji badań.

Specjalizuje się w problematyce implementacji metod i technik zarządzania w przedsiębiorstwach i jednostkach administracji publicznej, zarówno na poziomie zarządzania strategicznego, jak i operacyjnego. Jest autorem ponad 100 publikacji dotyczących przedsiębiorczości i innowacji, rozwoju regionalnego i lokalnego oraz zarządzania projektami. Koordynował projekty wdrożenia innowacyjnych systemów zarządzania w kilkudziesięciu przedsiębiorstwach i samorządach. Jest także autorem strategii rozwoju lokalnego na poziomie gminnym i powiatowym.

Jacek Strojny, Economist, Assistant Professor in the Department of Economics, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology, The Deans Plenipotentiary for Development and Commercialization. He specializes in methods and techniques implementation in companies and public administration institutions on the strategic and operational level. The author of more than 100 publications related to entrepreneurship, innovations, local and regional development and project management as well. He was a coordinator of many innovative implantation projects in companies and public institutions. He is the author of strategic documents prepared on the municipality and district level.

Adres/Address:

Politechnika Rzeszowska
al. Powstańców Warszawy 12
35-959 Rzeszów, Polska
e-mail: jstrojny@prz.edu.pl

BEATA STELMACH-FITA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Rola geoinformacji we współdziałaniu jednostek samorządu terytorialnego z przedsiębiorcami

The Role of Geoinformation in Partnership Between Local Government Units and Business

Streszczenie: Autorka niniejszego artykułu zwraca uwagę na integracyjną rolę geoinformacji we wspieraniu polityki przestrzennej i kształtowaniu koncepcji inteligentnego miasta, opartego na partnerstwie. Inspiracją do jego napisania był film *Inteligentne miasto Aarhus*, zaprezentowany na konferencji w Gdańsku 25 września 2015 r. w ramach projektu „Ekologia Konstruktywnie”¹. Aby móc dobrze zarządzać przestrzenią z udziałem interesariuszy zainteresowanych trwałym rozwojem danego terytorium, potrzebna jest kompletna, dobrej jakości informacja o polityce przestrzennej. Przedmiotem badań prowadzonych przez autorkę w latach 2010–2012 były złożone zagadnienia związane z implementacją w Polsce Dyrektywy INSPIRE², dotyczące zagospodarowania przestrzennego (*land use*) oraz identyfikacja właściwych zbiorów danych, które powinny być udostępniane w ustanowionej w Europie infrastrukturze informacji przestrzennej (IIP). W podsumowaniu wyników badań jakościowych autorka wykazuje aktualność postawionych tez, w tym najistotniejszej związanej z brakiem w Polsce definicji terminu „dokument planistyczny”, co stanowi jedną z głównych przyczyn opisywanych problemów. Ponadto zaprezentowała refleksję na marginesie analizy wyników zamówienia pierwszego w Polsce *Opracowania projektu standardowych modeli danych planistycznych oraz profilu metadanych dla opracowań planistycznych* (2011) i cytowała wypowiedzi z wywiadów specjalistów (2011–2012). Przedstawiła również aktualny stan prawny dotyczący omawianego zagadnienia oraz przywołała późniejsze opracowania autorstwa innych badaczy. Autorka wskazała także na najbardziej kontrowersyjne interpretacje stosowania przepisów oraz podała rekomendacje dalszych działań jako głos w toczącym się dyskursie.

Abstract: The article underlines the integrative role of geo-information in support of policies and shaping of the concept of Smart City based on partnership. The movie *Smart city Aarhus*, presented at a conference in Gdansk on 25 September 2015 – Project Ecology Constructively³ – was an inspiration to write the article. To manage the space well, with the participation of the stakeholders interested in sustainable development of the territory, a complete, good quality information about the spatial policies is needed. The object of the research conducted in 2010–2012 was to present complex issues related to the

¹ Zob. Collegium Mazovia w Siedlcach: <http://www.ekologiakonstruktywnie.pl/pl>

² Dyrektywa 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 14 marca 2007 r. ustanawiająca infrastrukturę informacji przestrzennej we Wspólnocie Europejskiej (INSPIRE – Infrastructure for Spatial Information in the European Community).

³ Collegium Mazovia w Siedlcach: <http://www.ekologiakonstruktywnie.pl/pl>

implementation of the INSPIRE Directive in Poland in the subject of “land use” and the identification of relevant data sets, which should be made available in the established European Spatial Information Infrastructure (IIP). A summary of the results of qualitative research is presented, the author also shows the topicality of the posed thesis, most essentially associated with the lack of Polish definition of “planning document”, one of the main causes of reported problems. The article presents a reflection on the sidelines of the analysis of the results of the contract, the first in Poland, entitled “The Elaboration of Draft Standard Models of Planning Data and Metadata Profile for Planning Studies” (2011) and quotes statements from interviews of professionals (2011–2012). The current legal status has been presented and the elaborations of other authors were invoked in the article, showing the most controversial interpretations of the application of the regulations, and finally recommendations for further action were presented as the voice of the author in the ongoing discourse.

Słowa kluczowe: geoinformacja; integracja danych; planowanie przestrzenne; polityka przestrzenna; zagospodarowanie przestrzenne; zarządzanie przestrzenią.

Key words: data integration; geoinformation; land use; spatial management; spatial planning, spatial policy

Otrzymano: 26 listopada 2015

Received: 26 November 2015

Zaakceptowano: 16 maja 2016

Accepted: 16 May 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Stelmach-Fita, B. (2016). Rola geoinformacji we współdziałaniu jednostek samorządu terytorialnego z przedsiębiorcami. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 85-97.

Wstęp

W roku 2010 nie podjęto badań, których wyniki dałyby odpowiedź na pytanie, jakie zbiory danych dotyczących zagospodarowania przestrzennego powinny być udostępniane w infrastrukturze informacji przestrzennej (IIP) na poziomie europejskim, krajowym/lokalnym. Informacje sektora publicznego są największym źródłem informacji w Europie, istotnym dla nowych, innowacyjnych aplikacji i usług transgranicznych. Wykorzystane ponownie, mogłyby powodować powstawanie nowych przedsiębiorstw i miejsc pracy, dać konsumentom możliwość wyboru i uzyskania więcej wartości za ich pieniądze. Za Annoni można powiedzieć, że kluczowym celem dyrektywy INSPIRE jest sprawienie, aby dostępne było więcej i lepszej informacji przestrzennej, potrzebnej do tworzenia polityk wspólnotowych, począwszy od polityki środowiskowej przez polityki obejmujące rolnictwo, transport i planowanie przestrzenne (Stelmach-Fita, 2011; 2012; Annoni, 2011).

Zgodnie z dyrektywą INSPIRE przez zagospodarowanie przestrzenne rozumie się „terytorium charakteryzowane ze względu na jego obecny wymiar funkcjonalny i planowany wymiar funkcjonalny lub przeznaczenie społeczno-gospodarcze terenu wynikające z dokumentów planistycznych”. Wymagania dotyczące standardów, formatów zbiorów danych przestrzennych reguluje specyfikacja danych INSPIRE: D.2.8.III.4 Data Specification on Land Use (specyfikacja *land use*). Ma ona zapewnić ich harmonizację w znaczeniu semantycznym. Inne akty prawne regulują kwestie interoperacyjności w znaczeniu informatycznym⁴. Może się zdarzyć,

⁴ Rozporządzenie Komisji (UE) nr 1253/2013 z dnia 21 października 2013 r. zmieniające rozporządzenie (UE) nr 189/2010 w sprawie wykonania dyrektywy 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady...

że dla uzyskania pełnej zgodności z wytycznymi INSPIRE, zaistnieje potrzeba transformacji istniejących zasobów, ich uzupełnienia, a w pewnych przypadkach pozyskania brakujących elementów (Stelmach-Fita, 2011; 2012; 2014; Rossa, Gogołek, Łukasiewicz, 2009).

Pytania badawcze i teza

W świetle nakreślonej tematyki istotne stało się pytanie o stan przygotowania jednostek samorządu terytorialnego (JST) do identyfikacji i opisanie właściwych zbiorów danych. Wielowątkowy dyskurs prowokował do postawienia następujących pytań: 1. Czy istnieje problem związany z identyfikacją zbiorów danych zagospodarowania przestrzennego?, 2. Czy problem ten ma związek z brakiem hierarchiczności opracowań planistycznych i innych dokumentów, współpracą JST między sobą oraz innymi podmiotami?, 3. Z jakich dokumentów wynika kompletna informacja o planowanym zagospodarowaniu przestrzennym?, 4. Czy uwzględnia się potrzeby użytkowników?, 5. W jakim kierunku powinny zmierzać działania dotyczące harmonizacji zbiorów danych?

Zakres tematyczny badań wyznaczyły ww. pytania, które zamieniono na zdania twierdzące, tworząc wstępne hipotezy. Następnie postawiono trzy tezy, w tym tezę: „Zdefiniowanie w polskim prawie terminu *dokument planistyczny* i rozstrzygnięcie dylematów hierarchiczności dokumentów planistycznych i innych warunkujących zagospodarowanie przestrzenne umożliwi identyfikację kompletnych typów zbiorów danych o zagospodarowaniu przestrzennym, wymagających opisanie metadanymi w celu ich włączenia do infrastruktury informacji przestrzennej”.

Celom pracy odpowiadały metody badawcze: badanie teoretyczno-empiryczne (technologie GIS, obiektowe bazy danych, normy geograficzne serii 19100⁵, UML⁶, systemy planowania przestrzennego, techniki zapisu planistycznego, analiza stanu prawnego, tłumaczenie specyfikacji *land use*), badanie empiryczne typu jakościowego: I – ankiety JST na temat wdrażania SIP i standaryzacji miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego (mpzp), opisane w publikacjach (Stelmach-Fita, 2011; 2012; 2014), II – dotyczące roli węzłów IIP (2012) oraz III – analiza wyników wspomnianego zamówienia publicznego (2011), IV – wywiady ze specjalistami z wykorzystaniem kwestionariusza pytań.

Przykład dobrego wykorzystania geoinformacji – partnerski model rozwoju

Skandynawski model rozwoju miasta Aarhus – Smart Aarhus – jest przykładem dobrych praktyk wykorzystania geoinformacji (wyjaśnienie terminu w dalszej części) jako integratora wspólnych działań użytkowników przestrzeni, zainteresowanych jej rozwojem. Aarhus tworzy aglomerację liczącą ok. 1,2 mln osób. Jest to ważny port morski i węzeł kolejowy. Smart Aarhus to model oparty na zaangażowaniu interesariuszy przez partnerstwo. Projekt z 2012 r. nazwano cyfrowym światem, stworzonym w celu generowania wysokiej jakości otwartych danych przestrzennych i zapewnienia pomocy w rozwiązywaniu problemów społecznych, środowiskowych i ekonomicznych. Projekt tworzą m.in. Centralne Biuro Regionu w Viborg, Urząd Miasta oraz jednostki naukowo-badawcze. Firma może wykorzystywać etykietę projektu. Jest

⁵ Przedmiot normy geograficzne na Wydziale Geodezji Politechniki Warszawskiej, dr Z. Parzyński.

⁶ UML – Unified Modeling Language – zuniifikowany język modelowania (pojęciowego) wykorzystywany do modelowania różnego rodzaju systemów, program MS VISIO do tworzenia diagramów klas i obiektów.

to sposób na wymianę informacji, danych między klientami a partnerami projektu. Zaangażowane grupy osób rozwiązują różne problemy w dziedzinie bezpieczeństwa, ruchu drogowego i zdrowia, ponieważ inteligentne miasto to nie tylko nowe technologie, to współpraca. Potencjalnymi użytkownikami IIP są:

1. obywatele UE zainteresowani wiedzą o wykorzystaniu terenu,
2. obywatele UE – uczestnicy procesu inwestycyjnego lub procedury planistycznej,
3. opiniujący, uzgadniający opracowania planistyczne,
4. jednostki samorządu terytorialnego,
5. opracowujący decyzje administracyjne,
6. przedsiębiorcy: urbaniści i wykonujący analizy przestrzenne,
7. inne podmioty (jednostki naukowe, partnerstwo publiczno-prywatne – PPP).

Duch przedsiębiorczości i geoinformacja

Niezależnie od tego, czy i jak będziemy definiować geoinformację, informacja geograficzna jest „połączona” z Ziemią (Parzyński, Chojka, 2013). To połączenie oznacza, że wiemy, jakiego fragmentu Ziemi (lub całego globu) informacja dotyczy. Informacja przestrzenna opisuje jakiś fragment przestrzeni (niekoniecznie związany z Ziemią).

Polityka przestrzenna jest integralną częścią polityki rozwoju kraju, regionu, gminy. Potwierdza to m.in. M. Borsa, pisząc, że jest ona coraz ściślej związana w obecnych warunkach z polityką rozwoju (Borsa, 2015). Pomimo to poza mpzp nie ma obowiązku publikacji w Polsce innych instrumentów polityki przestrzennej (opisanych w kilku ustawach). Nowa sytuacja prawna⁷ daje podstawy do przekształcania systemów informacji przestrzennej w infrastruktury usług danych przestrzennych. Z drugiej strony interpretacje prawne budzą kontrowersje. Problem dotyczy również przedsiębiorców, którzy np. wykonują opracowania planistyczne dla j.s.t. lub szukają wiarygodnej informacji. M. Hanzl (2006) zwracała uwagę, że urząd wydaje wykonawcy komplet kopii decyzji administracyjnych dla danego terenu. Każdy wykonawca powieła pracę tworzenia z nich „mapy lokalizacji decyzji”. Kompletna informacja o zagospodarowaniu przestrzennym może być potrzebna inwestorom, czy interesariuszom związków międzygminnych⁸ i partnerstwa publiczno-prywatnego.

O duchu przedsiębiorczości w proinwestycyjnych działaniach władz lokalnych pisze m.in. J. Jarczewski (2007). Badacze T. Rachwał i M. Płaziak (2015) zwracają uwagę na niejednoznaczność i wielowymiarowość bądź polisemiczność (por. Brzozowski, 2007) pojęcia „przedsiębiorczość”, gdyż jego definicja podlega ciągłej ewolucji (por. Ochojski i in., 2005). Z kolei Z. Strzelecki każe nie zapominać o intuicji, pisząc, że każda działalność praktyczna powinna opierać się na przesłankach teoretycznych, niekiedy usystematyzowanych, zbadanych i upowszechnionych koncepcjach teoretycznych, a czasami na intuicyjnie wyobrażanych koncepcjach. Polityka regionalna będąca taką działalnością winna zatem opierać się także na takich przesłankach (Strzelecki, 2015).

Zauważa się rozwijanie pewnego rodzaju dialogu (*trialogue*) pomiędzy podmiotami publicznymi, sektora prywatnego a politykami, zmierzającego do integracji w wyniku postrzegania pojawiających się problemów, a przez to do pokonania luki między planowaniem i realizacją oraz między celami długo- i krótkoterminowymi (Stelmach-Fita, 2012; Engelke, 2008).

⁷ Ustawa z 4.03. 2010 roku o infrastrukturze i informacji przestrzennej (Dz.U. 2010 nr 76, poz. 489 z późn. zm.).

⁸ Ustawa z dnia 9 października 2015 o związkach metropolitalnych.

Refleksja na marginesie analizy *Opracowania projektu standardowych modeli danych oraz profilu metadanych dla opracowań planistycznych*⁹

Źródłem informacji o wynikach zamówienia były materiały przekazane w maju 2011 r. na płycie CD przez Biuro Geodety Województwa Mazowieckiego w Warszawie (BGWM) oraz Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie (opiniodawca projektu). Wykonawcą opracowania była firma GIS Partner Sp. z o.o. z Wrocławia. Stan prawny uwzględniał *Ustawę z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym* z aktami wykonawczymi dotyczącymi zakresu i formy opracowań planistycznych, Dyrektywę INSPIRE z 2007 r. z wytycznymi technicznymi, *Ustawę z dnia 4 marca 2010 r. o infrastrukturze informacji przestrzennej w Polsce* oraz normy geograficzne serii 19100.

Autorka niniejszego artykułu jako doktorantka była zainteresowana uczestnictwem w pracach zespołu wykonującego analizę. Ze względu jednak na warunki zamówienia, po rozmowach (2 i 6 grudnia 2010) z Wykonawcą, zdecydowano, że autorka będzie prowadziła niezależne badania, pogłębione w wybranym zakresie. Skupiła zatem uwagę na metodach wdrażania SIP, węzłach IIP, technice zapisu mieszanych funkcji (popularnych, a niezapropionowanych w projekcie) oraz problemie decyzji lokalizacyjnych, wydawanych na różnych poziomach zarządzania. Wyniki badań podała w kilku publikacjach (Stelmach-Fita, 2011; 2012; 2014).

Celem analizy było rozpoznanie kierunków standaryzacji, form zapisu tekstowego i graficznego opracowań planistycznych, porównanie ich z elastycznymi metodami zapisu kategorii mieszanych przeznaczeń terenu w innych rejonach Polski, wytycznymi specyfikacji *land use* oraz modelem systemu planowania przestrzennego Holandii, a także ocena możliwości wykorzystania wyników do identyfikacji zbiorów danych przestrzennych.

Już po ogólnym zapoznaniu się z projektem i stwierdzeniu, że nie odnosi się on w ogóle do problemu decyzji lokalizacyjnych, autorka zadecydowała o przeprowadzeniu kolejnego badania jakościowego, skierowanego do ekspertów różnych specjalności.

Przyjęte definicje a potrzeby użytkowników

Przedmiotem zamówienia było zaprojektowanie standardowych modeli danych dla „trzech typów opracowań planistycznych” wraz z projektem profilu metadanych do potrzeb rozbudowy SIP województwa mazowieckiego, a nie krajowej IIP. W polskim systemie prawa nie ma definicji „dokumentu planistycznego”. W projekcie przyjęto założenie, że „jest to dokument ustanawiający i kształtujący politykę przestrzenną na terenie gminy, województwa lub kraju, określony w *Ustawie z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym*”. Niestety, nie jest to idealna definicja. Każde z opracowań opisanych w ustawie odgrywa inną rolę. Ponadto w Polsce funkcjonują inne dokumenty ustanawiające i kształtujące politykę przestrzenną, tzw. decyzje lokalizacyjne (dwa typy opisane w ww. ustawie i kilka innych z tzw. ustaw specjalnych). Przy realizowaniu zamówienia przyjęto definicje dla: mpzp, studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego gminy (suikzp), planu zagospodarowania przestrzennego (pzip). Przepisy nie regulują zakresu i formy pzip. Ponadto ma on najbardziej odmienny charakter. Już na podstawie ww. definicji można było wnioskować, że podczas tworzenia wspólnego modelu danych mogły wystąpić problemy z opisaniem związków i wskazaniem wspólnych komponentów¹⁰.

⁹ Na podstawie rozprawy doktorskiej (Stelmach-Fita, 2012).

¹⁰ Obiekt jako element relacyjnej, obiektowej bazy danych, której przedmiotem opracowania był model.

Tab. 1. Tematy (treści planistyczne) dla opracowań planistycznych i ich powiązania

Temat	MPZP (3.2.5.1)	Studium (3.2.6.1)	PZPW (3.2.7.1)
Pl_Zagospodarowanie Terenu	x	x	x
Pl_Infrastruktura techniczna	x	x	x
PL_Dziedzictwo Kulturowe	x	x	x
PL_Środowisko Przyrodnicze	x	x	x
PL_Inwestycje Celu Publicznego	x	x	x
PL_Obszary Specjalne	x	x	x
PL_Obszary Szczególne	x	x	x
PL_Tereny Zamknięte	x	x	x
PL_Tereny Górnicze	x	x	x
PL_Sieć Transportowa		x	x
PL_Plany Miejscowe		x	
PL_Budowle Hydrotechniczne		x	x
PL_Powiązania Transgraniczne			x

Źródło: zamówienie BGWM

Wykonawca miał problem z interpretacją przepisów w zakresie hierarchicznych powiązań i opisywaniem związków pomiędzy pzpw a suikzp. Opracowano analizę prawną z odpowiednim orzeczeniem sądowym¹¹. Wykazała ona, że ustalenia pzpw wiążą jedynie wewnętrznie samorząd województwa oraz podmioty uzgadniające pzpw. Zagadnienie wprowadzania inwestycji celu publicznego o znaczeniu ponadlokalnym z pzpw do opracowań poziomu gminy przysparza więc wielu problemów interpretacyjnych, formalnych i technicznych.

Porównując ww. opracowania z planami strefowymi opisanymi w specyfikacji *land use*, funkcjonującymi w innych krajach, okazuje się, że tylko mpzp ma pewne cechy planu strefowego. W Polsce planem typu strefowego do 2003 r. był miejscowy plan ogólny (obejmujący obszar gminy). Ponadto w specyfikacji danych¹² wyjaśniono, że dokumenty poziomu regionalnego (plan struktury) mają inną skalę, stopień szczegółowości, relacje, obiekty i atrybuty. Ich forma różni się od planów typu strefowego. Plany na poszczególnych poziomach zarządzania powstają na podstawie różnych danych referencyjnych i nie są powiązane geometrią. Specyfikacja dopuszcza udostępnianie ich załączników graficznych jako rastrow georeferencyjnych¹³.

W projekcie nie odniesiono się do innych dokumentów warunkujących zagospodarowanie przestrzenne. Nie wskazano na związki przyczynowo-skutkowe pomiędzy suikzp a decyzjami lokalizacyjnymi. O takiej potrzebie mówią natomiast wyniki kolejnego badania.

Część obiektów referencyjnych dla planowania przestrzennego została zdefiniowana później, w *Rozporządzeniu Ministra Ochrony Środowiska z dnia 11 września 2012 r. w sprawie centralnego rejestru form ochrony przyrody*, w specyfikacji *land use* w 2013 r.

¹¹ Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego w Warszawie opiniujące etapy odbioru projektu – trzy strony uwag w układzie tabelarycznym.

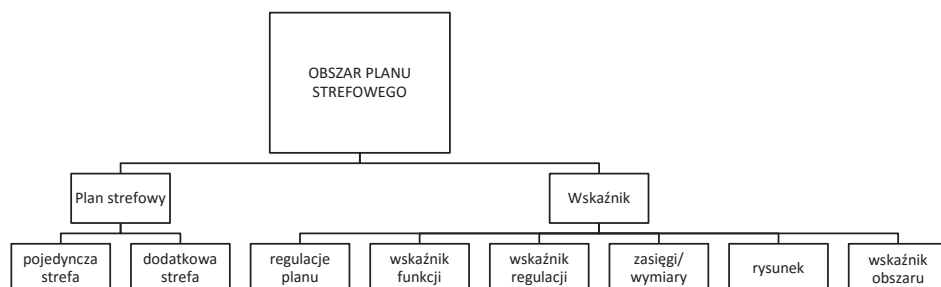
¹² http://inspire.ec.europa.eu/documents/Data_Specifications/INSPIRE_DataSpecification_LU_v3.0.pdf

¹³ W specyfikacji jest reprezentacja geometryczna planu regionalnego Niemiec.

Holenderski model planowania przestrzennego

Idea modelu planowania przestrzennego NEN 360¹⁴ (Stelmach-Fita, 2012: 96–100) polega na tym, że objęto nim wszystkie instrumenty polityki przestrzennej, a nie tylko wybrane opracowania. Jedną grupę (Wro) opisaną przez model o nazwie Zoning plan (Plan strefowy) tworzą: Plan strefowy, Plan integracyjny i Krajowy plan rozwoju. Model ten został włączony do „ogólnego modelu wszystkich instrumentów polityki przestrzennej”, których wspólnym komponentem jest „obszar planu” – generalizacja klas „obszar planu i decyzji lokalizacyjnych”. Lokalizacja decyzji jest oznaczana jako: punkt, linia, poligon lub kombinacja ich wszystkich.

Ryc. 1. Uproszczony schemat UML – obszar Planu strefowego



Źródło: tłumaczenie własne Modelu IMRO 2008

Zapisy ustaleń dotyczące funkcji, przeznaczenia terenu

Podział na kategorie przeznaczenia terenu nie zawiera mieszanych funkcji. Ponadto wartości atrybutów nie są do końca spójne z polskimi przepisami statystycznymi. Nie ma w Polskiej Klasyfikacji Wyrobnów i Usług wartości „aktywność gospodarcza”. Porównano wartości atrybutów „kierunek zagospodarowania obszaru” suikzp z HILUCS¹⁵ poziomu I z projektu specyfikacji *land use*. Kwestie te wymagają dalszych dyskusji.

Tab. 2. Porównanie wartości atrybutu HILUCS z „kierunki zagospodarowania obszaru”

HILUCS – poziom I	Kierunek zagospodarowania obszaru
1_Produkcja pierwotna	1_Zabudowa mieszkaniowa
2_Produkcja wtórna	2_Aktywność gospodarcza
3_Pozostała Produkcja (Pomocnicza)	3_Uслуги, rolnictwo
4_TransportSieciLogistykaIUżyteczność	4_Woda
5_MieszkanioweTerenyZInnymPowiązaniem	5_Komunikacja
Użytkowaniem	6_Infrastruktura techniczna
6_InneUżytkowanie	

Źródło: opracowanie własne na podstawie projektu specyfikacji w czasie tworzenia *Opracowania...*

¹⁴ <http://ec.europa.eu/enterprise/tris/pisa/cfcontent.cfm?vFile=120080195EN.PDF> (data dostępu: 30.08.2011)

¹⁵ Hierarchical INSPIRE Land Use Classification System – wielopoziomowy system klasyfikacji kategorii zagospodarowania przestrzennego.

Aby wyniki zamówienia mogły być w większym stopniu wykorzystane, wcześniej powinny być rozstrzygnięte kwestie związków hierarchicznych pomiędzy wszystkimi dokumentami warunkującymi zagospodarowanie przestrzenne.

Wyniki analizy odpowiedzi z kwestionariusza pytań

Badanie miało na celu zebrać wiedzę w nowej dziedzinie, aby było możliwe nakreślenie kierunków rozwiązania opisywanych wyżej trudnych problemów. Respondentami wywiadów, z wykorzystaniem kwestionariusza pytań, byli: szkolący ekspertów – 6,3%, specjaliści GIS – 23,3%, planiści – 40%, przedstawiciele RDOŚ¹⁶ – 30%. Badanie rozpoczęto na szkoleniu eksperckim INSPIRE, organizowanym przez Głównego Geodetę Kraju dla administracji w dniach 2–3 czerwca 2011 r.

Na zaproszenie pisemne skierowane do ok. 50 osób odpowiedziało 30 osób. Poniżej zamieszczono tylko wybrane wypowiedzi¹⁷ i podsumowanie związane z analizą zamówienia BGWM.

1. „W modelu danych powinny być wskazane związki przyczynowo-skutkowe występujące pomiędzy suikzp a decyzjami lokalizacyjnym.” (Głazewski A., w. 2011)
2. „Profil metadanych dla danej grupy tematycznej powinien być tworzony przede wszystkim dla potrzeb użytkownika.” (Nowakowska P., w. 2011)
3. „Źródłem informacji o planowanym zagospodarowaniu przestrzennym są mpzp, decyzje o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu oraz decyzje specjalne. W przypadku doprowadzenia do ich spójności ze suikzp nie byłoby potrzeby sięgania do informacji z tych decyzji.” (Malczewski P., 2011)
4. „Docelowo (do 2019) zbiory danych, których struktura jest zgodna z krajowym prawem i standardami technicznymi, i do których będą opracowane zbiory metadanych, powinny być udostępniane przy pomocy standardowych usług sieciowych. Zbiory INSPIRE, czyli te, które będą udostępniane społeczności Unii Europejskiej, muszą mieć strukturę zgodną ze specyfikacjami danych i innymi standardami unijnymi.” (Parzyński Z., w. 2011)¹⁸
5. Każdy kraj w zależności od potrzeb użytkowników, może zgodnie z normą 19115 niezależnie poszerzyć listę elementów metadanych. „Dla dobra całej wspólnotowej infrastruktury tych elementów powinno być jak najmniej.” (współautor ww. norm – Pachelski W., 2011)¹⁹

100% respondentów potwierdziło potrzebę utworzenia *Krajowego profilu metadanych zagospodarowania przestrzennego* (osobno dla istniejącego profilu i dla planowanego) i przy najmniej minimalnego standardu zapisu dokumentu planistycznego, obejmującego: model danych, katalog danych, schemat aplikacyjny dla serwisów: krajowego i INSPIRE.

W IIP udostępniane powinny być dane przestrzenne wynikające ze wszystkich decyzji lokalizacyjnych, które nie są spójne z dokumentami planistycznymi lub programami rozwoju.

Rejestry decyzji lokalizacyjnych powinny być tworzone w zestandaryzowanej formie elektronicznej, z jednoznaczną georeferencją, w celu zasilania baz danych EGIB, istniejącego zagospodarowania przestrzennego i ponownego ich wykorzystania bez zbędnego powielania pracy i kosztów.

¹⁶ Regionalne Dyrekcje Ochrony Środowiska.

¹⁷ Zawarte w kwestionariuszach i autoryzowane drogą e-mailową, dostępne u autorki.

¹⁸ Parzyński Z., wywiad pogłębiony w 2011 r., autoryzacja wypowiedzi dostępna u autorki.

¹⁹ Wywiad pogłębiony z wykorzystaniem kwestionariusza z pytaniami; u autorki artykułu.

Inne wybrane opracowania dotyczące implementacji Dyrektywy INSPIRE

W innym ujęciu tematu analizę zamówienia BGWM wykonał na koniec 2011 r. P. Malczewski²⁰. Prezentację z wynikami zamieszczono na stronie IGPiM²¹ w 2013 r. Autorka zgadza się z wnioskami tego autora, w tym z potrzebą zmiany systemu planowania przestrzennego. Dodaje, że należy doprowadzić do spójności hierarchicznej opracowań planistycznych i innych dokumentów warunkujących zagospodarowanie przestrzenne, zdefiniować w przepisach terminy: „plan” i „dokument planistyczny”, a w *Krajowym profilu metadanych dla tematu zagospodarowanie przestrzenne* – opisać związki przyczynowo-skutkowe występujące pomiędzy opracowaniami planistycznymi a ww. decyzjami. Autorka potwierdza brak zasadności „wektoryzacji zasobu obowiązującego, w celu doprowadzenia go do postaci umożliwiającej włączenie do zasobu IIP jako zbiorów danych na poziomie klas obiektów, ze względu na wykorzystanie do tworzenia tych dokumentów, niezestandaryzowanych obiektów referencyjnych”.

W związku z powyższym kontrowersyjne wydają się wnioski zawarte w *Opracowaniu strategii harmonizacji na poziomie tematu zagospodarowanie przestrzenne (land use) na podstawie projektu pilotażowego w gminach w zakresie harmonizacji zbiorów, metadanych i usług danych przestrzennych (UNEP/GRID Warszawa)*²², w których nie proponuje się tej zasady. Pilotaż miał na celu opracowanie procedur przetwarzania dokumentów planistycznych w formatach: analogowym i cyfrowym, do postaci zbioru danych zgodnego ze specyfikacją danych INSPIRE. Przez „harmonizację zbiorów” rozumie się „wektoryzację” obowiązujących opracowań planistycznych i zamianę ich postaci na formę obiektowych baz danych, a następnie mapowanie wartości atrybutów „przeznaczenia terenu” do klasyfikacji HILUCS. Eksperyment wydaje się interesujący, ale jako ćwiczenie mapowania wartości atrybutów do nowej klasyfikacji. Umiejętność ta będzie potrzebna, ale na nowej jakości planach utworzonych na „zestandaryzowanych obiektach referencyjnych”.

Autorce chodzi tutaj o rozróżnienie kwestii dobrowolnych „strategii wektoryzacji planów” w celu zasilenia SIP od ustawowego obowiązku wektoryzacji zasobu istniejącego, jako interpretacja art. 30 ustawy o IIP. W opinii autorki, taki proces jest kontrowersyjny ze względu na nieadekwatność kosztów do efektów (zniekształcone dokumenty).

Zbiory danych przestrzennych podlegające włączeniu do IIP

Na stronie Rady IIP organ wiodący słusznie zarekomendował nowy sposób opracowywania suikzp²³ w celu precyzyjnego wyznaczania stref urbanizacji. Następnie 2 grudnia 2014 r.²⁴ wymienił jako zbiory danych przestrzennych: mpzp, suikzp, miejscowe plany odbudowy i pzp. Wcześniej nie było na tej liście pzp. To uzupełnienie mogło mieć związek z *Rozpo-*

²⁰ Malczewski P. Autorska ocena projektu standardowych modeli danych oraz profilu metadanych dla opracowań planistycznych oraz „Profilu Metadanych Plan4All” wraz z autorską analizą w zakresie branżowego profilu metadanych w zagospodarowaniu przestrzennym pod kątem różnic i skutków dla tworzonej infrastruktury informacji przestrzennej wynikające z doświadczeń projektowych – Seminarium, 1–2 grudnia 2011: <https://www.igpim.pl/index.php/autorska-ocena-projektu-standardowych-modeli-danych-oraz-profilu-metadanych-dla-opracowan-planistycznych-oraz-profilu-metadanych-plan4all-wraz-z-autorska-analiza-w/>.

²¹ Instytut Gospodarki Przestrzennej i Mieszkalnictwa w Warszawie.

²² http://www.radaip.gov.pl/_data/assets/pdf_file/0004/63409/Zal6_A_Program_Budowy_IIP_MliR_zp.pdf

²³ http://www.radaip.gov.pl/_data/assets/pdf_file/0019/53155/Urbanizacja_prezentacja_24GIS.pdf

²⁴ http://www.radaip.gov.pl/_data/assets/pdf_file/0004/63409/Zal6_A_Program_Budowy_IIP_MliR_zp.pdf

rządzeniem Komisji (UE) nr 1253/2013 z dnia 21 października 2013 r. dotyczącym operacyjności zbiorów i usług danych przestrzennych (*Rozporządzenie...*).

Plan zagospodarowania przestrzennego zdefiniowano tu następująco: „Zestaw dokumentów, w których wskazano kierunek strategiczny rozwoju danego obszaru geograficznego, przedstawiono politykę, priorytety, programy i podział gruntów, służące realizacji kierunku strategicznego i wpływające na rozkład ludności oraz działalności w różnej skali przestrzennej. Plan zagospodarowania przestrzennego może zostać opracowany na potrzeby planowania miejskiego, planowania regionalnego, planowania w zakresie ochrony środowiska, planowania krajobrazu, krajowych planów zagospodarowania przestrzennego lub planowania przestrzennego na szczeblu EU”.

Trudno mpzp zaklasyfikować jako „dokument z kierunkiem strategicznym”. Suikzp natomiast wskazuje taki kierunek, ale dotychczasowy sposób jego wykonywania nie miał nic wspólnego z planem typu strefowego, obiektową bazą danych. Jednak może to się zmienić.

Autorka proponuje udostępnianie w IIP zasięgów planów oraz załączników graficznych opracowań planistycznych jako rastry georeferencyjne na poziomie:

1. europejskim/INSPIRE:

- koncepcja przestrzennego zagospodarowania kraju,
- plan zagospodarowania przestrzennego województwa,
- plan zagospodarowania przestrzennego miejskiego obszaru funkcjonalnego ośrodka wojewódzkiego jako część pzp,
- studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego (ponadto załącznik z obiektową bazą danych z klasyfikacją HILUCS);

2. krajowym/lokalnym:

- miejscowy plan zagospodarowania przestrzennego (ewentualnie załącznik z obiektową bazą danych z klasyfikacją HILUCS),
- miejscowy plan odbudowy,
- miejscowy plan rewitalizacji²⁵.

Ustalenie charakteru prawnego *Planu ochrony dla parku narodowego*, *Planu ochrony dla rezerwatu przyrody* i *Planu ochrony dla parku krajobrazowego* nie jest zadaniem prostym. Traktowane są one bowiem jako specjalne rodzaje planów opisane w odrębnej ustawie. Ponadto z obserwacji autorki wynika, że w wiodących ośrodkach planistycznych (Wrocław, Gdańsk, Poznań) trwają prace nad standaryzacją zapisów suikzp i dąży się do ujednolicenia baz danych istniejącego zagospodarowania przestrzennego. Urząd Miasta Gdańska, w ramach dobrych praktyk współdziałania, zamieścił na stronie internetowej *Standaryzację zapisu SUiKZP gmin położonych w Gdańskim Obszarze Metropolitalnym*²⁶. Gminy zlecające wykonanie nowych mpzp mają zadbać o otrzymanie wersji edytowalnej – wektorowej, rysunków, najlepiej w postaci baz danych obiektowych.

Wnioski i rekomendacje

1. Skandynawski model zarządzania rozwojem, oparty na partnerstwie i otwartych danych przestrzennych, może stać się motywacyjną inspiracją dla większości JST.
2. Uzasadniono tezę o potrzebie zdefiniowania terminów: „plan” oraz „dokument planistyczny” i rozstrzygnięcia dylematów hierarchiczności dokumentów warunkujących zagospodarowanie przestrzenne w celu udostępniania w IIP zbiorów danych odpowiadających

²⁵ Plan jest szczególną formą miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego.

²⁶ http://www.brg.gda.pl/doc/gom/1_gom_legenda_tekst.pdf

potrzebom użytkowników z podziałem na poziomy lokalny i europejski (definicja planu, inne wymagania zgodne z wytycznymi INSPIRE).

3. Uzasadniono potrzebę wypracowania interpretacji art. 30 *Ustawy z dnia 10 kwietnia o IIP*²⁷ w odniesieniu do tematu zagospodarowania przestrzennego, w kwestii zweryfikowania zasadności wektoryzacji istniejących opracowań planistycznych.
4. Dyskusyjną kwestią jest traktowanie dobrowolnej strategii wektoryzacji istniejących planów (zniekształcanie ich) w celu zasilania SIP jako harmonizację zbiorów danych.
5. Rekomenduje się dokonywanie prób opracowywania suikznp na zestandaryzowanych danych referencyjnych, z wykorzystaniem konturów mapy ewidencyjnej.
6. Nowe suikznp i mpzp powinny być tworzone na jednolitych zbiorach danych referencyjnych, jeżeli mają one być ujęte w jednym modelu planu strefowego.
7. Potrzebna jest standaryzacja rejestrów decyzji lokalizacyjnych wydawanych na wszystkich poziomach zarządzania, z jednoznaczną georeferencją w celu możliwości ich ponownego wykorzystywania przez użytkowników przestrzeni, w tym przedsiębiorców, inwestorów, w formie map lokalizacji (udostępnianych przez różne hybrydowe rozwiązania, np. linki do takich map).
8. Potrzebny jest *Krajowy profil metadanych dla istniejącego i planowanego zagospodarowania przestrzennego* uwzględniający opisane w artykule potrzeby użytkowników, z podziałem na serwis krajowy i europejski.

Literatura

References

- Annoni, A. (2011). Inspire and the Digital Agenda for Europe, Spatial Information for Poland and Europe. *Annals of Geomatics*, IX(5), PTIP, Warszawa.
- Borsa, M. (2015). *Polityka przestrzenna w Polsce w latach 2004–2013. Wybrane regionalne i lokalne polityki publiczne w Polsce*. Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju.
- Domański, T., Markowski T. (red.) (2002). *Skuteczna promocja miasta i regionu podstawowym zadaniem marketingu terytorialnego Marketing terytorialny*, Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN, T. CXII, Warszawa.
- Dyrektywa 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 14.03.2007 ustanawiająca Infrastrukturę Informacji Przestrzennej we Wspólnocie Europejskiej.
- D2.8.III.4 Data Specification on Land Use – Draft Guidelines. (2015, 12 listopada). Pozyskano z: http://inspire.ec.europa.eu/documents/Data_Specifications/INSPIRE_DataSpecification_LU_v3.0.pdf
- Engelke, D. (2008; 2015, 12 listopada). “FLAIR Project reference” in Land Use Management for Sustainable European Cities (LUMASEC) Baseline study. Pozyskano z: http://urbact.eu/fileadmin/Projects/LUMASEC/outputs_media/LUMASEC_Baseline_Study.pdf
- Ekologia konstruktywnie – projekt Collegium Mazovia, Siedlce i Ministerstwo Ochrony Środowiska. (2015, 12 listopada). Pozyskano z: www.ekologiakonstruktywnie.pl
- Hanzl, M. (2012, 10 grudnia). *Monitoring procesów zagospodarowania przestrzennego na poziomie gminnym z zastosowaniem technologii SIP*. Pozyskano z: <http://ptip.org.pl/download/files/RG2007z4-Hanzl3.pdf>.

²⁷ Art. 30. Organy administracji zapewnią dostęp do zbiorów danych przestrzennych oraz odpowiadających im usług, o których mowa w art. 9 ust. 1: 1) utworzonych po wejściu w życie niniejszej ustawy lub przeorganizowanych po tej dacie, nie później niż w terminie dwóch lat od dnia wejścia w życie przepisów określających rozwiązania techniczne w zakresie interoperacyjności; 2) utworzonych przed wejściem w życie niniejszej ustawy, nie później niż w terminie siedmiu lat od dnia wejścia w życie przepisów w zakresie interoperacyjności po uprzednim dostosowaniu tych zbiorów do obowiązujących standardów.

- Informatiemodel Ruimtelijke Ordering 2012 IMRO2012*. (2015, 12 listopada). Pozyskano z: <http://ro-standaarden.geonovum.nl/2012/IMRO/1.2/IMRO2012-v1.2.pdf>
- Jarczewski, W. (2007). Duch przedsiębiorczości w proinwestycyjnych działaniach władz lokalnych – Kraków. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 71–80.
- Kotler, P., Asplund, C., Rein I., Haider, D., (1999). *Marketing places Europe*. London: Pearson Education.
- Malczewski, P. (2015, 12 listopada). *Autorska ocena projektu standardowych modeli danych oraz profilu metadanych dla opracowań planistycznych oraz „Profilu Metadanych Plan4All” wraz z autorską analizą w zakresie branżowego profilu metadanych w zagospodarowaniu przestrzennym pod kątem różnic i skutków dla tworzonej infrastruktury informacji przestrzennej wynikające z doświadczeń projektowych – Seminarium 1–2 grudzień 2011*. Pozyskano z: https://www.igpim.pl/wp-content/uploads/2013/01/Profil_metadanych_PM.pdf
- Parzyński, Z., Chojka, A. (2013). *Infrastruktura Informacji Przestrzennej w UML*. Geodeta Sp. z o.o.
- Plaziak M., Rachwał, T. (2015). „Przedsiębiorczy region” – zarys koncepcji w świetle analizy roli przedsiębiorczości w krajowej strategii rozwoju regionalnego, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 37–49.
- Rozporządzenie Komisji (UE) nr 1253/2013 z dnia 21 października 2013 r. zmieniające rozporządzenie (UE) nr 1089/2010 w sprawie wykonania dyrektywy 2007/2/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczące operacyjności zbiorów i usług danych przestrzennych*.
- Rossa, M., Gogolek, W., Łukasiewicz, A. (2009). *Geostandardy, metadane i dyrektywa INSPIRE: poradnik metodyczny Zintegrowanego Systemu Kartografii Geologicznej IKAR*, Państwowy Instytut Geologiczny, Państwowy Instytut Badawczy. Warszawa
- Schrank, M., Neuschmis, J., Petti, D., Wassenburger, W. (2012, 10 sierpnia). *Interoperability, SDI and spatial planning*, Plan4all Project Interoperability. Pozyskano z: www.Plan4all.eu/extractor/fileReader.php?file=plan4all-book-web.pdf
- Stelmach-Fita, B. (2011). *Udostępnienie treści planistycznych w celu zintegrowanego zarządzania przestrzenią miejską*, Miasto zwarte. Miasto rozproszone. Materiały ogólnopolskiej konferencji Doktorantów Wydziału Architektury, Warszawa, 4–5.11.2011.
- Stelmach-Fita, B. (2012). *Publiczny dostęp do danych o zagospodarowaniu przestrzennym w celu zintegrowanego zarządzania przestrzenią miejską: potrzeby i ograniczenia* (rozprawa doktorska, obrona w 2013), Wydział Architektury Politechniki Warszawskiej.
- Stelmach-Fita B. (2014). *Publiczny dostęp do danych o zagospodarowaniu przestrzennym: potrzeby i ograniczenia, Współczesne uwarunkowania gospodarowania przestrzenią – szanse i zagrożenia dla zrównoważonego rozwoju*, Seria Monografie, Gospodarka Przestrzenna.
- Strzelecki, Z. (2015). *Rozdział I. Polityka regionalna w Polsce w latach 2004–2013. Wybrane zagadnienia regionalne i lokalne. Polityki publiczne w Polsce*, Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju.
- Ustawa z dnia 4 marca 2010 roku o infrastrukturze i informacji przestrzennej* (Dz.U. 2010 nr 76 poz. 489 z późn. zm.).
- Wells, L., Wint, A., (2000), *Marketing a country: promotion as a tool for attracting foreign investment*. Washington Duch FIAS.

Beata Stelmach-Fita, dr inż. architekt, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Jej zainteresowania badawcze dotyczą porządkowania geoinformacji w Polsce oraz monitoringu zmian w zagospodarowaniu przestrzennym, upowszechniania technologii GIS w gospodarce przestrzennej. Jest autorką projektów architektonicznych i opracowań planistycznych. Posiada doświadczenie w pracy jednostek samorządu terytorialnego (w tym wdrażanie GIS dla potrzeb Urzędu Miasta Stołecznego Warszawy) oraz administracji centralnej. Otrzymała rekomendację Izby Architektów RP do prac w komisjach zajmujących się zagospodarowaniem przestrzennym (2014 r.) oraz wyróżnienie za rozprawę doktorską, przyznane przez Radę Wydziału Architektury Politechniki Warszawskiej (2013). W latach 2010–2012 była stypendystką Centrów Studiów Zaawansowanych Politechniki Warszawskiej.

Beata Stelmach-Fita, Engineer, architect, lecturer, Pedagogical University in Cracow, Institute of Geography, Entrepreneurship and Spatial Management Department. Her research interests include geoinformation and monitoring changes in spatial planning, "land use", dissemination of GIS technology. She is the author of architectural projects and local spatial development plans. She has experience in local government (including the implementation of GIS for the Town Warsaw City Hall) and central government. She received the recommendations of the Chamber of Architects for work in the committees on spatial data theme „land use” – 2014. The Council of the Faculty of Architecture Warsaw University of Technology awarded her for doctoral dissertation – 2013. In 2010-2012, he was a Fellow of Centres for Advanced Studies Warsaw University of Technology.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków
e-mail: bfita@up.krakow.pl

JOANNA DOMINIAK

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska ■ Adam Mickiewicz University in Poznan, Poland

Rola otoczenia biznesu we wspieraniu przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. Przykład Wielkopolski

The Role of Business Environment in Promoting Entrepreneurship and Innovation.
An Example of Wielkopolska

Streszczenie: Celem artykułu jest charakterystyka funkcjonowania otoczenia biznesu w województwie wielkopolskim i jego wpływu na rozwój przedsiębiorczości oraz innowacyjności gospodarki. Analiza ta uwzględnia zarówno podaż usług otoczenia biznesu, jak i popyt tworzony przez przedsiębiorstwa korzystające z tych usług. Artykuł powstał na podstawie badań terenowych przeprowadzonych na obszarze województwa wielkopolskiego. Ze względu na fakt, że instytucje i firmy otoczenia biznesu lokalizowane są przede wszystkim w dużych miastach, badania ankietowe prowadzone były w: Poznaniu, Koninie, Kaliszu, Lesznie i powiecie poznańskim. W analizie strony popytowej otoczenia biznesu (przedsiębiorstw) uwzględniono także powiaty: śłupecki, kaliski, pleszewski. Badanie ankietowe dotyczyło z jednej strony funkcjonowania instytucji i firm otoczenia biznesu, a z drugiej strony – zapotrzebowania na usługi otoczenia biznesu ze strony przedsiębiorstw. W szczególności badanie zmierzało do: 1. analizy funkcjonowania instytucji i firm otoczenia biznesu, zakresu świadczonych przez nie usług i zasięgu ich oddziaływania oraz 2. identyfikacji natężenia i zakresu relacji występujących między przedsiębiorstwami a instytucjami otoczenia biznesu. Artykuł prezentuje wyniki projektu badawczego: „Rozwój społeczno-gospodarczy a kształtowanie się obszarów wzrostu i stagnacji gospodarczej”, finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki (N N306 791940), a realizowanego w Zakładzie Analizy Regionalnej Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu.

Abstract: The goal of this article is to characterize the operations of the business environment in Wielkopolska voivodeship and its impact on promoting entrepreneurship and innovation. In this analysis, the supply of the business environment services and the demand generated by companies taking advantage of these services have been taken into consideration. This article has been based on field research conducted in Wielkopolska voivodeship. Bearing in mind that institutions and companies operating in a business environment are located predominantly in large cities, the questionnaire research was conducted in: the cities of Poznań, Konin, Kalisz, Leszno and Poznań county. An analysis of the demand in the business environment (companies) also considers: Ślupca, Kalisz and Pleszew counties. The questionnaire revolved around the operations of institutions and companies in a business environment as well as a demand for business environment services on the part of companies. In particular, the research was aimed at: 1. analyzing the operations of business environment institutions and firms, the scope of services rendered by them and 2. identifying the intensity and scope of relations between companies and business environment institutions. This article presents the results of the research project “Socio-

economic Development and the Development of the Areas of Growth and Economic Stagnation”, funded by the National Science Centre (N N306 791940) conducted at the Department of Regional Studies of the A. Mickiewicz University in Poznań.

Słowa kluczowe: innowacyjność; otoczenie biznesu; przedsiębiorczość; usługi dla biznesu; Wielkopolska
Key words: business environment; business services; entrepreneurship; innovation; Wielkopolska

Otrzymano: 15 listopada 2015

Received: 15 November 2015

Zaakceptowano: 26 lutego 2016

Accepted: 26 February 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Dominiak, J. (2016). Rola otoczenia biznesu we wspieraniu przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. Przykład Wielkopolski. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 98–113.

Wstęp

We współczesnych przemianach systemu społeczno-gospodarczego właściwie ukształtowane środowisko działalności gospodarczej jest istotnym czynnikiem rozwoju. Otoczenie biznesu z jednej strony jest czynnikiem lokalizacji działalności gospodarczej, a z drugiej strony – warunkuje dynamiczny rozwój społeczno-gospodarczy. W świetle literatury otoczenie biznesu w szerokim znaczeniu oznacza klimat sprzyjający prowadzeniu działalności gospodarczej i obejmuje wyposażenie instytucjonalne oraz środowisko innowacyjne (Chojnicki, 1999). Usługi otoczenia biznesu świadczone są zarówno przez instytucje, jak i przez komercyjne firmy. Instytucje otoczenia biznesu możemy podzielić na dwie główne grupy. Pierwsza z nich tworzy tzw. wyposażenie instytucjonalne regionu i obejmuje różnego rodzaju organizacje, agencje, fundacje i stowarzyszenia wspierające rozwój w skali lokalnej lub regionalnej (np. agencje rozwoju regionalnego) oraz organizacje o charakterze gospodarczym (czyli organizacje samorządu gospodarczego, organizacje pracodawców, profesjonalne). Druga grupa instytucji związana jest ze środowiskiem innowacyjnym. W jej skład wchodzi instytucje sfery badawczo-rozwojowej odpowiedzialne za generowanie innowacji oraz ośrodki pośredniczące w transferze tych innowacji z nauki do gospodarki i ułatwiające proces ich komercjalizacji. Zalicza się do nich szeroko rozumiane ośrodki innowacji i przedsiębiorczości, takie jak: centra transferu technologii, centra innowacji, parki technologiczne czy fundusze pożyczkowo-poręczeniowe. Poza wymienionymi wyżej instytucjami w sferze usług otoczenia biznesu działają firmy komercyjne świadczące usługi dla biznesu. E. Nowosielska (2000) usługi dla biznesu utożsamia z grupą instytucji o charakterze komercyjnym, takim jak: działalność prawnicza, rachunkowość, księgowość, badanie rynku i opinii publicznej, doradztwo w zakresie prowadzenia interesów, zarządzanie i reklama. Usługi dla biznesu sklasyfikowane zostały w sekcjach: Pośrednictwo finansowe (J) PKD 2004 oraz Obsługa nieruchomości i firm, nauka (K) PKD 2004. Po zmianie obowiązującej klasyfikacji i przejściu na PKD 2007, od 2009 roku podmioty te zostały zaklasyfikowane do następujących sekcji: Informacja i komunikacja (J), Działalność finansowa i ubezpieczeniowa (K), Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości (L), Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (M) oraz Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca (N).

Rynek usług otoczenia biznesu rozumiany jest jako ogół stosunków między sprzedającymi, którzy oferują usługi otoczenia biznesu, czyli zgłaszają podaż (usługodawcy), a kupującymi,

którzy wyrażają chęć zakupu tych usług, czyli zgłaszają popyt (usługobiorcy) (por. Daszkowska, 1998). Podaż usług otoczenia biznesu oferowana jest przez instytucje otoczenia biznesu i komercyjne firmy świadczące usługi dla biznesu. Popyt generują przedsiębiorstwa korzystające z ich usług.

Celem niniejszego artykułu jest charakterystyka funkcjonowania otoczenia biznesu w województwie wielkopolskim i jego wpływu na rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. W szczególności celem artykułu jest odpowiedź na następujące pytania poznawcze: 1. Jakie działania podejmowane są przez instytucje i firmy otoczenia biznesu w celu rozwoju przedsiębiorczości i innowacyjności?, 2. Jaki jest zasięg oddziaływania instytucji i firm otoczenia biznesu?, 3. Czy występują wewnętrzne relacje otoczenia biznesu i na czym one polegają?, 4. Jak kształtują się relacje zewnętrzne otoczenia biznesu (z przedsiębiorstwami)?. Przeprowadzona analiza uwzględnia zarówno podaż usług otoczenia biznesu, jak i popyt generowany przez przedsiębiorstwa korzystające z tych usług. Artykuł powstał na podstawie badań terenowych przeprowadzonych na terenie województwa wielkopolskiego. Ze względu na fakt, że instytucje i firmy otoczenia biznesu lokalizowane są przede wszystkim w dużych miastach, badania ankietowe prowadzone były w: Poznaniu, Koninie, Kaliszu, Lesznie i powiecie poznańskim. W analizie strony popytowej otoczenia biznesu (przedsiębiorstw) uwzględniono także powiaty: śłupecki, kaliski i pleszewski¹. Badanie zostało przeprowadzone techniką PAPI w okresie od czerwca do września 2013 r. Łącznie badaniami objęto 32 instytucje otoczenia biznesu, 220 firm świadczących komercyjne usługi dla biznesu oraz 737 przedsiębiorstw. Badanie ankietowe dotyczyło z jednej strony funkcjonowania instytucji i firm otoczenia biznesu, a z drugiej strony – zapotrzebowania na usługi otoczenia biznesu ze strony przedsiębiorstw. W szczególności badanie zmierzało do: 1. analizy funkcjonowania instytucji i firm otoczenia biznesu, zakresu świadczonych przez nie usług i zasięgu ich oddziaływania oraz 2. identyfikacji natężenia i zakresu relacji występujących między przedsiębiorstwami a instytucjami otoczenia biznesu.

Rola otoczenia biznesu w świetle literatury

Na problematykę badania wpływu otoczenia biznesu na rozwój społeczno-gospodarczy składają się przede wszystkim następujące zagadnienia: 1. wspieranie przedsiębiorczości – szczególnie MŚP; 2. wspieranie rozwoju innowacyjności przez tworzenie innowacji (sfera B+R) oraz jej transfer do gospodarki; 3. wpływ na atrakcyjność i konkurencyjność regionu.

Instytucje otoczenia biznesu wchodzące w skład wyposażenia instytucjonalnego odgrywają ważną rolę w rozwoju przedsiębiorczości regionu przez świadczenie usług informacyjnych, doradczych, technicznych, finansowych i szkoleniowych dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą. Stwarzają one także warunki sprzyjające powstawaniu nowych oraz funkcjonowaniu już istniejących małych i średnich przedsiębiorstw. Instytucje te także

¹ Badanie zostało przeprowadzone na obszarach wzrostu i stagnacji w województwie wielkopolskim. Ze względu na lokalizację instytucji i firm otoczenia biznesu badanie od strony podażowej przeprowadzono na obszarach wzrostu, natomiast badania przedsiębiorstw uwzględniły także powiaty wydzielone w toku poprzedniej analizy jako obszary stagnacji. Obszary wzrostu stanowią miejsca o relatywnie najwyższym poziomie rozwoju. Charakteryzują się one pozytywnymi tendencjami demograficznymi i wysoką jakością kapitału ludzkiego, wzmacnianą możliwością korzystania z usług edukacyjnych na najwyższym poziomie. Obszary stagnacji gospodarczej to obszary o relatywnie najniższym poziomie rozwoju. Wykazują negatywne tendencje demograficzne przy jednocześnie relatywnie niskim poziomie kapitału ludzkiego, który bardzo często podlega drenażowi przez obszary wzrostu. Do obszarów wzrostu należą miasta na prawach powiatu: Poznań, Kalisz, Leszno, Konin (powiaty grodzkie) i powiat poznański (powiat ziemski), a do obszarów stagnacji – powiaty ziemskie: kaliski, pleszewski i śłupecki.

bezpośrednio wspierają działalność gospodarczą w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw, świadcząc pomoc informacyjną, doradczą i szkoleniową (ośrodki szkoleniowo-doradcze), a także finansową (fundusze pożyczkowe i poręczeniowe) dla prowadzących działalność gospodarczą (Dominiak, 2006).

Szczególne wsparcie potrzebne jest tym przedsiębiorstwom, które zamierzają zastosować nowe technologie i potrzebują wysoko wyspecjalizowanych usług. Do powstawania, funkcjonowania i rozwoju tych firm niezbędny jest dostęp do informacji, nowych technologii i innowacji zapewniany przez środowisko innowacyjne. Właściwa infrastruktura instytucjonalna powoduje także wzrost atrakcyjności regionu. Otoczenie biznesu stwarza warunki sprzyjające podejmowaniu decyzji lokalizacyjnych i rozwojowi przedsiębiorstw oraz wpływa na atrakcyjność inwestycyjną regionu. Według Hausnera (Hausner i in., 1997), instytucje otoczenia biznesu stymulują lokalną przedsiębiorczość, inicjując działalność gospodarczą. Z tym także wiąże się rozwój przedsiębiorczości tworzący wzrost zatrudnienia i wpływający na utrzymanie równowagi na rynku pracy. Nie mniejsza rola w rozwoju regionalnym przypada komercyjnym firmom świadczącym usługi dla biznesu. Współcześnie usługi te stanowią najbardziej ekspansywną część sfery usług. Przyczyną wzrostu znaczenia usług dla biznesu upatruje się we wzroście złożoności i konkurencyjności nowoczesnej gospodarki. Wąska specjalizacja poszczególnych dziedzin gospodarki oraz konkurencja zmuszają przedsiębiorców do korzystania z usług specjalistów z dziedzin: doradztwa podatkowego, rachunkowości, księgowości, badania rynku, reklamy, rekrutacji pracowników, prac badawczo-rozwojowych i innych.

Otoczenie biznesu przez dyfuzję innowacji ze sfery nauki do gospodarki wpływa na rozwój przemysłu wysokiej technologii i usług o wysokim nasyceniu wiedzą, przyczyniając się tym samym do rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. Instytucje środowiska innowacyjnego nie tylko prowadzą działalność innowacyjną, ale także zapewniają transfer nowych technologii z ośrodków naukowo-badawczych do przedsiębiorstw, ich komercjalizację i rozwój sieci kontaktów między nauką a gospodarką. Efektem działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwach jest m.in. zastosowanie nowych technologii i rozwój nowoczesnego przemysłu. Aktywny udział w sieciach powiązań sfery nauki i praktyki gospodarczej umożliwia firmom kształtowanie się nowoczesnej gospodarki regionu. Przez relację: innowacja – przemysł przyczyniają się one do rozwoju nowoczesnego przemysłu i wzrostu innowacyjności gospodarki (por. m.in. Aydalot, Keeble, 1988; Doloreux, 2002; Lehner i in., 2006). Zagadnienie wpływu otoczenia biznesu na rozwój gospodarczy jest tematem wielu prac polskich i zagranicznych. W tabeli 1 dokonano próby przeglądu i uporządkowania prac zarówno teoretycznych, jak i pokazujących funkcjonowanie przykładowych instytucji otoczenia biznesu.

Tab. 1. Przegląd literatury związanej z problematyką otoczenia biznesu

Nowe usługi – otoczenie biznesu	
Prace teoretyczne	
Hausner, Kudłacz, Szlachta, 1997; Słodowa-Hełpa, 1998; Gorzelak, Jałowiecki, Herbst, Roszkowski, 1999; Kuszewski, 1999; Karpińska-Mizielińska, 1999; Nawrot, 1999; Przybylska, 2001; Woodward, 1999; Matusiak, 1999; Dominiak, 2004, 2006	Prace przedstawiające różne klasyfikacje instytucji i firm otoczenia biznesu
Coffey, Drolet, Polese, 1996; Beyers, Lindahl, 1996; Micek, 2003	Rozmieszczenie firm świadczących usługi dla biznesu

Charakterystyka poszczególnych typów instytucji i firm otoczenia biznesu	
Moulaert, Tödtling, 1995; Werwicki, 1998; Kłosiński, 2000	Charakterystyka usług dla biznesu i usług dla producentów
Matusiak, Zasiadły, 2001; Matusiak, 1999	Rozwój ośrodków innowacji i przedsiębiorczości w Polsce
Kozłowski, 2000	Charakterystyka instytutów naukowo-badawczych
Gulda, 2000	Charakterystyka centrów transferu technologii
Cichowski, 1996	Analiza działalności inkubatorów przedsiębiorczości
Guliński, Marciniak, 1999	Opracowanie na temat działalności i organizacji wybranych parków naukowo-technologicznych.
Rogoziński, 2000	Charakterystyka samorządu gospodarczego w Polsce
Gorzela, Kozak, Roszkowski 1998	Analiza funkcjonowania agencji rozwoju regionalnego
Garczarczyk, Szortyka, 2001; Weltrowska, 2008	Analiza rynku usług finansowych
Sieci powiązań, systemy innowacji	
Aydolat, Keeble, 1988; Jewtuchowicz, 1996; Pietrzyk, 2001	Charakterystyka środowiska innowacyjnego, ze szczególnym uwzględnieniem powiązań między instytucjami – <i>Innovative milieu</i>
Keeble, Lawson, Moore, Wilkinson, 1999; Pietrzyk, 2001	Analiza powiązań między instytucjami otoczenia biznesu – gęstość instytucjonalna
Rola otoczenia biznesu w rozwoju regionalnym	
O'Farrell, Hitchens, 1990; Pedersen, 1986; Lehner, Todling, Trippel, 2006	Prace charakteryzujące rolę otoczenia biznesu w rozwoju regionalnym
Doloreux, 2002; Miedziński, 2001; Wolfe, Gertler, 2001; Fritsch, 2001	Opracowania dotyczące charakterystyki regionalnych systemów innowacyjnych
Prace empiryczne	
Burdeka, 2004; Kłosiński, Mongiało, 2005	Charakterystyka otoczenia biznesu w Polsce
Nawrot, 1999	Analiza poziomu otoczenia biznesu w układzie województw Polski
Hausner, Kudłacz, Szlachta, 1997	Klasyfikacja i charakterystyka najważniejszych grup instytucji otoczenia biznesu.
Krasicka, 1997; Guzik, Gwosdz, Sobala-Gwosdz, 2002; Mikołajewicz, 1997	Otoczenie biznesu w wybranych województwach Polski (katowickie, małopolskie, opolskie)
Klich, Poznańska, 1999; Meissner, 1998	Otoczenie biznesu w skali miasta, np. Kraków, Poznań

Źródło: opracowanie własne

Wyniki badań

Instytucje otoczenia biznesu

Badane instytucje otoczenia biznesu podzielono na dwie grupy. Pierwszą z nich stanowiło 21 instytucji o profilu naukowym i innowacyjnym tworzących środowisko innowacyjne Wielkopolski. Były to jednostki badawczo-rozwojowe i instytuty naukowe, ośrodki innowacji i przedsiębiorczości reprezentowane przez park naukowo-technologiczny, inkubatory przedsiębiorczości, ośrodki wspierania przedsiębiorczości oraz centrum innowacji, a także grupa spółek zajmujących się działalnością innowacyjną. Drugą grupę tworzyło 11 instytucji gospodarczych, takich jak: izby gospodarcze, rzemieślnicze, cechy i stowarzyszenia (por. tabela 2). Instytucje otoczenia biznesu reprezentują usługi wyższego rzędu, dlatego lokalizowane są zazwyczaj w dużych aglomeracjach miejskich, gdzie z jednej strony korzystają z wysoko wykwalifikowanej siły roboczej, a z drugiej strony znajdują odpowiedni popyt na swoje usługi ze względu na dużą koncentrację działalności gospodarczej. Badane instytucje zlokalizowane były w największych miastach województwa wielkopolskiego – przede wszystkim w Poznaniu (25 instytucji), a także w Koninie (3 instytucje), Kaliszu (2 instytucje) oraz w strefie podmiejskiej aglomeracji poznańskiej (w gminie Suchy Las).

Tab. 2. Wykaz badanych instytucji otoczenia biznesu

Instytucje środowiska innowacyjnego	Instytucje gospodarcze
Fundacja Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości	Zrzeszenie Handlu Gastronomii i Usług w Koninie
Poznański Ośrodek Wspierania Przedsiębiorczości	Cech Rzemiosł Różnych
Wielkopolskie Centrum Wspierania Inwestycji Sp. z o.o.	Konińska Izba Gospodarcza
Poznański Park Naukowo-Technologiczny Fundacji UAM	Izba Rzemieślnicza w Kaliszu
Uczelniane Centrum Innowacji i Transferu Technologii	Polska Izba Gospodarcza Importerów, Eksporterów i Kooperacji
Centrum Innowacji, Rozwoju i Transferu Technologii Politechniki Poznańskiej	Wielkopolska Izba Rzemieślnicza w Poznaniu
Poznański Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości	Wielkopolska Izba Rolnicza
Instytut Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego	Stowarzyszenie im. Eugeniusza Kwiatkowskiego
Instytut Logistyki i Magazynowania	Stowarzyszenie Gmin i Powiatów Wielkopolski
Instytut Obróbki Plastycznej	Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa
Wielkopolski Instytut Jakości	Związek Pracodawców Prywatnych
Przemysłowy Instytut Maszyn Rolniczych	
Instytut Włókien Naturalnych i Roślin Zielarskich	
Instytut Techniki Budowlanej	
Instytut Technologii Drewna	
Poznański Fundusz Porąceń Kredytowych	

ITTI Sp. z o.o.	
BIB Speed Capital Sp. z o.o.	
Speed Up Inqurator	
Centrum Zaawansowanych Technologii Sp. z o.o.	
Nickel Technology Park	

Źródło: opracowanie własne

Największa grupa badanych instytucji (33%) zadeklarowała krajowy zasięg oddziaływania. Nieco mniej wskazań miały województwo wielkopolskie (18%) i powiat poznański (16%) – dotyczyło to instytucji zlokalizowanych w Poznaniu. Zasięg oddziaływania 16% badanych instytucji wykraczał poza granice kraju. W przypadku instytucji gospodarczych (5) – połowa badanych instytucji jako zasięg oddziaływania wskazała na województwo wielkopolskie, cztery – kraj. W odniesieniu do instytucji środowiska innowacyjnego było odwrotnie – nieco wyższy udział instytucji charakteryzował się krajowym zasięgiem oddziaływania.

Badane instytucje środowiska innowacyjnego można podzielić na dwie grupy. Pierwsza z nich to instytuty naukowe, jednostki badawczo-rozwojowe zajmujące się tworzeniem innowacji (np. Instytut Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego, Instytut Obróbki Plastycznej, Przemysłowy Instytut Maszyn Rolniczych, Instytut Włókien Naturalnych i Roślin Zielarskich). Stanowią one pierwsze ogniwo na drodze nowego produktu lub technologii przenoszonych ze sfery nauki do gospodarki. Druga grupa instytucji to ośrodki wspierające transfer technologii (Centrum Innowacji, Rozwoju i Transferu Technologii Politechniki Poznańskiej, Uczelniane Centrum Innowacji i Transferu Technologii), wspierające innowacyjną przedsiębiorczość pod względem finansowym (BIB Speed Capital Sp. z o.o., Poznański Fundusz Poręczeń Kredytowych), szkoleniowym i doradczym (Centrum Zaawansowanych Technologii Sp. z o.o., ITTI Sp. z o.o., Poznański Ośrodek Wspierania Przedsiębiorczości). To instytucje pośredniczące między nauką a praktyką gospodarczą, ułatwiające komercjalizację nowych produktów i technologii, niezbędne do wzrostu innowacyjności gospodarki regionu.

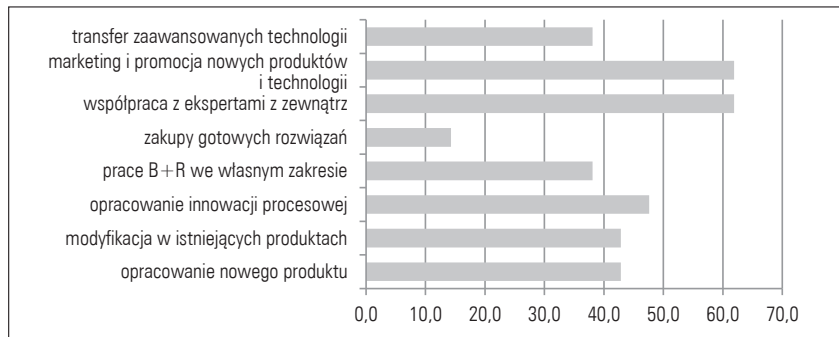
Aktywność innowacyjna badanych instytucji przedstawiała się następująco: ponad 60% badanych instytucji środowiska innowacyjnego prowadziło działalność przy współpracy ekspertów zewnętrznych, a niespełna 40% prowadziło działalność B+R we własnym zakresie. Wśród badanych instytucji 42% opracowało nowy produkt, tyle samo opracowało modyfikację produktu, a 48% opracowało innowacje o charakterze technologicznym. Działalność w zakresie transferu nowych technologii prowadziło 38% instytucji, a działalność marketingową i promocyjną w zakresie nowych produktów i technologii – 62% (ryc. 1).

W przypadku organizacji gospodarczych cele działalności koncentrowały się wokół reprezentowania interesów członków na forum krajowym oraz wszechstronnym wsparciu ich działalności gospodarczych. Organizacje te świadczą również działalność szkoleniową (także nadzór nad szkoleniami), doradczą oraz inicjującą współpracę zagraniczną.

Efektywne działanie instytucji otoczenia biznesu i ich realny wpływ na rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności są uwarunkowane istnieniem sieci relacji między nimi. Współpraca między instytucjami otoczenia biznesu (relacje wewnętrzne) oraz ich relacje z gospodarką (relacje zewnętrzne) stanowią ważny element systemu wsparcia biznesu i decydują o ich sukcesie mierzonym wzrostem przedsiębiorczości i rozwojem innowacyjności gospodarki. Szczególnie istotne są relacje między instytucjami tworzącymi środowisko innowacyjne, czyli

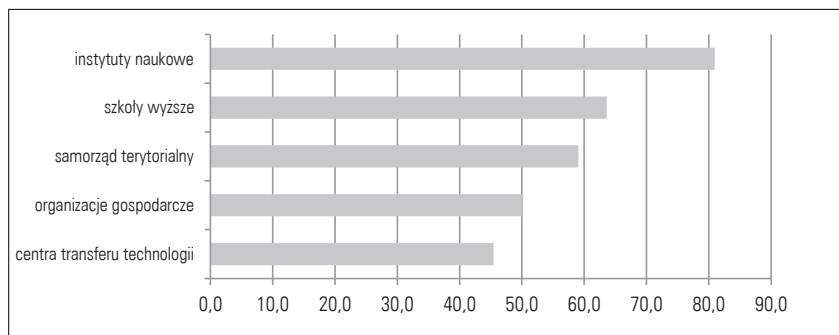
generującymi innowacje i zajmującymi się ich transferem do gospodarki. Niemal wszystkie badane instytucje środowiska innowacyjnego współpracowały z innymi instytucjami naukowymi, w tym poznańskimi szkołami wyższymi, przy realizacji wspólnych projektów badawczych, organizacji seminariów i konferencji oraz w zakresie wymiany doświadczeń i wiedzy (ryc. 2).

Ryc. 1. Aktywność innowacyjna badanych instytucji środowiska innowacyjnego



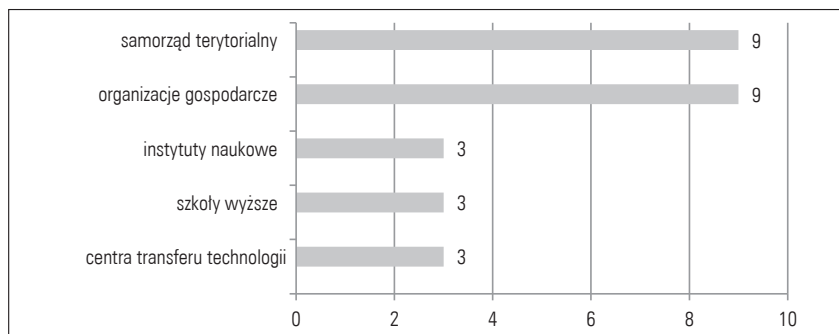
Źródło: opracowanie własne

Ryc. 2. Odsetek instytucji środowiska innowacyjnego współpracujących z IOB



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 3. Odsetek organizacji gospodarczych współpracujących z IOB



Źródło: opracowanie własne

Nieco ponad połowa badanych instytucji współpracowała także z centrami transferu technologii, organizacjami gospodarczymi oraz samorządem. Organizacje gospodarcze z kolei współpracowały głównie z samorządem gospodarczym i samorządem terytorialnym (ryc. 3). W strukturze wielkościowej klientów instytucji otoczenia biznesu dominowały mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 osób. Były one głównymi odbiorcami w przypadku 33% badanych instytucji. Nieco niższy udział w strukturze odbiorców usług instytucji środowiska innowacyjnego odnotowano w przypadku małych przedsiębiorstw (o wielkości zatrudnienia od 10 do 50 pracowników) – 31%. W przypadku 28% badanych instytucji głównymi klientami były średnie przedsiębiorstwa (zatrudniające od 51 do 250 pracowników). Jedynie w przypadku 8% instytucji głównymi odbiorcami usług były duże firmy zatrudniające ponad 250 pracowników. Potwierdza to tezę, że głównymi odbiorcami usług instytucji wchodzących w skład środowiska innowacyjnego są małe i średnie przedsiębiorstwa, które nie mają w ramach swoich struktur odpowiedniego zaplecza naukowo-badawczego do generowania innowacji. Także do małych i średnich przedsiębiorstw oraz osób rozpoczynających działalność gospodarczą jest przede wszystkim skierowana oferta inkubatorów technologicznych i przedsiębiorczości oraz ośrodków wspierania przedsiębiorczości. W przypadku organizacji gospodarczych cele działalności koncentrowały się wokół reprezentowania interesów członków na forum krajowym oraz na wszechstronnym wsparciu ich działalności gospodarczych. Organizacje te prowadzą również działalność szkoleniową (także nadzór nad szkoleniami), doradczą oraz inicjującą współpracę zagraniczną. Większość badanych instytucji otoczenia biznesu (60%) deklarowała, że prowadzi badania zapotrzebowania na rynku w celu maksymalnego dostosowania swojej oferty usług do potrzeb przedsiębiorstw w regionie. Niemal wszystkie z nich (91%) podjęły także działania zmierzające do odpowiedniej modyfikacji swojej oferty. Wszystkie badane instytucje deklarowały chęć dalszego rozwoju przez rozszerzanie oferty usług oraz poprawę ich jakości. Wiele z instytucji zauważało także potrzebę współpracy z innymi instytucjami otoczenia biznesu i deklarowało chęć nawiązania nowych kontaktów w celu wymiany wiedzy, doświadczeń i poszerzenia kompetencji. Część instytucji chciała nawiązać współpracę z innymi instytucjami otoczenia biznesu w celu realizacji wspólnych projektów i uzyskania dzięki temu zewnętrznego finansowania.

Podstawowymi zidentyfikowanymi barierami rozwoju badanych instytucji były bariery finansowe: brak własnych środków i trudności z dostępem do finansowania zewnętrznego. Nieliczne z badanych instytucji wskazywały na brak chętnych partnerów do współpracy, brak odpowiedniego sprzętu i trudności z dostępem do informacji.

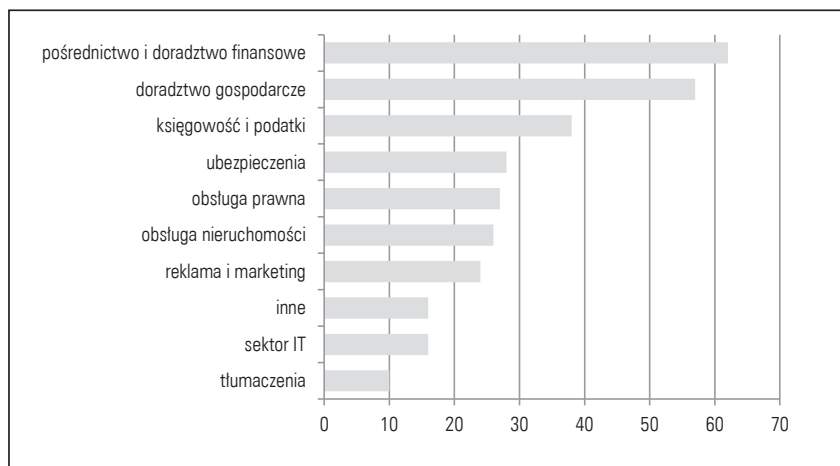
Zdaniem respondentów, badane instytucje odgrywają ważną rolę w rozwoju gospodarczym regionu. Niemal 87% ankietowanych odpowiedziało twierdząco na pytanie, czy instytucja ma wpływ na rozwój regionu. Pozostałe 13% respondentów nie miało w tej kwestii zdania. Jako efekt działalności instytucji najczęściej wskazywano na wzrost innowacyjności regionu, a co za tym idzie – także na wzrost konkurencyjności Wielkopolski. Poza tym, zdaniem przedstawicieli badanych instytucji, wspierają one rozwój przedsiębiorczości regionu – w szczególności małej i średniej – co przyczynia się do ograniczenia problemu bezrobocia.

Komercyjne firmy świadczące usługi dla biznesu

Charakterystyka funkcjonowania komercyjnych firm świadczących usługi dla biznesu dotyczyła przede wszystkim firm sektora bankowego i ubezpieczeniowego, agencji pośrednictwa nieruchomości, kancelarii prawnych, biur podatkowych i rachunkowych, doradztwa

technicznego i gospodarczego, marketingu, reklamy i tłumaczeń (ryc. 4). W lokalizacji usług dla biznesu najważniejsze znaczenie ma obecnie dostępność do wysoko wykwalifikowanej kadry i źródeł informacji, stąd największa koncentracja tych usług występuje w centrach dużych miast. Większość (65%) badanych firm świadczących usługi dla biznesu zlokalizowana jest w Poznaniu, Koninie, Kaliszu, Lesznie.

Ryc. 4. Rodzaj usług świadczonych przez badane firmy



Źródło: opracowanie własne

Zdecydowana większość badanych firm świadczących usługi dla biznesu to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników. Stanowiły one niemal 80% ogółu badanych firm. Zatrudnienie 17% badanych firm mieściło się w przedziale 10–50 osób, a jedynie 4% firm liczyło ponad 50 pracowników. Największy udział mikroprzedsiębiorstw odnotowano w Kaliszu oraz strefie peryferyjnej Poznania (powiecie poznańskim). Największym udziałem dużych firm świadczących usługi dla biznesu cechował się Poznań (7%). Wśród klientów firm świadczących usługi dla biznesu dominowały małe i średnie przedsiębiorstwa. Około 40% badanych firm deklarowało, że z ich usług korzystają przede wszystkim mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników. Podobny odsetek firm (39%) świadczy usługi dla firm zatrudniających od 10 do 50 osób. Zdecydowanie mniej firm świadczy usługi dla biznesu przedsiębiorstwom większym, zatrudniającym od 50 do 250 osób (17%) i powyżej 250 osób (4%).

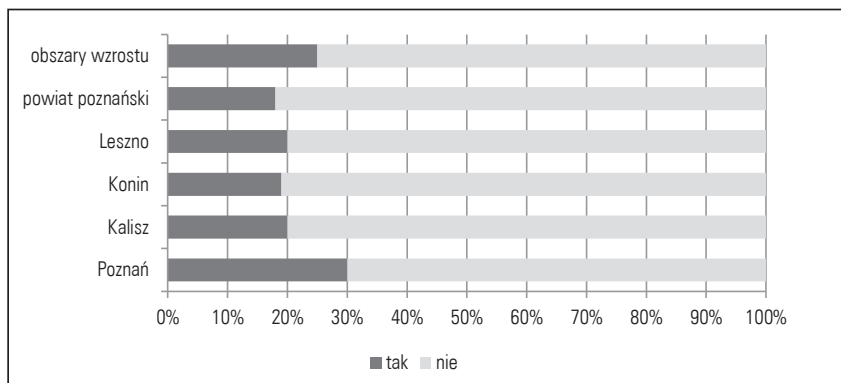
W odniesieniu do struktury wielkościowej klientów odnotowano różnice pomiędzy poszczególnymi badanymi obszarami. W przypadku Poznania i powiatu poznańskiego zaobserwowano wyższy udział firm większych, natomiast w przypadku Konina, Kalisza i Leszna – wśród klientów firm świadczących usługi dla biznesu dominowały mikroprzedsiębiorstwa.

Około 18% badanych firm wykonywało usługi dla przedsiębiorstw z całego kraju, 23% cechowało się regionalnym zasięgiem sprzedaży usług. Pozostałe firmy świadczyły swoje usługi na szczeblu lokalnym, na terenie powiatu lub w macierzystym mieście (gminie) – 54%. Nieliczne firmy (5%) obsługiwały klientów także spoza Polski. Na przykładzie aglomeracji poznańskiej widać, że firmy zlokalizowane w dużych miastach będących rdzeniami aglomeracji miejskich charakteryzują się nieco większym zasięgiem oddziaływania niż firmy w gminach strefy podmiejskiej. Więcej firm z Poznania deklarowało zasięg regionalny (w Poznaniu

– 10%, a w powiecie poznańskim – 5%) i ponadregionalny, a także krajowy (odpowiednio 17% i 16%) i międzynarodowy (5% i 3%).

Jedynie nieco ponad 19% badanych firm współpracowało z firmami tej samej branży. Badane firmy częściej współpracowały z firmami świadczącymi inne usługi dla biznesu (33%). Celem takiej współpracy było tworzenie ofert uzupełniających się usług dla kompleksowej obsługi klienta. Dotyczyło to na przykład ubezpieczeń kredytów (współpraca firm ubezpieczeniowych i pośrednictwa finansowego) czy kompleksowej oferty doradztwa dla firm (doradztwo gospodarcze, marketingowe, personalne itp.). Podobnie przedstawiała się kwestia współpracy z instytucjami otoczenia biznesu. Około 25% badanych firm współpracowało z różnymi instytucjami otoczenia biznesu. Odsetek firm współpracujących z instytucjami otoczenia biznesu różnił się w układzie obszarów wzrostu. Najwięcej firm współpracowało z IOB w Poznaniu (30%). Na pozostałych obszarach odsetek ten oscylował w granicach 20% (ryc. 5). Te firmy, które współpracowały z instytucjami otoczenia biznesu, pozytywnie oceniły tę współpracę. Ponad połowa badanych firm (54%) oceniła ją raczej pozytywnie, a 23% – bardzo pozytywnie. Negatywnie oceniło współpracę jedynie 2% firm. 21% respondentów nie miało w tej kwestii zdania. Najczęściej firmy współpracowały z ośrodkami szkoleniowo-doradczymi (15%) oraz organizacjami gospodarczymi (13%). Zdecydowanie mniejszy odsetek badanych firm świadczących usługi dla biznesu współpracował z agencjami rozwoju (ok. 4%), sferą badawczo-rozwojową (3%), a jeszcze mniej z instytucjami parabankowymi oraz ośrodkami innowacji (inkubatorami, centrami transferu technologii, parkami technologicznymi).

Ryc. 5. Współpraca z instytucjami otoczenia biznesu



Źródło: opracowanie własne

Wykorzystanie usług otoczenia biznesu przez przedsiębiorstwa

Badane przedsiębiorstwa w zdecydowanej większości korzystały z usług dla biznesu. Na obszarach wzrostu z usług dla biznesu korzystało 71% badanych firm, a na obszarach stagnacji – 59% (ryc. 5). Na obszarach wzrostu najczęściej z usług otoczenia biznesu korzystały firmy zlokalizowane w aglomeracji poznańskiej – w Poznaniu i powiecie poznańskim. Najprawdopodobniej ma to związek z dostępnością do tego rodzaju usług, która jest największa w dużych aglomeracjach miejskich. Zdecydowana większość usług otoczenia biznesu

zlokalizowanych w województwie wielkopolskim koncentruje się właśnie w Poznaniu i jego strefie podmiejskiej, stąd także tutaj największa jest ich dostępność. Firmy zlokalizowane na obszarach stagnacji znacznie rzadziej korzystały z usług otoczenia biznesu. Szczególnie niski odsetek przedsiębiorstw współpracujących z instytucjami i firmami świadczącymi tego rodzaju usługi wystąpił w powiecie pleszewskim – tylko nieco ponad 40%. Nieco więcej firm zadeklarowało współpracę w powiatach kaliskim (60%) oraz słupeckim (ponad 70%). Wśród przedsiębiorstw korzystających z usług otoczenia biznesu zdecydowana większość deklarowała współpracę z komercyjnymi firmami świadczącymi usługi dla biznesu. Było to około 95% badanych firm na obszarach wzrostu i około 65% na obszarach stagnacji. Zdecydowanie mniej badanych przedsiębiorstw korzystało z usług oferowanych przez instytucje otoczenia biznesu. Wśród usług instytucji otoczenia biznesu najpopularniejsze były usługi ośrodków szkoleniowo-doradczych (z ich usług korzystało nieco ponad 20% firm zlokalizowanych na obszarach wzrostu i ok. 10% firm z obszarów stagnacji). Współpraca z pozostałymi instytucjami otoczenia biznesu dotyczyła ok. 10% w przypadku instytucji finansowych, władz samorządowych oraz organizacji gospodarczych. Jeszcze mniej przedsiębiorstw współpracowało z instytucjami środowiska innowacyjnego – sferą B+R, parkami naukowymi i centrami transferu technologii (poniżej 5% badanych firm). Wśród przedsiębiorstw, które zadeklarowały współpracę z firmami świadczącymi komercyjne usługi dla biznesu, wszystkie współpracowały z bankami i innymi instytucjami pośrednictwa finansowego. Duża część tych firm korzystała także z usług biur rachunkowych i księgowych oraz doradztwa podatkowego. Około 50% badanych przedsiębiorstw korzystało z usług firm ubezpieczeniowych i agencji reklamowych. Zdecydowanie mniej firm współpracowało z kancelariami prawnymi oraz firmami zajmującymi się doradztwem gospodarczym i technicznym, a także pozostałymi usługami dla biznesu (ok. 20%).

Te przedsiębiorstwa, które korzystały z usług instytucji i firm otoczenia biznesu, w większości pozytywnie oceniły ich działania. Pozytywną ocenę usług otoczenia biznesu wystawiło 65% badanych firm na obszarach wzrostu. Na obszarach stagnacji odsetek ten był niższy i wynosił 46%. Jednocześnie 30% na obszarach wzrostu i aż 37% na obszarach stagnacji nie miało w tej kwestii zdania. Negatywnie usługi otoczenia biznesu oceniło 5% firm z obszarów wzrostu i 17% firm z obszarów stagnacji. Najgorzej usługi otoczenia biznesu oceniły firmy z Kalisza i powiatu kaliskiego, z kolei najlepiej zostały one ocenione w aglomeracji poznańskiej.

Podsumowanie i rekomendacje

Analiza wyników badań prowadzi do następujących wniosków:

1. Lokalizacja instytucji otoczenia biznesu jest związana głównie z większymi ośrodkami miejskimi, w przypadku Wielkopolski dotyczy głównie Poznania oraz pozostałych miast na prawach powiatu: Kalisza, Konina i Leszna. Zasięg ich oddziaływania związany jest zwykle co najmniej z województwem wielkopolskim. Rozkład firm komercyjnych świadczących usługi dla biznesu jest bardziej równomierny (stąd zasięg ich oddziaływania jest mniejszy), choć nadal większość z nich koncentruje się w większych miastach.
2. Najsilniejsze relacje pomiędzy przedsiębiorstwami a otoczeniem biznesu zachodzą w aglomeracji poznańskiej. Zidentyfikowane powiązania wewnętrzne i zewnętrzne otoczenia biznesu wydają się być niewystarczające dla efektywnego ich oddziaływania na poziom innowacyjności gospodarki regionu. Szczególnie dotyczy to współpracy z centrami

zajmującymi się transferem technologii, które z założenia miały odpowiadać za rozwój sieci kontaktów między sferą nauki a gospodarką. Problem ten dostrzegają same instytucje, które deklarują chęć zwiększenia sieci powiązań.

3. Wsparcie rozwoju przedsiębiorczości realizowane przez instytucje otoczenia biznesu w Wielkopolsce obejmuje (tak jak i w całym kraju) głównie małą i średnią przedsiębiorczość oraz osoby fizyczne planujące założenie nowej działalności. Stosunkowo niski jest odsetek instytucji monitorujących zapotrzebowanie przedsiębiorstw na usługi i dostosowujących ofertę usług do popytu. Zwiększenie poziomu tego monitoringu pozwoliłoby na zwiększenie efektywności działania instytucji otoczenia biznesu.
4. Niski poziom współpracy wielkopolskich przedsiębiorstw z instytucjami otoczenia biznesu wynika w dużej mierze z braku informacji o możliwościach i korzyściach takiej współpracy. Intensyfikacja działalności promocyjnej na przykład przez kampanie informacyjne na temat prowadzonej działalności może przyczynić się do zwiększenia zakresu tej współpracy i skutkować rozwojem przedsiębiorczości w regionie.
5. W odniesieniu do zidentyfikowanych barier rekomenduje się działania zmierzające do procesu usieciowienia instytucji otoczenia biznesu, co pozwoli na efektywną działalność w zakresie dyfuzji procesów rozwojowych. Poza rozwojem relacji wewnętrznych otoczenia biznesu również istotne jest rozwijanie sieci powiązań między sferą nauki a gospodarką, np. przez działalność informacyjną i promującą wyniki badań sfery B+R wśród przedsiębiorców oraz badanie ich zapotrzebowania na usługi tego typu, szczególnie na obszarach stagnacji. Ważną rolę mogą tu także odgrywać wspólne projekty realizowane z funduszy UE, a koordynowane przez władze samorządowe. Budowa oraz wzmacnianie relacji pomiędzy obszarami wzrostu i stagnacji gospodarczej pozwolą na dyfuzję procesów rozwojowych z silnych gospodarczo obszarów wzrostu na obszary stagnacji.

Literatura

References

- Aydalot, P., Keeble, D. (1988). *High technology industry and innovative environments: The European experience*. London: Routledge.
- Beyers, W.B., Lindahl, D.P. (1996). Explaining the Demand for Producer Services: Is Cost-Driven Externalisation the Major Factor?. *Papers in Regional Science*, 75(3), 351–374.
- Burdecka, W. (2004). *Instytucje otoczenia biznesu, Badania własne*. Warszawa: PARP.
- Chojnicki, Z. (1999). Uwarunkowania rozwoju regionu nadgranicznego. Koncepcje i założenia teoretyczne. W: Z. Chojnicki (red.), *Podstawy metodologiczne i teoretyczne geografii*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 355–380.
- Cichowski, L. (1996). Rola inkubatorów – ośrodków przedsiębiorczości w rozwoju innowacji w gospodarce w okresie transformacji systemowej. W: K.B. Matusiak, K. Zasiadły, T. Broczkowski, M. Pietraszewski (red.), *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce*. Poznań: Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości, 157–166.
- Coffey, W.J., Drolet, R., Polese, M. (1996). The intrametropolitan location of high order services: Patterns, factors and mobility in Montreal. *Papers in Regional Science*, 75.3, 293–324.
- Dominiak, J. (2006). *Struktura i organizacja otoczenia biznesu w aglomeracji poznańskiej*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Daszkowska, M. (1998). *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Doloreux, D. (2002). What we should know about regional systems of innovation. *Technology in Society*, 24, 243–263.
- Fritsch, M. (2001). Co-operation in regional innovation systems. *Regional Studies*, 35.4, 297–307.

- Garczarczyk, J., Szortyka, S. (2001). Rozwój sektora usług finansowych w Polsce w latach 1990–2001. W: J. Garczarczyk (red.), *Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990–2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury*. Zeszyty Naukowe AE, 37.
- Gorzelak, G., Jałowiecki, B., Herbst, M., Roszkowski, W. (1999). *Transformacja systemowa z perspektywy Dzierzgonia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Gorzelak, G., Kozak, M., Roszkowski, W. (1998). Regional development agencies in Poland. W: Ch. Damborg, M. Danson, H. Halkier (red.), *Regional Policy and Development Series 21, Regional Studies Association*. London, 104–124.
- Gulda, K. (2000). Centra transferu technologii w Polsce. W: J. Guliński, B.M. Marciniec, *Innowacje: podaż, popyt, instrumenty transferu, finansowanie*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, 35–40.
- Guliński J., Marciniec, B. (red.) (1999). *Parki naukowe i technologiczne. Polska perspektywa*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Guzik, R., Gwosdz, K., Sobala-Gwosdz, A. (2002). Przestrzenne zróżnicowanie poziomu rozwoju usług w Małopolsce. W: Z. Górka, A. Jelonek (red.), *Geograficzne uwarunkowania rozwoju Małopolski*. Kraków, 69–84.
- Guzik, R., Gwosdz, K., Sobala-Gwosdz, A. (2003). *Regionalne zróżnicowanie usług dla biznesu w województwie małopolskim*. Maszynopis.
- Hausner, J., Kudłacz, T., Szlachta, J. (1997). Instytucjonalne przesłanki regionalnego rozwoju Polski, *Studia*, KPZK PAN, 106.
- Jewtuchowicz, A. (1996). Powstawanie środowiska i sieci innowacji. Teorie i rzeczywistość. W: K.B. Matusiak, K. Zasiadły, T. Broczkowski, M. Pietraszewski (red.), *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce*. Poznań: Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości, 59–74.
- Karpińska-Mizielińska, W. (1999). Rola instytucji otoczenia biznesu w rozwoju sektora prywatnego. Oceny przedsiębiorców. W: *Instytucje infrastruktury rynkowej w kreowaniu przedsiębiorczości lokalnej*. Fundacja Promocji Rozwoju im. E. Lipińskiego. Warszawa, 99–120.
- Keeble, D., Lawson, C., Moore, B., Wilkinson, F. (1999). Collective learning processes, networking and institutional thickness in Cambridge region. *Regional Studies*, 33.4, 319–332.
- Keeble, D., Wilkinson, F. (1999). Collective learning and knowledge development in the evolution of regional clusters of high technology SME's in Europe. *Regional Studies* 33.4, 295–303.
- Klich, J., Poznańska, K. (1999). Ośrodki wspierania biznesu w regionie krakowskim – studium przypadku. W: J. Targalski (red.), *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*. Materiały z konferencji naukowej. Kraków: Wydawnictwo AE w Krakowie, 253–265.
- Kłosiński, K. (2000). Zmiany w strukturze wytwarzania usług rynkowych w latach 1990–1998. W: A. Lipowski (red.), *Struktura gospodarki transformującej się. Polska 1990–1998 i projekcja do 2010*, Warszawa: PAN, 175–209.
- Kłosiński, K., Mongiało, D. (2005). Usługi biznesowe w Unii Europejskiej na przełomie wieków. *GUS Wiadomości Statystyczne*, 12.
- Kozłowski, R. (2000). Instytuty i jednostki badawczo-rozwojowe jako źródła innowacji. W: J. Guliński, B.M. Marciniec (red.), *Innowacje: podaż, popyt, instrumenty transferu, finansowanie*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, 35–40.
- Krasicka, T. (1997). Rozwój małych przedsiębiorstw i formy ich wspierania. W: E. Bittnerowa (red.), *Innowacyjność i wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw warunkiem ich dalszego rozwoju*. Poznań, 97–108.
- Kuszeński, T. (1999). Rozwój ekonomiczny regionu a instytucje otoczenia biznesu. W: W. Karpińska-Mizielińska, T. Smuga (red.), *Instytucje infrastruktury rynkowej w kreowaniu przedsiębiorczości lokalnej*. Warszawa: Fundacja Promocji Rozwoju im. E. Lipińskiego, 7–28.
- Lehner, P., Tödtling, F., Trippel, M. (2006). Innovation in knowledge intensive industries. The nature and geography of knowledge links. *European Planning Studies*, 14(8).

- Matusiak, K.B. (1999). Infrastruktura przedsiębiorczości i transferu technologii w Polsce. W: J. Targalski (red.), *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*, Kraków: Wydawnictwo AE.
- Matusiak, K.B., Zasiadły, K. (2001). Stan, zasoby i kierunki rozwoju ośrodków innowacji i przedsiębiorczości w 2001 r. W: K.B. Matusiak (red.), *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości. SOOIP Raport 2001*. Poznań – Łódź, 9–20.
- Meissner, J. (1999). Nowe rozwiązania instytucjonalne sprzyjające dynamizowaniu i wzrostowi efektywności gospodarki Poznania. W: R. Domański (red.), *Podstawy gospodarczej polityki miasta. Studium Poznania cz. II. Biuletyn KPZK PAN*, 187, 217–242.
- Micek, G. (2003). *Układ przestrzenny usług dla przedsiębiorstw w Krakowie*. XVI Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Łódź, 148–157.
- Miedziński, M. (2001). Koordynacja procesów innowacji na przykładzie polskiego województwa. Aspekty instytucjonalne regionalnych systemów innowacji. W: A. Kukliński (red.), *Gospodarka oparta na wiedzy*. Warszawa: KBN, 210–223.
- Mikołajewicz, Z. (1997). *Instytucjonalne uwarunkowania rozwoju regionu opolskiego*. Studia KPZK PAN 106, 107–122.
- Moulaert, F., Tödtling, F. (1995). The geography of advanced producer services in Europe, *Progress in planning*, 43, 101–105.
- Nawrot, A. (1999). Bilans instytucji promocji rozwoju regionalnego i otoczenia biznesu w nowym układzie terytorialnym. *Polska Regionów, 1*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. Gdańsk – Warszawa.
- Nowosielska, E. (2000). Sektor usług w aglomeracji warszawskiej 1992–1997: przemiany strukturalne i tendencje rozwoju. *Dokumentacja Geograficzna, 17*, Warszawa: IGiPZ PAN.
- O'Farrell, P.N., Hitchens, D.M. (1990). Producer services and regional development: a review of some major conceptual policy and research issues. *Environment and Planning A*, 22, 1141–1154.
- Pedersen, P.O. (1986). The role of business services in regional development – a new growth center strategy. *Scandinavian Housing and Planning Research*, 3, 167–182.
- Pietrzyk, I. (2001). *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Przybylska, K. (2001). *Determinanty zagranicznych inwestycji bezpośrednich w teorii ekonomicznej*. Kraków: Wydawnictwo AE.
- Rogoziński, K. (2000). *Usługi rynkowe*. Poznań: Akademia Ekonomiczna.
- Ślódowa-Hełpa, M. (1998). Wpływ otoczenia biznesu na rozwój społeczno-gospodarczy województwa gorzowskiego. W: J.J. Parysek, B. Gruchman (red.), *Uwarunkowania i kierunki rozwoju społeczno-gospodarczego województwa gorzowskiego. Tom III. Koncepcje rozwoju*. Poznań: Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, 295–325.
- Weltrowska-Jęch, J. (2008). Rozwój usług bankowości elektronicznej w Polsce. W: J. Dominiak (red.), *Przemiany w sferze usług w Polsce*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 65–75.
- Werwicki, A. (1998). Zmiany paradygmatu geografii usług. *Przegląd Geograficzny*, 70(3–4), 249–267.
- Wolfe, D.A., Gertler, M.S. (2000). Globalisation and economic restructuring in Ontario: From industrial heartland to learning regions?. *European Planning Studies*, 9(5), 575–592.
- Woodward, R. (1999). *Otoczenie instytucjonalne małych i średnich przedsiębiorstw*. Warszawa: Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych CASE.

Joanna Dominiak, dr, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu. Adiunkt w Zakładzie Analizy Regionalnej Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół roli innowacyjności w kształtowaniu gospodarki opartej na wiedzy, wpływu otoczenia biznesu na rozwój regionów oraz przemian w strukturze usług.

Joanna Dominiak, assistant professor in the establishment of the Regional Analysis Department in the Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management of Adam Mickiewicz University in Poznan. Scientific interests revolve around the role of innovation in the development of the knowledge based economy, the impact of the business environment on the development of regions and changes in the structure of services.

Adres/Address:

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
ul. Dzięgielowa 27
61-680 Poznań, Polska
e-mail: dominiak@amu.edu.pl

WIOLETTA KILAR

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Technopolie jako miejsca lokalizacji korporacji informatycznych

Technopoles as Places of the Location of IT Corporations

Streszczenie: Nowe warunki działalności firm w gospodarce globalnej przyczyniły się do nasilenia procesów powstawania przedsiębiorstw międzynarodowych w formie korporacji i konglomeratów wielu działalności, o zróżnicowanym statusie prawno-organizacyjnym, których celem jest uzyskanie jak największej efektywności ekonomicznej. Decyzje o ich lokalizacji zwykle uzależnione są od: strategii i organizacji korporacji, ich wielkości, pozycji konkurencyjnej, stopnia ich internacjonalizacji oraz branży, w której działają. Wybór lokalizacji przez firmę międzynarodową ma bardzo istotne znaczenie z punktu widzenia rozwoju danego miejsca i regionu. Szczególną rolę w omawianym procesie odgrywają korporacje informatyczne, które stanowią stosunkowo nowy sektor, rozwijający się szczególnie intensywnie w ostatnim ćwierćwieczu. Obszary, gdzie lokalizowane są siedziby zarządu i oddziały korporacji informatycznych wyróżniają się w przestrzeni czynnikami, które pozwalają kształtować specyficzną formę aglomeracji, technopolię (technopolis, techopole). W nawiązaniu do tych przesłanek przedmiotem niniejszego artykułu jest analiza czynników, które wpływają na lokalizację korporacji informatycznych w przestrzeni światowej. Zamierzeniem jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie: W których technopoliach korporacje informatyczne zlokalizowały siedziby zarządów i oddziały oraz jakie były uwarunkowania tego procesu na poszczególnych obszarach? Badaniami objęto 100 dominujących korporacji informatycznych, które wyróżniono spośród 2000 największych tego typu korporacji o zasięgu światowym. Zasadnicze czynniki wpływające na lokalizację korporacji informatycznych w technopoliach to: zaplecze naukowo-badawcze, dostęp do wykwalifikowanych pracowników, połączenia komunikacyjne i koncentracja innych przedsiębiorstw danej działalności. Innymi istotnymi czynnikami są: działania na rzecz wzmocnienia własnej pozycji konkurencyjnej i monopolistycznej, stopień specjalizacji działalności, kapitał intelektualny założycieli i pracowników, który miał wpływ na rozwój nowych technologii (wynikający m.in. z cyklu życia produktu, nakładów i zatrudnienia w działalności badawczo-rozwojowej, bliskości uczelni wyższych), przeprofilowanie dotychczasowych działalności korporacji lub zakładanie zupełnie nowych oraz różne źródła zasilania finansowego.

Abstract: New conditions of activity of companies in the global economy have contributed to the intensification of the processes of establishing international enterprises in the form of corporations and conglomerates of many companies with varied legal and organizational status whose objective is to achieve the highest possible economic effectiveness. Decisions on their location usually depend on: strategy and organization of the corporations, their size, competitive position, degree of internationalization as well as the industry branch in which they are active. The choice of location by an international company is of great significance from the point of view of development of the given place and region. A special role

in this process is played by IT corporations, which constitute a relatively new sector, especially intensely developing in the last 25 years. The areas where the headquarters of management boards and branches of IT corporations are located stand out in the space with the factors which allow development of a specific form of agglomerations, the technopolises (technopoles). In reference to these premises, the subject matter of the paper is the analysis of the factors which affect the location of IT corporations in the world space. The objective will be to find the answer to the question, in which technopolises IT corporations have located their headquarters of management boards and branch offices as well as what were the determinants of this process in the individual areas. The study covered 100 dominant IT corporations, selected from among 2,000 largest world corporations. The basic factors which affected the location of IT corporations in the technopolises are: research and development facilities, access to qualified employees, traffic connections and concentration of other enterprises of the given type of activities. Other significant factors are also: striving to enhance own competitive and monopolistic position, degree of specialization, the intellectual capital of the founders and employees which had effect on the development of new technologies (resulting, among others, from the life cycle of the product, expenditures and employment in the research and development activity, proximity of higher education facilities), reprofiling the current activities of corporations or establishing completely new ones as well as various sources of providing financial resources.

Słowa kluczowe: korporacja; korporacja informatyczna; lokalizacja; technopolia

Key words: corporation, IT corporation, location, technopole

Otrzymano: 16 listopada 2015

Received: 16 November 2015

Zaakceptowano: 14 maja 2016

Accepted: 14 May 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Kilar, W. (2016). Technopolie jako miejsca lokalizacji korporacji informatycznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 114–122.

Wstęp

Nasilający się proces rozwoju cywilizacyjnego przejawia się w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego, którego gospodarka jest oparta na wiedzy, a jej filarami są: kapitał ludzki, innowacje oraz technologie informacyjno-telekomunikacyjne ICT (Chojnicki, Czyż, 2007; Borowiec, 2010; Dorocki, 2012; Kukliński, 2001, 2005; Rachwał, 2013; Stachowiak, 2008; Ziolo, 2009). Nowe warunki działalności firm w gospodarce globalnej, takie jak np. liberalizacja międzynarodowych przepływów kapitału czy nowe techniki telekomunikacyjne (internet), przyczyniły się do nasilenia procesów powstawania przedsiębiorstw międzynarodowych w formie korporacji i konglomeratów wielu firm, o zróżnicowanym statusie prawnego-organizacyjnym, których celem jest uzyskanie jak największej efektywności ekonomicznej w skali globalnej.

Strategia i organizacja korporacji, ich wielkość, pozycja konkurencyjna, stopień internacjonalizacji oraz branża, w której działają, różnicują kryteria decyzyjne dotyczące lokalizacji ich działalności. Wybór lokalizacji przez firmę międzynarodową ma bardzo istotne znaczenie z punktu widzenia rozwoju danego miejsca i regionu. Szczególną rolę w omawianym procesie odgrywają korporacje informatyczne, które stanowią stosunkowo nowy sektor, rozwijający się w ostatnim ćwierćwieczu, gdyż „pojawianie się firm informatycznych na terenie różnej

skali układów przestrzennych jest wyrazem wkraczania ich w fazę informacyjnego rozwoju” (Zioło, 2004: 97).

Lokalizacja korporacji, w tym korporacji informatycznych, to złożony proces, na który składa się szereg etapów. Korporacje informatyczne kierują się nieco innymi przesłankami niż korporacje o tradycyjnym profilu działalności przemysłowej. Obszary, gdzie są lokalizowane siedziby zarządu i oddziały korporacji informatycznych, wyróżniają się bowiem w przestrzeni czynnikami, które pozwalają kształtować specyficzną formę aglomeracji, technopolie (technopolis, techopole), czyli „koncentrację w pewnych obszarach technologiczno-innowacyjnej działalności związanej z przemysłem, zdolnej do generowania naukowych synergii i ekonomicznej produktywności” (Domański, 1998: 216–217). Podstawowymi czynnikami powstawania tego rodzaju obszarów koncentracji zaawansowanych technologii są:

- kapitał ludzki,
- uniwersytety i instytuty naukowo-badawcze,
- infrastruktura transportowa,
- usługi oraz klimat naukowy, polityczny i gospodarczy, w tym szczególnie dostęp do informacji i kapitału, infrastruktury informacyjnej,
- korzyści aglomeracji z efektem synergii włącznie,
- atrakcyjność miejscowości jako miejsca pracy i zamieszkania,
- czyste i nieprzekształcone środowisko przyrodnicze (Budner, 2004; Parysek, 1997).

Należy jednak podkreślić za G. Benko (1993), że technopolia jest miastem spełniającym także funkcje polaryzacji regionalnej ze względu na to, że w tym samym miejscu i w tym samym czasie następuje rozwój innowacji i rozwój regionalny. Potwierdzają to badania prowadzone w japońskich technopoliach, np. Koriyama, gdzie innowacje były najważniejszym czynnikiem rozwoju przemysłu zaawansowanych technologii oraz samego regionu (Kyaw, 2001). Powszechnie wskazuje się także na dużą rolę innowacyjności w rozwoju miast (Domański, 2000; Rachwał, 2011). Jest to istotne z punktu widzenia lokalizacji korporacji informatycznych, które koncentrując znaczny potencjał ekonomiczny, wpływają na kształtowanie przestrzeni lokalnej, regionalnej i światowej (Kilar, 2009).

W świetle przedstawionych przesłanek przedmiotem niniejszego artykułu jest analiza czynników, które wpływają na lokalizację korporacji informatycznych w przestrzeni światowej. Natomiast celem jest próba odpowiedzi na pytanie: W których technopoliach korporacje informatyczne zlokalizowały siedziby zarządów i oddziały oraz jakie były uwarunkowania tego procesu w poszczególnych obszarach?

Badaniami objęto 100 dominujących korporacji informatycznych, które wyróżniono spośród 2000 największych korporacji światowych. Do określenia zmian potencjału ekonomicznego 100 dominujących korporacji informatycznych oraz korporacji wybranych do analizy empirycznej wykorzystano szereg raportów publikowanych przez poszczególne korporacje oraz instytucje międzynarodowe, opierających się na raportach rocznych poszczególnych korporacji. W szczególności użyto zbiorowych raportów publikowanych przez „Forbes” *The Global 2000*, z których wykorzystano informacje dotyczące: wartości rynkowej przedsiębiorstw (*market value*), wartości sprzedaży (*sales*), wartości aktywów (*assets*), wartość zysków (*profits*), rodzaju działalności i kraju, w którym znajdują się siedziby zarządów. Dane pozyskane z tych raportów weryfikowano i uzupełniano przy pomocy sprawozdań finansowych badanych korporacji.

Czynniki lokalizacji korporacji informatycznych

Korporacje informatyczne wyróżniają się wśród korporacji innych branży kilkoma cechami. Jedną z nich jest odmienne podejście do procesu lokalizacji działalności. Wśród czynników lokalizacji korporacji informatycznych szczególnie istotne są innowacje oraz innowacyjne środowisko, którym mogą być m.in. specjalne strefy ekonomiczne czy inkubatory przedsiębiorczości. Pod względem jakościowym duży wpływ ma także kształtowanie się branżowo wyspecjalizowanych skupisk (miejskich, regionalnych) firm, prowadzących działalność z szerokim wykorzystaniem określonego typu zaawansowanych technologii, np. mikroelektroniki. Wynika to z faktu, iż typowa dla globalnej działalności specjalizacja zasobów i umiejętności oraz dysponujących nimi jednostek organizacyjnych korporacji wymaga tzw. specjalizacji lokalizacyjnej. Wysoko wyspecjalizowane skupiska zajmujące się zaawansowaną działalnością, mając nowoczesną infrastrukturę przemysłową i instytucjonalną, stanowią duże zaplecze wysoko wykwalifikowanej kadry, zaawansowanych technologii oraz specyficzne środowisko wyróżniające się koncentracją ośrodków i firm o podobnej działalności. Są to czynniki, które w przypadku działalności informatycznej mają często decydujące znaczenie podczas poszukiwań optymalnej lokalizacji, gdyż bliskość korporacji z tej samej branży może przynieść dodatkowe korzyści, takie jak istnienie potrzebnych zasobów czy umiejętności, oraz jest przydatne podczas gromadzenia i przepływu informacji, inspirowania nowych rozwiązań (pomysłów). Stymuluje też wzajemne uczenie się przez kumulowanie zdolności i dalsze podnoszenie konkurencyjności. Takie skupiska zaawansowanych technologicznie i wyspecjalizowanych ośrodków B+R i zakładów przemysłowych nazywane są również dystryktami technologicznymi. Pozwalają one na łatwiejsze nawiązywanie kontaktów i współpracy (Zorska, 1998 za Stroper, 1992; Stopford, 1995). Korporacje informatyczne chętnie lokalizują zaawansowaną produkcję oraz prace B+R w takich skupiskach często również ze względu na chęć współpracy z firmami, które podjęły już taką działalność. Zwykle koncentracja i specjalizacja lokowanej nowoczesnej działalności występuje w dużych miastach, parkach naukowych (tworzonych z inicjatywy uniwersytetów, obejmujących kompleksy biur, pracowni, laboratoriów), parkach technologicznych (inaczej biegunach technologicznych, czyli centrach, w których znajdują się współpracujące ze sobą placówki naukowo-badawcze, instytucje naukowe i finansowe), naukowo-technologicznych i naukowo-przemysłowych, ośrodkach naukowych lub przemysłowych, technopoliach (okręgi przemysłowe najnowszej generacji, w których koncentrują się parki technologiczne i naukowe) (Dorocki, Jastrzębski, 2012).

Na lokalizację korporacji informatycznych znaczący wpływ ma także atrakcyjność danego miejsca. Dla lokalizacji działalności zaawansowanej technologicznie oraz prac badawczo-rozwojowych atutem danego miejsca, jak wspomniano, jest koncentracja innych firm danego typu, pozwalająca na współpracę na różnych płaszczyznach.

Na atrakcyjność miejsca w największym stopniu wpływają: dostęp do infrastruktury transportowej, łączności i telekomunikacji, dostęp do infrastruktury technicznej (wodna, gaz, kanalizacja), czystego środowiska (niezbędne zarówno jako zasób konieczny do wytworzenia najwyższej jakości produktów zaawansowanych technologii, jak i dla wysoko wykwalifikowanej kadry jako atut w wyborze pracodawcy) oraz bliskość wyspecjalizowanych pracowników i zaplecza badawczo-rozwojowego (Borowiec, Dorocki, Jenner, 2009).

Lokalizacja korporacji informatycznych w technopoliach

Atrakcyjność miejsca miała wpływ na koncentrację siedzib zarządów badanych największych korporacji informatycznych w:

- **Dolinie Krzemowej (technopolia Silicon Valley)** – obejmuje ona: Cupertino, Milpitas, Mountain View, Palo Alto, Redwood City, San Jose, Santa Clara, Synnyvale, gdzie siedziby zarządu ma 18 ze 100 analizowanych firm. Związane jest to z bliskością Uniwersytetu Stanforda i innych uczelni wyższych kształcących studentów na kierunkach informatycznych oraz z bliskością ośrodków badawczych, lokalizacją innych przedsiębiorstw w tej działalności, a także z dobrym dostępem do infrastruktury transportowej i do czystego środowiska. Spośród analizowanych korporacji mają tutaj swoje siedziby: Apple, Symantec, SanDisk, Google, Intuit, Hewlett-Packard, Oracle, Adobe Systems, Altera, Cisco Systems, Ebay, Agilent Technologies, Applied Materials, Intel, Marvell Technology Group, NetApp, Yahoo, Juniper Networks;
- **Tokio** – na atrakcyjność tego miasta wpływa stołeczny charakter, duże zasoby wykwalifikowanych zasobów pracy kształcących się w wielu państwowych i prywatnych uczelniach wyższych, np. w Tokyo Institute of Technology, oraz ośrodki badawczo-rozwojowe, umiejscowienie w Keihin, czyli technopolii będącej jednocześnie największym i najsilniej zurbanizowanym okręgiem przemysłowym w Japonii oraz jednym z najludniejszych regionów metropolitalnych świata (ponad 30 mln ludzi), który ma nowoczesny system komunikacyjny (kolej Shinkansen). Dlatego skupia się tu 13 z badanych korporacji. W Tokio ma swoje siedziby: Fujifilm Holdings, Fujitsu, Hitachi, Hoya, NEC, Olympus, Ricoh, Softbank, Sony, TDK, Toshiba, Canon, Rakuten;
- **Tajpej** – technopolia będąca największym na Tajwanie ośrodkiem gospodarczym, finansowym i komunikacyjnym. Funkcjonuje tu giełda papierów wartościowych. Tajpej jest też węzłem komunikacyjnym (kolej, porty lotnicze Tajpej-Taiwan Taoyuan, Tajpej-Songshan, port rzeczny, metro) i ośrodkiem kultury oraz szkolnictwa wyższego. Ma tu swoje siedziby pięć z badanych korporacji: Acer, Asustek Computer, Delta Electronics, Hon Hai Precision, Compal Electronics;
- **Paryżu** – jest on metropolią i technopolią, z dużymi zasobami wykształconych pracowników i dostępem komunikacyjnym. Swoje siedziby mają tu cztery spośród badanych firm: Alcatel-Lucent, Capgemini, Rexel, Safran;
- **Seulu** – jest on metropolią zaliczaną do technopolii i cechuje się bardzo dobrze rozwiniętą komunikacją (lotniczą, kolejową, drogową i miejską). Jest także największym ośrodkiem akademickim w Korei, z kilkudziesięcioma uczelniami. Mieszcza się tu siedziby czterech korporacji: LG Display, LG Electronics, Samsung Electronics, SK C&C;
- **technopolii Hsinchu** – jest ona tajwańskim miastem, które w parku technologicznym (Hsinchu Science and Technology Industrial Park) koncentruje przemysł informatyczny, ma zaplecze badawczo-naukowe w postaci wielu uczelni (w tym Yuanpei Institute of Science and Technology). Tutaj mają swoje siedziby trzy spośród badanych korporacji: AU Optronics, Taiwan Semiconductor, MediaTek;
- **technopolii Orange County** – do której należą: Irvine, Lake Forest, San Diego, Santa Ana, będące siedzibami zarządów czterech badanych korporacji: Broadcom, Western Digital, Qualcomm, Ingram Micro. Cechuje się ona bliskością wielu uniwersytetów, np. California Institute of Technology, Uniwersytetu Kalifornijskiego (składającego się z 10 kampusów znajdujących się m.in. w Berkeley, Irvine, Los Angeles, Merced, Riverside, San Diego, San

Francisco), dobrym dostępem do infrastruktury transportowej i atrakcyjnymi warunkami środowiska przyrodniczego dla lokalizacji i zamieszkania wysoko wykwalifikowanych kadr;

- **technopolii nadatlantycznej** – reprezentują ją Melville, Armonk i Islandia, czyli miasta sąsiadujące z Nowym Jorkiem. Jej główne atuty to: dostępność komunikacyjna, położenie w metropolii, dostępność wykwalifikowanej kadry, kształcącej się m.in. w New York University. Na obszarze tej technopolii mają swoje siedziby trzy spośród badanych korporacji: IBM, CA, Arrow Electronics;
- **technopolii Silicon Boston (Droga 128)** – należą do niej Boston i Norwood, a jej największym atutem jest fakt, że znajduje się na obszarze ogromnego węzła komunikacyjnego i metropolii, która w swoim zasięgu ma wiele uczelni, w tym Harvard University, Massachusetts Institute of Technology (MIT), Boston University. Na obszarze tej technopolii mają siedziby dwie badane korporacje informatyczne: American Tower, Analog Devices;
- **technopolii Osaka-Nagoja** – to jeden z najważniejszych węzłów komunikacyjnych i największych portów morskich w kraju oraz metropolia z zapleczem naukowym (Uniwersytet w Osace). Osaka jest siedzibą korporacji Panasonic i Kyocera;
- **technopolii Shenzhen (Chiny)** – to duże miasto, które dzięki ustanowieniu specjalnej strefy ekonomicznej rozwinęło się bardzo po 1980 r. i stało się wielkim ośrodkiem gospodarczym oraz finansowym (giełda, banki), mającym dwie duże uczelnie: Uniwersytet Shenzhen i Politechnikę Shenzhen oraz morski port handlowy. Znajdują się tu siedziby ZTE i Tencent Holdings;
- **Bangalore** – jest to jedno z największych miast w Indiach, nazywane indyjską Doliną Krzemową. Na jego terenie znajduje się kilka uczelni, w tym Indian Institute of Science. Jest siedzibą zarządu Wipro i Infosys Technologies oraz oddziałów innych z badanych korporacji, m.in. IBM, Motorola, Oracle, Samsung Electronics, Texas Instruments, Intel, AMD, HP, Google, Nokia, VMware;
- **Kioto** – jest ono siedzibą 37 instytucji szkolnictwa wyższego, dzięki czemu jest jednym z czołowych centrów edukacyjnych Japonii. Jest też węzłem kolejowym. Mają tu siedziby zarządy firm: Murata Manufacturing i Nintendo;
- **technopolii Denver-Boulder** – w której znajduje się miasto Englewood. Koncentracja innych przedsiębiorstw informatycznych, bliskość kilku uczelni wyższych były głównymi czynnikami lokalizacji firmy Liberty Media Interactive;
- **technopolii Silicon Plains** – w której leży Dallas. Metropolia ta jest węzłem komunikacyjnym, zwłaszcza lotniczym. Znajduje się w zasięgu kilku uczelni wyższych, w tym również technicznych. Czynniki te były szczególnie ważne podczas wyboru lokalizacji przez korporację Texas Instrument;
- **Phoenix** – ze względu na metropolitarny charakter miasta, dostęp do komunikacji i wykwalifikowanej kadry jest ono siedzibą korporacji Avnet oraz wielu innych korporacji z różnych branż;
- **technopolii Silicon Bawaria** – w zasięgu której znajduje się Neublberg. Cechuje się ona dobrymi warunkami dla nowoczesnych i młodych podmiotów gospodarczych w sektorze zaawansowanych technologii ze względu na: „wysoko wykwalifikowanych specjalistów, sprawnie funkcjonującą infrastrukturę, nowoczesne instytuty badawcze i wyższe uczelnie, przyjazne technologiom warunki ramowe” (<http://www.bayern.de/>). Stanowi siedzibę Infineon Technologies;

- **technopolii Stuttgartu** – do której należy Walldorf, gdzie ma swoją siedzibę korporacja SAP, a także znajdują się oddziały m.in. Alcatel-Lucent, Hewlett-Packard, IBM. Głównymi atutami tej lokalizacji jest największe w Niemczech nagromadzenie instytucji naukowych, akademickich i badawczych oraz fakt, że jest ona węzłem drogowym i kolejowym;
- **technopolii Sztokholm** – wyróżnia się ona tym, że jest jednym z centrów Węzła Wiedzy i Innowacji (Sustainable Energy) Europejskiego Instytutu Technologicznego oraz ma doskonale rozwiniętą infrastrukturę transportową (kolejową, drogową, lotniczą i promową). Tutaj ma swoją siedzibę Ericsson;
- **Genewy** – jest ona zaliczana do europejskich technopolii ze względu na to, że mieszczą się tu siedziby wielu organizacji międzynarodowych, szczególnie CERN, będącej ważnym w skali międzynarodowej ośrodkiem naukowo-badawczym. Ponadto jest dużym miastem, w którym znajdują się uniwersytet, międzynarodowy port lotniczy oraz siedziby licznych banków i firm, w tym badana korporacja STMicroelectronics;
- **Pekinu** – który jest siedzibą korporacji Baidu oraz technopolii nazywanej Chińską Doliną Krzemową (Zhongguancun). To metropolia, której atutami są: bardzo duże zaplecze naukowo-badawcze z wieloma uczelniami wyższymi, węzeł komunikacji drogowej i węzeł kolejowy z dobrze rozwiniętym transportem lotniczym.

Zakończenie

Należy podkreślić, że ponad 70% omawianych największych korporacji informatycznych ma siedziby zarządów zlokalizowane w technopoliach i miastach, gdzie nastąpiła koncentracja przemysłu zaawansowanych technologii. Wyróżnione obszary w pełni pokrywają się z uwzględnionymi w literaturze terenami na świecie cechującymi się koncentracją najbardziej zaawansowanych technologii oraz o najbardziej rozwiniętych powiązaniach międzynarodowych (Raźniak, Winiarczyk-Raźniak, 2013; Raźniak, 2012).

Zasadniczymi czynnikami, które wpłynęły na lokalizację, są: zaplecze naukowo-badawcze, dostęp do wykwalifikowanych pracowników, połączenia komunikacyjne i koncentracja innych przedsiębiorstw z danej działalności. Innymi istotnymi czynnikami lokalizacji zarządów w omówionych miejscach i rozwoju korporacji informatycznych są także: działania na rzecz wzmocnienia własnej pozycji konkurencyjnej i monopolistycznej, stopień specjalizacji działalności, kapitał intelektualny założycieli i pracowników, który miał wpływ na rozwój nowych technologii (wynikający m.in. z cyklu życia produktu, nakładów i zatrudnienia w działalności badawczo-rozwojowej, bliskości uczelni wyższych), przeprofilowanie dotychczasowych działalności korporacji lub zakładanie zupełnie nowych oraz różne źródła zasilania finansowego.

Lokalizacja badanych korporacji informatycznych w technopoliach miała również wpływ na przyspieszenie ich rozwoju. Niejednokrotnie, dzięki lokalizacji, z małych firm informatycznych w bardzo krótkim czasie powstały korporacje globalne, które są liderami w swojej dziedzinie. Przykład mogą stanowić firmy z różnych segmentów: produkujące sprzęt peryferyjny (Hewlett-Packard), firmy internetowe (Google), produkujące sprzęt komputerowy (Apple) czy produkujące oprogramowanie komputerowe, aplikacje serwerowe i technologie informatyczne dla klientów indywidualnych, firm i instytucji (Microsoft). Ponadto należy podkreślić, że lokalizacja siedzib zarządów i oddziałów badanych korporacji w zaprezentowanych technopoliach w istotny sposób oddziaływała na kształtowanie się ich wzajemnych powiązań zarówno w poszczególnych technopoliach, jak i między nimi, a przez efekty mnożnikowe wpłynęła również na rozwój tych regionów.

Literatura

References

- Benko, G. (1993). *Geografia technopolii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Borowiec, M., Dorocki, S., Jenner, B. (2009). Wpływ zasobów kapitału ludzkiego na kształtowanie społeczeństwa informacyjnego i innowacyjności struktur przemysłowych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 13, 95–109.
- Borowiec, M. (2010). Funkcjonowanie krakowskiego i rzeszowskiego ośrodka akademickiego w świetle koncepcji układów bipolarnych. Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. *Prace Monograficzne*, 539.
- Budner, W. (2004). *Lokalizacja przedsiębiorstw. Aspekty ekonomiczno-przestrzenne i środowiskowe*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Chojnicki, Z., Czyż, T. (2007). Rola kapitału ludzkiego w kształtowaniu gospodarki opartej na wiedzy w Polsce. *Przegląd Geograficzny*, 79(3–4), 423–428.
- Domański, R. (1998). *Zasady geografii społeczno-ekonomicznej*. Warszawa – Poznań: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Domański, R. (2000). Miasto innowacyjne. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, t. CIX, Warszawa.
- Dorocki, S. (2012). Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju społeczeństwa informatycznego w Polsce. *Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego*, 27, 131–145.
- Dorocki, S., Jastrzębski, J. (2012). Regionalne zróżnicowanie rozwoju biotechnologii w Europie. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 20, 67–94.
- Kilar, W. (2009). Koncentracja przestrzenna światowych firm informatycznych. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 12, 97–108.
- Kukliński, A. (red.). (2001). *Gospodarka oparta na wiedzy. Wyzwania dla Polski XXI wieku*, Komitet Badań Naukowych, Warszawa.
- Kukliński, A. (red.). (2005). *Nauka – technologia – gospodarka*. Komitet Badań Naukowych, Warszawa.
- Kyaw, A. (2001). Decentralization of Production and the Formation of Technology Regions: A Case Study of the Koriyama Technopolis. *Geographical Review of Japan*, 74 (Ser. B), No. 2, 199–211.
- Parysek, J.J. (1997). *Podstawy gospodarki lokalnej*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Rachwał, T. (2011). Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłowych jako czynnik rozwoju miast. W: Z. Makiela, A. Szromnik (red.), *Miasto innowacyjne. Wiedza – przedsiębiorczość – marketing. Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, t. CXXI, 135–152.
- Rachwał, T. (2013). Rola przedsiębiorstw przemysłowych w rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 189–211.
- Raźniak, P., Winiarczyk-Raźniak, A. (2013). Spatial distribution and differences in migration patterns and revenues of gminas in the Kraków Metropolitan Area. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 19, 73–86.
- Raźniak, P. (2012). Procesy społeczno-ekonomiczne w Krakowskim Obszarze Metropolitalnym. *Prace Geograficzne*, 129, 63–81.
- Stachowiak, K. (2008). Czynniki instytucjonalne w budowaniu i funkcjonowaniu gospodarki opartej na wiedzy – przykład Finlandii. W: J.J. Parysek, T. Stryjakiewicz (red.), *Region społeczno-ekonomiczny i rozwój regionalny*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Stopford, J.M. (1995). Competing Globally for Resources. *Transnational Corporations*, 2.
- Stroper, M. (1992). The Limits to Globalization: Technology Districts and International Trade. *Economic Geography*, 68(1), 60–93.
- Zioło, Z. (2004). Kształtowanie się firm informatycznych jako nowych elementów struktury przestrzennej przemysłu. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 7, 97–106.

Zioło, Z. (2009). Procesy kształtowania się światowych korporacji i ich wpływ na otoczenie. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 12, 11–31.

Zorska, A. (2002). *Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach transnarodowych i w gospodarce światowej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

<http://www.bayern.de/>

Wioletta Kilar, dr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie. Geograf ekonomiczny, adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Sekretarz Rady Redakcyjnej czasopisma „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”. Jej zainteresowania badawcze ukierunkowane są przede wszystkim na procesy kształtowania się i funkcjonowania ponadnarodowych korporacji, globalizacji, przemian struktur przestrzennych przemysłu oraz problematykę nauczania przedsiębiorczości i geografii w szkole. Jest autorem i współautorem licznych publikacji z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej i przedsiębiorczości oraz podręcznika, wielu materiałów dydaktycznych, edukacyjnych i ekspertyz. Ma znaczne doświadczenie jako nauczyciel geografii i podstaw przedsiębiorczości, które zdobyła, pracując w kilku ponadgimnazjalnych szkołach krakowskich.

Wioletta Kilar, PhD, Pedagogical University of Cracow. An economic geographer, a lecturer in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management at the Institute of Geography of the Pedagogical University of Cracow. The Secretary of the Editorial Board of the Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society. Her research interests are focused primarily on the processes of formation and operation of multinational corporations, globalization, transformation of spatial structures of industry and the issues of entrepreneurship education and geography at school. She is the author of numerous publications in socio-economic geography and entrepreneurship, and many teaching and educational materials and expertises. She has considerable experience as a teacher of geography and basics of entrepreneurship, having worked in several secondary schools in Cracow.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Instytut Geografii

Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej

ul. Podchorążych 2

30-084 Kraków, Polska

e-mail: W.Kilar@up.krakow.pl

KRYSTIAN SOWISŁOK

Zespół Szkół Ogólnokształcących Nr 5 w Zabrze, Polska ■ Secondary School No 5, Zabrze, Poland

Rola Zabrzeńskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości w rozwoju lokalnej przedsiębiorczości

The Role of Zabrze Centre for Supporting Entrepreneurship in Developing Local Entrepreneurship

Streszczenie: Jak wynika z badań, Polacy na tle mieszkańców innych krajów Unii Europejskiej są uważani za naród przedsiębiorczy. W Europie więcej firm funkcjonuje tylko w tak dużych krajach, jak Hiszpania, Włochy, Niemcy, Francja czy Wielka Brytania, jednak w przeliczeniu liczby firm na 1000 mieszkańców Polska wyprzedza już Niemcy, Francję i Wielką Brytanię. Aby ta przedsiębiorczość była dobrze wykorzystana, muszą być stworzone przyjazne warunki zarówno dla prowadzących, jak i zakładających działalność gospodarczą w naszym kraju. W Zabrzu władze miejskie podjęły próbę niestandardowego rozwiązania w zakresie obsługi przedsiębiorców i osób zainteresowanych założeniem swojej firmy. W dniu 1 stycznia 2013 roku powstało, jako wydział Urzędu Miejskiego, Zabrzeńskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości, które m.in. zajmuje się rejestracją podmiotów prowadzących działalność gospodarczą, doradztwem, szkoleniami i edukacją młodzieży z zakresu przedsiębiorczości. Centrum podpisało partnerskie umowy z zabrzańskim Zakładem Ubezpieczeń Społecznych, Powiatowym Urzędem Pracy i Urzędem Skarbowym. Dzięki temu w mieście zostały stworzone warunki dające możliwość załatwienia w jednym miejscu, w jak najkrótszym czasie, wszystkich formalności związanych z prowadzoną działalnością oraz zarejestrowaniem nowej firmy. Działania centrum służą:

- podnoszeniu konkurencyjności zabrzańskiej gospodarki przez rozwój sektora MŚP,
- wspieraniu aktywności gospodarczej lokalnego biznesu,
- propagowaniu idei zakładania własnej działalności gospodarczej,
- wspieraniu rozwoju innowacyjnych firm.

Celem niniejszego artykułu jest zapoznanie z ofertą Zabrzeńskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości, ocena ponad dwupółletniej działalności tego niestandardowego przedsięwzięcia władz samorządowych w Zabrzu oraz odpowiedzi na pytania:

- Jak zmieniła się obsługa przyszłych przedsiębiorców w Zabrzu?
- Czy działania wymienione wyżej są wystarczające, aby przedsiębiorczość Polaków mogła być wykorzystana w Polsce?
- Jakie przedsięwzięcia rozwijające postawy przedsiębiorcze, również wśród młodzieży, organizuje Zabrzeńskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości?

Abstract: According to the research and the available data, compared to other members of the European Union, the Poles are considered to be an enterprising nation. In Europe there are more enterprises only in such big countries as Spain, Italy, Germany, France or Great Britain; however if we compare the ratio

for 1000 inhabitants, we are ahead of Germany, France and Great Britain. In order for the entrepreneurship to be taken advantage of, a so called friendly environment must be created, both for those already in business as well as those starting business activity. The local authorities in Zabrze have decided to try out a non-standard solution concerning the service of businessmen and people interested in setting up their own enterprise. On January 1st 2013 the Zabrze Centre for Development of Entrepreneurship was created as a department of the City Hall, which deals with registering economic entities, counseling, training and educating the youth about entrepreneurship. Thanks to the partner agreements with the Social Security Institution, local Job Centre and Tax Office the conditions have been created to make it possible to complete all the procedures connected with running a business or registering a new one as soon as possible and under one roof. The activities are aimed at:

- making the Zabrze economy more competitive due to the development of SMEs,
- supporting the economic activity of local businesses,
- propagation of the idea of opening individual businesses,
- supporting development of innovative companies.

How has the serving of the prospective entrepreneurs changed? Are the above mentioned procedures sufficient enough to make use of the Poles enterprising spirit in Poland? What activities developing an enterprising attitude, also among young people, are organized by the Zabrze Centre for Development of Entrepreneurship? After two and a half years of the Center's existence an attempt at answering these questions and the first assessment of the local authorities endeavors in Zabrze might be ventured.

Słowa kluczowe: działalność gospodarcza; lokalny biznes; rozwój przedsiębiorczości; Światowy Tydzień Przedsiębiorczości

Key words: business activities; entrepreneurship development; local business; Global Entrepreneurship Week

Otrzymano: 25 października 2015

Received: 25 October 2015

Zaakceptowano: 6 marca 2016

Accepted: 6 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Sowisłok, K. (2016). Rola Zabrzeńskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości w rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 123–133.

Wstęp

Jak wynika z przeprowadzonych badań i dostępnych danych, Polacy na tle innych narodów Unii Europejskiej są uważani za naród przedsiębiorczy. W Europie więcej firm funkcjonuje tylko w tak dużych krajach, jak Hiszpania, Włochy, Niemcy, Francja czy Wielka Brytania, jednak w przeliczeniu liczby firm na 1000 mieszkańców Polska wyprzedza już Niemcy, Francję i Wielką Brytanię (Hurkała, 2015). Podkreśla się często, że aby wykorzystać przedsiębiorczość Polaków, niezbędne jest zapewnienie przyjaznych warunków osobom prowadzącym i zakładającym działalność gospodarczą przez instytucje państwowe i władze lokalne, a przede wszystkim, przez zapewnienie stałego i nieskomplikowanego prawa. Ten problem był szczególnie omawiany przez autora niniejszego artykułu trzy lata temu na konferencji pt. „Przedsiębiorczość w warunkach kryzysu gospodarczego”. Podczas wystąpienia autor przedstawił dane z raportów *Doing Business* Banku Światowego, w których dokonuje się analizy i porównuje warunki prowadzenia oraz przyjazność otoczenia do prowadzenia działalności gospodarczej.

Warto przypomnieć w tym miejscu wyniki z lat 2007–2011 (tab. 1), którymi posłużono się w 2011 roku, i dokonać porównania z raportem *Doing Business 2015* (tab. 2).

Tab.1. Prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce w latach 2007–2011

Wyszczególnienie	Pozycja Polski w rankingu Doing Business					Zmiana w stosunku do 2007 r.
	2007	2008	2009	2010	2011	
Łatwość prowadzenia działalności gospodarczej	68	74	76	73	70	spadek o 2 miejsca
Rozpoczęcie działalności gospodarczej	118	129	145	115	113	wzrost o 5 miejsc
Uzyskiwanie pozwoleń budowlanych	154	156	158	164	166	spadek o 12 miejsc
Rejestrowanie własności	86	81	84	86	86	bez zmian
Uzyskanie kredytu	62	68	28	14	15	wzrost o 47 miejsc
Ochrona inwestorów	32	33	38	41	44	spadek o 12 miejsc
Płacenie podatków	121	125	142	148	121	bez zmian
Obrót międzynarodowy	33	40	41	46	49	spadek o 16 miejsc
Egzekucja umów	74	68	68	76	77	spadek o 3 miejsca
Zakończenie działalności gospodarczej	85	88	82	86	81	wzrost o 4 miejsca

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Doing Business* z lat 2007–2011

Tab. 2. Prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce w roku 2011 i 2015 na tle średniej w UE

Wyszczególnienie	Pozycja Polski w rankingu Doing Business			
	2011	2015	Śr. UE	Zmiana w stosunku do 2011 r.
Łatwość prowadzenia działalności gospodarczej	70	32	36	wzrost o 38 miejsc
Rozpoczęcie działalności gospodarczej	113	85	53	wzrost o 28 miejsc
Uzyskiwanie pozwoleń budowlanych	166	137	82	wzrost o 29 miejsc
Rejestrowanie przeniesienia własności nieruchomości	86	39	62	wzrost o 47 miejsc
Uzyskanie kredytu	15	17	55	wzrost o 2 miejsca
Ochrona inwestorów mniejszościowych	44	35	48	wzrost o 9 miejsc
Płacenie podatków	121	87	56	wzrost o 34 miejsca
Handel transgraniczny	49	41	34	wzrost o 8 miejsc
Egzekucja umów	77	52	48	wzrost o 25 miejsc
Ogłaszanie upadłości	81	32	33	wzrost o 49 miejsc
Podłączenie do sieci elektroenergetycznej		64	78	

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportów *Doing Business* za rok 2011 i 2015

Tab. 3. Łatwość prowadzenia działalności gospodarczej w 2015 r. – ranking miast

Miasto	Łatwość prowadzenia działalności gospodarczej	Zakładanie spółki	Uzyskiwanie pozwolenia na budowę	Rejestrowanie przeniesienia własności nieruchomości	Egzekwowanie umów
Bydgoszcz	1	9	1	3	6
Olsztyn	2	2	9	5	1
Białystok	3	4	12	1	3
Toruń	4	13	3	7	5
Opole	5	4	6	13	4
Poznań	6	1	15	4	7
Rzeszów	7	17	2	9	8
Zielona Góra	8	14	10	2	10
Łódź	9	9	5	8	14
Szczecin	10	18	7	6	12
Gorzów Wlkp.	11	14	17	11	2
Katowice	12	9	11	16	13
Wrocław	13	6	4	18	16
Lublin	14	7	8	17	15
Kiece	15	16	13	15	11
Kraków	16	7	18	12	9
Warszawa	17	9	14	10	17
Gdańsk	18	2	16	14	18

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu *Doing Business w Polsce 2015*

Pozycja Polski w latach 2007–2011, mimo niejednokrotnych zapowiedzi polityków, niewiele się zmieniała na lepsze. Jedynym obszarem, w którym nastąpiła wyraźna poprawa, jest uzyskanie kredytu – tu widać wzrost o 47 miejsc. Nie było w tym jednak zasługi osób odpowiedzialnych za stanowienie i przestrzeganie prawa. Pozostałe wyniki raczej nie napawały optymizmem.

Porównując wyniki raportu z 2015 r. z wynikami z lat poprzednich, można zauważyć wyraźną poprawę w kilku obszarach. Dotyczy to przede wszystkim: ułatwień w zakładaniu nowych firm, handlu transgranicznym, uzyskiwaniu pozwoleń na budowę i przekazywaniu kapitału. Ocena Banku Światowego, że otoczenie dla przedsiębiorczości staje się bardziej przyjazne, jest dużą korzyścią wizerunkową dla Polski (Chaber, 2015). Przekłada się to na pozytywne postrzeganie jej jako odpowiedniego miejsca do inwestowania. W raporcie *Doing Business 2015* Polska została sklasyfikowana na 32 miejscu, które jest najlepszym w dotychczasowych raportach Banku Światowego.

Po uważnym przyjrzeniu się niektórym pozycjom raportu można stwierdzić, że w porównaniu z poprzednimi latami jest wyraźnie lepiej, ale są obszary, gdzie jest jeszcze wiele do zrobienia i poprawy. Dotyczy to pozycji: rozpoczęcie działalności gospodarczej – 85 miejsce; płacenie podatków – 56 miejsce; uzyskiwanie pozwoleń budowlanych – 137 miejsce (należy tu przypomnieć, że w raporcie oceniane są gospodarki 189 krajów). Mimo wyraźnej poprawy lokaty rankingowej przedsiębiorcy na pewno oczekują dalszych zmian i ułatwień w ich działalności.

Jednym z kroków w dobrym kierunku są zmiany w przepisach dotyczących zakładania spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Rozpoczęły się one w 2009 r., kolejne ustanowiono w 2012 r., a ostatnią zmianę wprowadzono 1 grudnia 2014 r. W 2012 r. uruchomiono platformę internetową „S24”. Za jej pośrednictwem przedsiębiorcy mogli rejestrować w KRS spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością, korzystając ze standardowego szablonu umowy spółki, bez konieczności przedkładania aktu notarialnego. Taki system, choć wymagał od przedsiębiorcy samodzielnej rejestracji w urzędzie statystycznym, skarbowym i ubezpieczeniowym, obniżył koszty założenia spółki i – co bardzo ważne – skrócił proces jej założenia, który wcześniej wynosił średnio 30 dni.

Raport *Doing Business w Polsce 2015* uwzględnia w tym roku wyniki 18 polskich miast. Badanie obejmowało cztery wybrane obszary z 10 uwzględnianych przy krajowych gospodarkach. Są to: zakładanie spółki, uzyskiwanie pozwoleń na budowę, rejestrowanie przeniesienia własności nieruchomości, egzekwowanie umów.

Analizując podane wyniki, można zaobserwować, że na pierwszych miejscach znajdują się mniejsze miasta, co mogłoby sugerować, że radzą sobie lepiej. Według autorów raportu wynika to z faktu, że obsługują one znacznie mniejszą liczbę interesantów w porównaniu z dużymi aglomeracjami. Oczywiście i od tej reguły są wyjątki, na przykład Poznań, który zajął pierwsze miejsce w kategorii „zakładanie spółek”. Średni czas założenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, z wykorzystaniem w tym mieście wspomnianej wcześniej platformy internetowej „S24”, wynosi 8 dni. Wracając do wyników dotyczących mniejszych miast, można się zastanowić, czy jest to spowodowane mniejszą liczbą obsługiwanych aktualnych i przyszłych przedsiębiorców, czy może podejmowaniem ciekawych i skutecznych przedsięwzięć.

Powstanie i zadania Zabrzeńskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości

W tym miejscu warto przedstawić przykład z Zabrza, gdzie władze samorządowe podjęły próbę niestandardowego rozwiązania w zakresie obsługi przedsiębiorców i osób zainteresowanych założeniem swojej firmy. Dnia 1 stycznia 2013 r. powołano tam, jako wydział urzędu miejskiego, Zabrzeńskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości (ZCRP). Postawiono przed nim zadania dotyczące:

- podnoszenia konkurencyjności zabrzeńskiej gospodarki przez rozwój sektora MŚP,
- wspierania aktywności gospodarczej lokalnego biznesu,
- propagowania idei zakładania własnej działalności gospodarczej,
- wspierania rozwoju innowacyjnych firm.

Zadania te są realizowane przez wykonywanie typowych przedsięwzięć, które wcześniej należały do zadań referatu handlu, czyli:

- prowadzenie rejestracji podmiotów prowadzących działalność gospodarczą,
- wydawanie dokumentów stwierdzających umieszczenie w rejestrze podmiotów prowadzących działalność gospodarczą.

Ponadto dodano szereg przedsięwzięć z zakresu doradztwa, współpracy z różnymi organizacjami, tworzenia i realizacji programów pomocowych, organizacji szkoleń dla przedsiębiorców i młodzieży szkolnej oraz organizacji innych przedsięwzięć promujących przedsiębiorczość. Są to:

1. doradztwo dla osób prowadzących małe i średnie przedsiębiorstwa oraz prowadzenie Funduszu Poręczeniowego Miasta Zabrza dla tych przedsiębiorców,

2. udzielanie informacji o instrumentach wsparcia finansowego oferowanego przez instytucje i organizacje dla przedsiębiorców,
3. współpraca z organami administracji państwowej i organami samorządu gospodarczego w celu określenia warunków rozwoju gospodarczego miasta,
4. współpraca z organizacjami pozarządowymi i instytucjami z otoczenia biznesu w celu rozwoju przedsiębiorczości w mieście,
5. współpraca z sąsiednimi gminami w celu koordynacji rozwoju gospodarczego miasta,
6. tworzenie programów z zakresu pomocy przedsiębiorcom i wspieranie rozwoju przedsiębiorczości,
7. organizacja wydarzeń promujących rozwój przedsiębiorczości w mieście,
8. przygotowywanie projektów przedsięwzięć realizowanych na terenie miasta we współpracy z Powiatowym Urzędem Pracy w Zabrzu,
9. koordynacja działań związanych z organizacją szkoleń dla przedsiębiorców w ramach rozwoju przedsiębiorczości w mieście,
10. współpraca z miejskimi placówkami oświatowymi i uczelniami w ramach prowadzenia akcji promocyjno-informacyjnej dla uczniów i studentów z zakresu możliwości prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek (*Sprawozdanie...*, 2014).

Od początku istnienia nowego wydziału realizowane są założenia „jednego okienka”. Centrum podpisało partnerskie umowy z zabrzańskim Zakładem Ubezpieczeń Społecznych, Powiatowym Urzędem Pracy i Urzędem Skarbowym. Dzięki temu w Zabrzu zostały stworzone warunki dające możliwość załatwienia w jednym miejscu, w jak najkrótszym czasie, wszystkich formalności związanych z prowadzoną działalnością oraz zarejestrowaniem nowej firmy.

Wspomniane wyżej instytucje aktywnie współpracują na rzecz przedsiębiorczości, przeprowadzają bezpłatne szkolenia dla przedsiębiorców oraz uczestniczą w wydarzeniach organizowanych przez ZCRP. Pracownik ZCRP w ramach swoich obowiązków udziela również informacji klientom wydziału w zakresie możliwości pozyskiwania środków na rozpoczęcie oraz rozwój działalności gospodarczej. Ponadto w siedzibie centrum (fot. 1) zainteresowane osoby mogą skorzystać z porad prawnych w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej, które są świadczone bezpłatnie przez kancelarię prawną.

Fot. 1. Siedziba Zabrzańskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości



Poniżej zestawiono dane z realizacji podanych zadań ZCRP oraz działań instytucji obecnych w jego siedzibie za 2014 r.

1. Zabrzańskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości:

- obsłużyło 8 045 osób w zakresie rejestracji wniosków do CEIDG, a także udzieliło około 1500 informacji osobom, które wniosków nie złożyły,
- około 400 osobom udzieliło odpowiedzi na pytania związane z pozyskiwaniem środków pochodzących z UE,
- udzieliło 115 odpowiedzi na pytania dotyczące wolnych lokali, obiektów użytkowych oraz działek oferowanych przez podmioty gospodarcze na terenie Zabrza i województwa śląskiego.

Szczegółowe rozliczenie rejestracji podmiotów prowadzących działalność gospodarczą w Zabrzu w 2014 roku w porównaniu z rokiem poprzednim przedstawiono w tabeli 4.

Tab. 4. Raport działalności gospodarczej w Zabrzu w latach 2013 i 2014

Raport działalności gospodarczej	2013	2014
Założenie działalności gospodarczej	980	1011
Wykreślenie działalności gospodarczej	885	746
Wznowienie działalności gospodarczej	561	570
Zawieszenie działalności gospodarczej	1097	1020
Zmiany wpisów działalności gospodarczej	4969	4698
Łącznie	8492	8045

Źródło: *Sprawozdanie...* (2014: 4)

Łącznie spraw związanych z rejestracją podmiotów prowadzących działalność gospodarczą w 2014 r. było mniej niż w roku poprzednim, jednak w dwóch najważniejszych pozycjach tendencja jest pozytywna. Dotyczy to wzrostu o 31 liczby założonych firm i spadku liczby firm wykreślonych z ewidencji (139).

2. Powiatowy Urząd Pracy w Zabrzu udzielił informacji 492 osobom (pracownicy PUP w siedzibie ZCRP pełnią dyżury w poniedziałek, środę i czwartek, w godzinach od 7.30 do 15.30).
3. Urząd Skarbowy w Zabrzu udzielił 842 odpowiedzi na pytania osób prowadzących działalność gospodarczą lub osób, które zamierzały otworzyć własną działalność gospodarczą (pracownicy US w siedzibie ZCRP pełnią dyżury w poniedziałek, środę i czwartek, w godzinach od 11.00 do 15.00).
4. Zakład Ubezpieczeń Społecznych w Zabrzu udzielił informacji 3949 osobom.
5. Kancelaria prawna udzieliła porad prawnych w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej 154 klientom ZCRP. Ponadto przeprowadzała szkolenia dla klientów ZCRP oraz przysyłała informacje do zamieszczenia na profilu na portalu społecznościowym Facebook prowadzonym przez ZCRP.
6. Mobilne Punkty Informacyjne w trakcie 3 czterogodzinnych dyżurów przeprowadziły konsultacje dla 49 osób.
7. W ramach Krajowego Systemu Usług podczas kilku dyżurów udzielono 85 porad (*Sprawozdanie...*, 2014).

ZCRP udziela informacji na temat możliwości pozyskania środków unijnych. Współpracuje w tym zakresie z Ośrodkiem Kształcenia Samorządu Terytorialnego im. Waleriana Panki oraz Urzędem Marszałkowskim Województwa Śląskiego. W ramach Mobilnych Punktów Informacyjnych w Zabrze konsultanci Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Katowicach udzielali mieszkańcom regionu bezpłatnych konsultacji w zakresie możliwości uzyskania wsparcia ze środków Unii Europejskiej w nowej perspektywie finansowej 2014–2020. Pytania przedsiębiorców oraz osób chcących pozyskać środki finansowe na rozpoczęcie działalności gospodarczej najczęściej dotyczyły:

- aktualnych konkursów ogłoszonych przez instytucje wdrażające oraz inne organizacje,
- możliwości sfinansowania projektów MŚP,
- źródeł pozyskania dotacji na rozpoczęcie działalności dotacji oraz aktualnych naborów,
- kryteriów, które należy spełnić, aby ubiegać się o środki UE,
- instytucji, które wdrażają programy operacyjne na poziomie regionalnym oraz krajowym,
- możliwości uzyskania pomocy przy wypełnianiu wniosku o dotację,
- możliwości pozyskania instrumentów zwrotnych na rozpoczęcie/rozwińnięcie działalności gospodarczej,
- wydatków, które można zakwalifikować do projektu,
- możliwości pozyskania partnerów do projektu,
- programów operacyjnych w nowej perspektywie, które są skierowane do przedsiębiorców oraz ich założeń (*Sprawozdanie...*, 2014).

Działalność szkoleniowo-integracyjna

W 2014 r. ZCRP zorganizowało 100 szkoleń i warsztatów, w których udział wzięły 484 osoby. Szkolenia ZCRP skierowane są do osób prowadzących działalność gospodarczą oraz chcących otworzyć własną firmę. Przy planowaniu szkoleń wydział współpracuje z partnerami, tj. Urzędem Skarbowym w Zabrze, Zakładem Ubezpieczeń Społecznych w Zabrze, kancelarią prawną świadczącą usługi doradcze dla klientów ZCRP, a także z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Katowicach oraz Akademickimi Inkubatorami Przedsiębiorczości. Tematyka szkoleń, które znajdują się w Kalendarium Bezpłatnych Szkoleń dla Przedsiębiorców, jest wybierana na podstawie opinii pochodzących z ankiet wypełnianych przez uczestników. Wydział organizuje również spotkania biznesowe, w których biorą udział przedstawiciele władz miasta, instytucji otoczenia biznesu oraz przedsiębiorcy. W dniu 22 października 2014 r. zorganizowano spotkanie, którego celem było wręczenie „Podziękowań dla firm z okazji 25-lecia polskiej transformacji, w uznaniu za aktywne propagowanie idei i ducha przedsiębiorczości w Mieście Zabrze oraz zaangażowanie i wkład w rozwój polskiej gospodarki”. Minister Gospodarki oraz Marszałek Województwa Śląskiego na spotkaniu tym wyróżnili firmy prężnie działające w regionie.

Zabrzańskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości w 2013 i 2014 r. zajmowało się organizowaniem VI i VII Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości (ŚTP), jednego z największych na świecie wydarzeń wspierającego przyszłych i obecnych przedsiębiorców. Jest to inicjatywa wyjątkowa, gromadząca instytucje państwowe, prywatne i pozarządowe, firmy, szkoły, uniwersytety i osoby prywatne. Wszystkie te podmioty przez jeden tydzień w roku organizują bezpłatne szkolenia, warsztaty, wykłady i debaty (fot. 2), które wspierają rozwój przedsiębiorczości w danym kraju.

Fot. 2. Warsztaty dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych zorganizowane w ramach Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości



Źródło: www.um.zabrze.pl/mieszkancy/urząd/wydziały/zabrzanskie-centrum-rozwoju-przedsiębiorczości

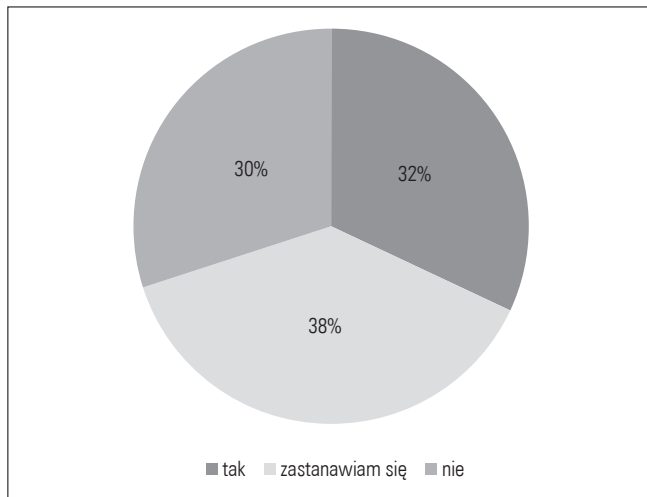
Przedsiębiorczość to postawa kluczowa na dzisiejszym rynku pracy. Warto ją rozwijać już od najmłodszych lat i dlatego wiele z organizowanych w ramach ŚTP wydarzeń skierowanych jest do dzieci i młodzieży. W 2014 r. Zabrzańskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości we współpracy z partnerami zorganizowało serię kilkudziesięciu wykładów i lekcji przedsiębiorczości dla prawie 1000 uczniów zabrzańskich szkół średnich oraz gimnazjalnych. Podczas ŚTP każdy uczestnik mógł poznać ofertę ZCRP i dowiedzieć się, jak z jego pomocą stać się przedsiębiorcą. Wśród tych uczniów pracownicy centrum przeprowadzili badanie ankietowe. Wzięło w nim udział 971 uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z terenu Zabrza. Raport z badań sondażowych opracowany został dla potrzeb projektu dotyczącego wzmocnienia postaw świadomości kreatywności i przedsiębiorczości u młodzieży, pt. „Obywatel Świata – kreatywny, świadomy, przedsiębiorczy”. Warto w tym miejscu trochę uwagi poświęcić jednemu z pytań ankiety. Na pytanie „Czy uważasz się za osobę przedsiębiorczą?” zdecydowana większość respondentów odpowiedziała „tak”.

Chęć do prowadzenia działalności gospodarczej wyraziło 32% ankietowanych (311 uczniów), 38% ankietowanych (366 uczniów) rozważa taką możliwość (*Sprawozdanie...*, 2014).

Można stwierdzić, że wyniki ankiety potwierdzają, iż Polacy są narodem przedsiębiorczym, o czym wspomniano już we wstępie artykułu.

Zabrzańskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości organizuje konkursy, np. „Zabrzański Biznesplan” (w tym roku trwa już trzecia edycja), skierowany do mikroprzedsiębiorców oraz osób chcących założyć działalność gospodarczą, uczestniczy w targach, podczas których na stoiskach prezentuje informacje na temat działań wydziału i zachęca zwiedzających do zakładania własnej działalności gospodarczej, prezentuje usługi, które są świadczone na rzecz przedsiębiorców, organizuje konferencje, Zabrzańskie Festiwale Restauracji i pikniki, które są imprezami wystawienniczo-handlowymi skupiającymi przedsiębiorców reprezentujących różne branże i integrującymi środowisko przedsiębiorców z mieszkańcami Zabrza.

Ryc. 1. Czy chciałbyś/chciałabyś zostać przedsiębiorcą?



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Sprawozdanie...* (2014)

Jedną z bieżących inicjatyw ZCRP jest wspomaganie lokalnej przedsiębiorczości przez pomoc przy pozyskiwaniu kontrahentów poza granicami naszego kraju. Centrum nawiązało współpracę z Wydziałami Promocji Handlu i Inwestycji Ambasad i Konsulatów RP (WPHI), które mają aktualną i obszerną wiedzę o warunkach dostępu do rynków zagranicznych i funkcjonowania na tych rynkach. ZCRP będzie udostępniać te informacje oraz promować wszystkie przedsięwzięcia, które mogą wspomóc przedsiębiorczość w mieście i regionie.

Podsumowanie

Obserwując codzienną pracę w Zabrzeńskim Centrum Wspierania Przedsiębiorczości oraz zaangażowanie w organizację różnorodnych przedsięwzięć wspierających i propagujących przedsiębiorczość, po niecałych trzech latach działalności można stwierdzić, że z powodzeniem umacnia ono wizerunek urzędu przyjaznego mieszkańcom miasta. Oferowany zakres usług i wsparcia jest pozytywnie oceniany w gronie partnerów i odbiorców usług, czyli przedsiębiorców i osób planujących rozpocząć działalność gospodarczą. Warta podkreślenia jest ciekawa oferta skierowana do dzieci i młodzieży, w szczególności organizacja Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości. Jest to tym bardziej istotne, że w Zabrzu nie ma innego podmiotu, który mógłby, tak jak w wielu innych miastach (np. w Krakowie – Uniwersytet Pedagogiczny) organizować takie przedsięwzięcie.

Działalność ZCRP jest również doceniona na szerszym forum, poza Zabrzem. Centrum złożyło wniosek do udziału w konkursie INNOSIELSIA 2013 „Usługi publiczne na rzecz przedsiębiorczości”. Wysiłek na rzecz zapewnienia przedsiębiorcom kompletnego pakietu usług ułatwiających dopełnienie wszelkiego rodzaju spraw dotyczących prowadzonej działalności został doceniony przez kapitułę konkursu. Wysoka jakość usług zebranych w jednym pakiecie, ich powszechna dostępność spowodowały, że oferta Zabrzeńskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości stała się unikalna i zapewniła mu pierwszą nagrodę w INNOSIELSIA

2013. Ponadto, w dniu 30 października 2014 r. podczas konferencji „Biznes – Nauka – Samorząd. Partnerstwo na rzecz inteligentnego rozwoju” Urząd Miejski w Zabrzu, za kompleksowe podejście do usług proponowanych przez Zabrzańskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości, również otrzymał prestiżową Nagrodę Specjalną Marszałka Województwa Śląskiego INNOSILESIA 2013.

Literatura

References

Chaber, P. (2015, 14 września). *Raport Doing Business 2015: Polska na 32 miejscu pod względem przyjaznego otoczeniu dla przedsiębiorczości*. Pozyskano z: http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86197.asp?soid=9E80B6D52C5E4650AAE6EA2165FA85DF

Doing Business w Polsce 2015. (2015). Washington, DC: World Bank. Hurkała, T. (2015, 13 września). *Jesteśmy przedsiębiorczy z natury i z konieczności*. Pozyskano z: <http://www.zielonystandar.com.pl/2013/08/jestesmy-przedsiębiorczy-z-natury-i-z-konieczności/>

Sprawozdanie Zabrzańskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości, 2014.

Zabrzeńskie Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości. (2015, 10 września). Fotografie. Pozyskano z: <http://www.um.zabrze.pl/mieszkanicy/urząd/wydziały/zabrzeńskie-centrum-rozwoju-przedsiębiorczości>

Krystian Sowisłok, mgr inż., nauczyciel podstaw przedsiębiorczości i edukacji dla bezpieczeństwa w zabrzańskich szkołach. Ukończył Wyższą Szkołę Oficerską Wojsk Inżynieryjnych we Wrocławiu, studia magisterskie uzupełniające na kierunku politologia ze specjalizacją administracja publiczna na Uniwersytecie Pedagogicznym im. KEN w Krakowie, studia podyplomowe, m.in. zarządzanie w oświacie i dydaktyka przedsiębiorczości na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach. Wśród jego zainteresowań szczególne miejsce zajmuje badanie postaw przedsiębiorczych młodzieży oraz rozwój przedsiębiorczości na poziomie lokalnym.

Krystian Sowisłok, MEng, a teacher of entrepreneurship at the Secondary School No. 5, Zabrze, graduated from the Academy of Military Engineering in Wrocław, MA in Political Science, specializing in Public Administration at the Pedagogical University in Cracow; post-graduate studies, including Management in Education and Entrepreneurship Didactics at the Economic University in Katowice. His interests include especially research into enterprising attitude in young people and development of entrepreneurship on the local level.

Adres/Address:

Zespół Szkół Ogólnokształcących Nr 5 w Zabrzu
ul. Piłsudskiego 29
41-800 Zabrze, Polska
e-mail: ksswift@interia.pl

IVAN PIROZHNIK

Akademia Pomorska w Słupsku, Polska ■ University of Pomerania in Słupsk, Poland

Rozwój drobnej przedsiębiorczości na Białorusi i cechy jej układu przestrzennego

Small Entrepreneurship Development in Belarus and Characteristics of its Spatial System

Streszczenie: W artykule przedstawiono główne tendencje rozwoju drobnej przedsiębiorczości, do której zalicza się działalność sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) oraz indywidualnych przedsiębiorców. W warunkach transformacji gospodarczej Białorusi wskazano kierunki regionalnych i sektorowych przemian w gospodarce, których rozwiązaniu sprzyjają zmiany indukowane rozwojem sektora MŚP. Na podstawie analizy poziomu rozwoju i ogólnej dynamiki sektora MŚP oraz jego podstawowych cech działalności (liczba zatrudnionych, wielkość produkcji, aktywność inwestycyjna, udział w tworzeniu produktu regionalnego obwodów) przeprowadzono typologię obwodów Białorusi. Na szczeblu analizy mikroregionalnej w przekroju 20 mikroregionów ekonomicznych i Mińska pokazano cechy układu regionalnego rozwoju drobnej przedsiębiorczości i stwierdzono polaryzację przestrzenną układu z wyraźnymi cechami dominacji aglomeracji stołecznej Mińska i wielkich miast obwodowych. Uwzględniając wyniki badań marketingowych, przeprowadzonych przez różne ośrodki, wskazano ogólne cechy kształtowania się warunków społeczno-ekonomicznych oraz regulacji prawnych sektora drobnej przedsiębiorczości.

Abstract: The article describes the main trends of small businesses development, which refer to the activities of small and medium enterprises (SMEs) and individual entrepreneurs. In terms of economic transformation of Belarus the directions of regional and sectoral changes in the economy are identified, which are promoted by changes induced by development of SMEs sector. Typology of Belarusian regions based on the analysis of development level, general dynamics of SMEs sector and basic characteristics of its activity (number of employees, output, investment activity, and share in regional GDP) was worked out. At the level of the micro-region analysis within 20 economic micro regions and Minsk City features of regional development of small businesses were shown and spatial polarization of the analyzed system was identified with distinctive domination of Minsk metropolitan area and regional centers. Using market research carried out by various centers, general characteristics of the socio-economic conditions development and legal regulation of small businesses have been indicated.

Słowa kluczowe: indywidualni przedsiębiorcy; przedsiębiorczość; regionalny układ; sektor drobnych i średnich przedsiębiorstw; typy regionów

Key words: individual entrepreneurs; entrepreneurship; regional system; the sector of small and medium enterprises; types of regions

Otrzymano: 11 listopada 2015

Received: 11 November 2015

Zaakceptowano: 4 marca 2016

Accepted: 4 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Pirozhnik, I. (2016). Rozwój drobnej przedsiębiorczości na Białorusi i cechy jej układu przestrzennego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 134–148.

Wstęp

Rozwój małej i średniej przedsiębiorczości (MŚP) jest uznawany za wiodący czynnik transformacji gospodarczej w krajach postsocjalistycznych. Sprzyja on rozwiązywaniu takich problemów regionalnych i sektorowych przemian struktury społecznej i gospodarczej, jak: 1) rozwój konkurencyjnych branż przemysłu i stworzenie warunków do powstawania klastrów; 2) stymulowanie rozwoju regionów przez zwiększenie wykorzystania lokalnych zasobów do obiegu gospodarczego; 3) technologiczna i strukturalna modernizacja sektorów kompleksu gospodarczego opartego na nowoczesnej technologii; 4) przyspieszony rozwój krajowej produkcji dóbr konsumpcyjnych i usług oraz rozwój substytucji importu. Do mikroprzedsiębiorstw zaliczane są na Białorusi zakłady i firmy zatrudniające średnio do 15 pracowników, do przedsiębiorstw małych – jednostki o średniej liczbie pracowników od 16 do 100, a także przedsiębiorcy indywidualni. Do podmiotów średnich zaliczane są zakłady i firmy biznesowe o średniej liczbie pracowników od 101 do 250 (Bykova, 2013; Vitko, 2013).

Celem artykułu jest przedstawienie podstawowych uwarunkowań społeczno-ekonomicznych oraz stosowania regulacji prawnych w praktyce rozwoju sektora drobnej przedsiębiorczości na Białorusi w warunkach transformacji postsocjalistycznej. Główną uwagę skupiono na dynamice sektora MŚP w latach 2009–2014, jego funkcjach ekonomicznych w gospodarce kraju i regionów, cechach strukturalnych oraz kształtowaniu się układu przestrzennego. Dokonano typologii badanych jednostek układu obwodowego i mikroregionalnego na dwóch poziomach hierarchii przestrzennej, odzwierciedlającej polaryzację przestrzenną sektora drobnej przedsiębiorczości. Za podstawowe źródła informacji i danych statystycznych posłużyły opracowania statystyczne Narodowego Kamitetu Statystycznego Białorusi w zakresie rozwoju sektora MŚP (Zinowskij, 2015) oraz badania środowiska biznesu przeprowadzone przez Ośrodek Badawczy IPM (Issledowatel'skij Centr Issledowanija Prognozy Marketing) w Mińsku. Badania tendencji kształtowania układu przestrzennego drobnej przedsiębiorczości w Białorusi zostały przeprowadzone na podstawie współczesnych koncepcji ekonomiczno-geograficznych o roli przedsiębiorczości w aktywizacji rozwoju gospodarczego (Zioło, 2007) oraz jej ujęciu jako jednego z podstawowych czynników przekształcania układów przestrzennych różnej skali (Kurek, Rachwał, 2010). Przy tym rozwój przedsiębiorczości jest uważany za szczególnie ważny czynnik wzrostu gospodarczego w krajach transformujących swoje gospodarki, szczególnie w Białorusi oraz innych krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Uwzględnione zostały też metody i wskaźniki analizy poziomu rozwoju sektora MŚP i drobnej przedsiębiorczości w niektórych dotychczasowych opracowaniach w skali niektórych krajów (Dorocki, Brzegowy, 2014; Wielgus, 2006) oraz regionów Polski (Chądzyński, 2007; Gabińska, 2014; Strojny, Kościółek, 2015).

Spółeczno-ekonomiczne uwarunkowania oraz cechy regulacji prawnych sektora drobnej przedsiębiorczości

Badania czynników rozwoju przedsiębiorczości metodą PEST, skoncentrowane na analizie czynników politycznych, ekonomicznych, społecznych i technologicznych kształtowania środowiska biznesu dla przedsiębiorców zagranicznych w Białorusi (Liuhto, 2015) wykazały, że przy dynamicznym wzroście sektora MŚP w okresie transformacji gospodarczej w ciągu ostatniego 20-lecia nadal pozostaje zespół czynników wymagających pilnego rozwiązania, w celu przyspieszenia rozwoju drobnej przedsiębiorczości.

W **sferze politycznej** autorzy zagranicznych badań rynku i drobnej przedsiębiorczości, przeprowadzonych na przykładzie grupy firm fińskich działających w Białorusi podkreślają, że scentralizowany system władzy w Białorusi podtrzymuje stabilność sytuacji politycznej, ale w zasadzie przejrzysty system uregulowań prawnych prowadzenia biznesu może ulec czasem gwałtownym zmianom, co powoduje zaburzenia na rynku. Niezakończony proces prywatyzacji często jest uwarunkowany szeregiem wymogów gwarancji społecznych dla załóg prywatyzowanych zakładów, co zwiększa nakłady na ich restrukturyzację i nie zawsze dochodzi do skutku. Prawo własności jest w zasadzie honorowane, jednak prowadzenie przetargów budzi spore kontrowersje z powodu braku przejrzystości podstawowych procedur. Utworzenie 1 stycznia 2015 r. euroazjatyckiej przestrzeni gospodarczej Białorusi z Rosją i Kazachstanem, do której procedurę przyłączenia rozpoczęły Armenia i Kirgizja, tworzy nowe szanse strategiczne dla rozwoju drobnej przedsiębiorczości i biznesu, wymaga jednak dopracowania prawa celnego i warunków finansowania transformacji gospodarczej. Pewnym obciążeniem dla biznesu euroazjatyckiego obszaru gospodarczego pozostaje uciążliwy system certyfikacji towarów, jednak Białoruś jest oceniana jako miejsce startowe dla ekspansji na nowe rynki wschodnie. Nowe bariery dotyczące współpracy Białorusi z partnerami zagranicznymi tworzą sankcje gospodarcze wprowadzone w ostatnich latach przeciwko wielu przedsiębiorstwom i firmom białoruskim oraz pogorszenie stosunków pomiędzy krajami UE i Stanów Zjednoczonych z Rosją.

W **sferze ekonomicznej** zwraca się uwagę na duży potencjał rozwoju przedsiębiorczości na Białorusi jako kraju uprzemysłowionego, gdzie środowisko biznesu ma podstawowe uregulowania prawne, chociaż administracyjny system działa wolniej niż na zachodzie Europy. Wynajem i dzierżawa powierzchni biurowych nie stanowią większych problemów, jednak pozyskanie placówek produkcyjnych jest w wielu regionach utrudnione. Utrudniony jest również obieg prawdziwej informacji o stanie rynku w różnych segmentach, jednak występuje poszerzenie outsourcingu i umów podwykonawczych w środowisku biznesowym. Banki białoruskie nie dysponują znacznym kapitałem i rzadko występują z subfinansowaniem przedsiębiorczości, a przy wysokich stawkach kredytowych ich usługi nie są atrakcyjne dla drobnego biznesu i mikroprzedsiębiorstw. Transfer zysków za granicę w zasadzie jest płynny, jednak płatności mogą być czasem hamowane przez system płatniczy. Obowiązek sprzedaży części zysków z eksportu jest cechą specyficzną miejscowego rynku, jednak ryzyko dewaluacji rubla stanowi permanentne zagrożenie i jest stałym czynnikiem obniżającym popyt konsumentów, co obserwuje się po kryzysie finansowym 2011 r.

Spółeczne uwarunkowania środowiska przedsiębiorczości charakteryzują się wysokim poziomem wykształcenia i umiejętności technologicznych miejscowego personelu i robotników, przy mniejszym opanowaniu współczesnych metod zarządzania i języków obcych, co w gruncie rzeczy nie stwarza poważnych utrudnień w najmie personelu. Obserwuje się

podwyższony poziom płynności rynku pracy w dużych miastach, jednak jego pojemność nie stwarza trudności w kompletowaniu załogi, przy nadal utrzymującej się wysokiej różnicy zarobków między kadrą kierowniczą a szeregowymi pracownikami. Związki zawodowe nie są hamulcem wdrażania systemów intensyfikacji pracy przy odpowiednim poziomie zarobków pracowników. Image większości krajów UE i krajów postindustrialnych na białoruskim rynku jest korzystny, ocena ich technologii i towarów wysoka, a przedstawiciele środowisk biznesowych uważa się za pewnych partnerów. Stosunek do zagranicznych przedsiębiorstw na szczęblu rządowym często jest bardziej pozytywny niż na rynku lokalnym, ponieważ rząd ocenia ich jako źródło reform i nowych technologii, a lokalny biznes – jako potencjalną konkurencję.

Sfera technologiczna jest ukierunkowana na transfer technologii i innowacji z UE oraz krajów uprzemysłowionych, które są podstawą bazy technologicznej do modernizacji i tworzenia nowych zakładów. Wysokość opłat celnych za import nowych technologii nie wywołuje zastrzeżeń, jednak długi czas oczekiwania na granicy nie decyduje o wykluczeniu dostaw i powiązań transportowych. Białoruś nie ma ustabilizowanego image'u jako kraj wysoko-technologiczny, jednak w niektórych segmentach IT systemów i technologii są wykorzystywane miejscowe produkty. Zwraca się uwagę, że prowadzenie wspólnych badań naukowo-technologicznych podnosi poziom współpracy środowisk biznesu i sfery naukowo-badawczej oraz daje dodatkową przewagę na rynkach eurazjatyckiej przestrzeni gospodarczej (Liuhto, 2015).

Bank Światowy i roczne rankingi w *Doing Business* w ostatnich latach rejestrują poprawę sytuacji prowadzenia biznesu i rozwoju przedsiębiorczości na rynku Białorusi, która zajmowała w 2015 r. 57 miejsce wśród 189 krajów, ustępując sąsiednim krajom UE (Łotwa – 23, Litwa – 24, Polska – 32), ale wyprzedzając partnerów eurazjatyckiej przestrzeni gospodarczej (Rosja – 62, Kazachstan – 77) oraz europejskie kraje WNP (Mołdawia – 63, Ukraina – 96). W ostatnich latach obserwuje się poprawę pozycji Białorusi w umowach o zakładanie firm i w rejestracji przedsiębiorstw, wypełnianiu kontraktów i rozwoju handlu zagranicznego przy nadal utrzymujących się niskich pozycjach finansowania biznesu i uzyskiwania kredytów, systemu podatkowego oraz warunków bankructwa i likwidacji biznesu (*Doing Business...*, 2015: 4).

Prowadzone badania warunków środowiska biznesu wśród **białoruskich przedsiębiorców** i menedżerów sektora MŚP wykazują jednak, że znaczne problemy jego funkcjonowania wywołuje system podatkowy i działania organów kontroli działalności gospodarczej. Od 2/5 do 1/2 wszystkich ankietowanych przy badaniach warunków biznesu wskazuje system podatkowy i działania organów kontroli jako czynniki o najwyższym utrudnieniu, od 1/4 do 1/3 podkreśla uciążliwość zbytniego obrotu dokumentów, procesu uzyskania pozwoleń, regulacji cenowych oraz niski poziom prawa obrony własności i interesów prywatnego biznesu (Bykowa, 2013). Znaczna część przedsiębiorców wskazuje na nierówne warunki działalności gospodarczej w porównaniu z sektorem państwowym. Duża grupa (45–55%) ankietowanych wskazuje na nierówności w stosowaniu prawa podatkowego oraz działaniu organów kontroli, 1/3 narzeka na nierówne stawki wynajmu pomieszczeń biurowych i produkcyjnych, warunki uzyskania kredytów, ceny surowców, zakazy określonych rodzajów działalności dla sektora MŚP (Bykowa, 2013). Pozostałością dawnego systemu nakazowo-rozdzielczego są w środowisku biznesu praktyki ustalania ekonomicznych wskaźników rozwoju (prognoza wielkości produkcji, tempa wzrostu i in.), na co zwraca uwagę od 1/10 do 1/5 badanych. Bardzo często występują różne formy zmuszania biznesu do wypełniania „obowiązków społecznych” (składki na cele społeczne i dobroczynność, zagospodarowywanie terenów komunalnych i in.), na co wskazywała ponad 1/2 ankietowanych przedstawicieli biznesu (Bykowa, 2013).

Podstawowym problemem i głównym hamulcem poprawy dla środowiska biznesu pozostaje kwestia prywatyzacji własności państwowej i jej redystrybucja w interesach sektora prywatnego. Proces prywatyzacji może przyspieszyć przekazanie uprawnień do podjęcia decyzji sprzedaży przedsiębiorstw komunalnych na szczeblu regionalnym (obwodowym), zniesienie ograniczenia sprzedaży zakładów państwowych tylko na przetargach oraz wprowadzenie praktyki bezpośredniej sprzedaży inwestorom lub bez ustalania ceny początkowej (startowej). Podnieść stan majątkowy sektora MŚP może proponowane przez środowisko biznesu ustanowienie możliwości nabycia na własność obiektów dzierżawionych w okresie trzech i więcej lat bez indeksacji wartości majątku w okresie spłaty rat (Bykova, 2013). Aktualne pozostaje też wyrównanie warunków konkurencyjności sektora państwowego i MŚP, ponieważ nadal utrzymują się, jak wspomniano wyżej, nierówności przy określaniu wysokości stawek wynajmu i dzierżawy dla państwowych i prywatnych zakładów, cen na surowce i materiały, odpłatności za różne pozwolenia. Podstawowymi krokami podejmowanymi w tej dziedzinie mogą się stać: rezygnacja z protekcyjizmu zakładów państwowych i likwidacja systemu nakazowego w dystrybucji surowców, podwyższenie sankcji za nieprzestrzeganie ustawodawstwa antymonopolowego, rezygnacja z ingerencji państwa w rozwój środowiska biznesu po stronie jednego, zazwyczaj państwowego, sektora. Dla sektora MŚP niezbędnym warunkiem polepszenia systemu regulacji prawnych pozostaje wdrożenie przejrzystego mechanizmu i dostępu do systemu zamówień państwowych (Bykova, 2013). Warto też zaznaczyć, że rozwój i reformowanie państwowych regulacji, zniesienie zbędnych funkcji regulacji i kontroli, podniesienie poziomu odpowiedzialności sfery zarządzania przed przedsiębiorcami pozostają niezbędnym warunkiem skrócenia barier administracyjnych dla sektora MŚP. Ze swojej strony sektor MŚP powinien przyspieszyć wdrażanie mechanizmów samoregulacji rynkowych oraz stosowanie wysokich standardów pracy i rozstrzygnięć sporów gospodarczych i konsumenckich.

Badania środowiska biznesu w niektórych regionach Polski (Chądzyński, 2007), wskazują, że najczęściej występującymi barierami były też zmiany systemu podatkowego, zatory płatnicze oraz ograniczenia dostępu do źródeł finansowania. Wśród czynników niekorzystnie wpływających na rozwój pozarolniczej działalności gospodarczej na terenach wiejskich za najistotniejsze respondenci uznawali niskie dochody ludności, które ograniczają lokalny popyt.

Rozwój sektora MŚP w warunkach transformacji gospodarczej

Dynamika ogólnej liczby małych i średnich zakładów i firm charakteryzuje się stałym, jednak zróżnicowanym wzrostem na różnych etapach okresu transformacji gospodarczej (tab. 1). W pierwszym kwartale 2015 r. w Białorusi działało 117,3 tys. małych i średnich przedsiębiorstw (na 1000 mieszkańców przypada 12,4 podmiotów MŚP). Liberalizacja działalności gospodarczej po upadku gospodarki nakazowo-planowej doprowadziła w latach 1991–1995 do omal trzykrotnego wzrostu liczby MŚP i sześciokrotnego wzrostu liczby indywidualnych przedsiębiorców. Jednak spowolnienie reform rynkowych i brak systemowych uregulowań prawnych dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw w latach 1996–2000 spowodowały spadek zarówno ogólnej liczby podmiotów sektora MŚP, jak i liczby indywidualnych przedsiębiorców, co udało się odbudować do roku 2005 z niewielkim wzrostem (116–126%). W latach 2006–2010 znowu odnotowano szybki wzrost podmiotów sektora MŚP, co świadczy o niestabilizowanym stanie polityki rynkowych reform gospodarczych. Przy czym tempo wzrostu sektora MŚP zaczęło wyprzedzać wzrost liczby indywidualnych przedsiębiorców,

a w warunkach tworzenia wspólnej eurazjatyckiej przestrzeni gospodarczej od 2015 r. obserwuje się ich stagnacja, częściowo wywołana skomplikowanymi przepisami regulacji wspólnego rynku. W ostatnim okresie 2010–2014 wzrost liczby małych i średnich zakładów ukształtował się na poziomie około 131%, a indywidualnych przedsiębiorców tylko 107% (tab. 1).

Tab. 1. Dynamika podmiotów drobnej przedsiębiorczości Białorusi w latach 1991–2014

Rok	1991	1995	2000	2005	2010	2014
Ogólna liczba MŚP (tys.)	12,3	35,8	28,3	33,0	86,9	114,2
Wzrost w stosunku do poprzedniego okresu (%)	100,0	291,0	79,0	116,6	263,2	131,4
Liczba indywidualnych przedsiębiorców (tys.)	27,5	172,4	158,4	200,0	231,8	248,9
Wzrost w stosunku do poprzedniego okresu (%)	100,0	626,9	91,8	126,3	115,9	107,4

Źródło: opracowane własne na podstawie: Zinowskij (2015)

W ogólnej liczbie zarejestrowanych w kraju małych i średnich przedsiębiorstw największy udział mają mikroprzedsiębiorstwa (87,2%), na małe z kolei przypada 10,7%, a na średnie – 2,1%. Najwyższe tempo wzrostu w okresie ostatnich lat wykazały mikroprzedsiębiorstwa (146,2%), które wyprzedziły wszystkie segmenty sektora MŚP, oraz indywidualni przedsiębiorcy (112,8%), przy stagnacji ogólnej liczby małych i spadku liczby średnich przedsiębiorstw (tab. 2).

Tab. 2. Struktura podmiotów drobnej przedsiębiorczości Białorusi w latach 2009–2015

Przedsiębiorstwa	2009		2014		2015 (I kwartał)		Indeks 2015/2009 (%)
	liczba firm	%	liczba firm	%	liczba firm	%	
Mikro	65 204	81,3	99 368	87,0	102 277	87,2	146,2
Małe	12 198	15,2	12 424	10,9	12 502	10,7	102,5
Średnie	2 773	3,5	2 416	2,1	2 481	2,1	89,5
Sektor MŚP razem	80 175	100,0	114 208	100,0	117 260	100,0	146,3
Indywidualni przedsiębiorcy	219 605	x	248 952	x	247 769	x	112,8

Źródło: opracowane własne na podstawie: Zinowskij (2015)

Struktura własności MŚP jest zdominowana przez przedsiębiorstwa prywatne (93,5%), udział zagranicznych przedsiębiorstw to 5%, a państwowych – tylko 1,5%. Jednak, mimo szybkiego wzrostu liczby małych i średnich przedsiębiorstw, ich udział w gospodarce nie jest jeszcze decydujący. Sektor MŚP produkuje około 25,3% krajowego PKB (w tym 5,8% mikro-, 9,0% małe, 6,9% średnie firmy i 3,6% – indywidualni przedsiębiorcy) i zatrudnia 28% ogółu pracowników, kumulując 37% przychodów ze sprzedaży produkcji i usług oraz 41,5% eksportu.

Charakterystyczną cechą rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw na Białorusi jest zdominowanie ich struktury rodzajowej głównie przez sektor usług (72,3%), gdzie największe udziały mają: sektor handlu (39%), zarządzanie nieruchomościami oraz dzierżawa (13%),

usługi transportowe (12%). Sektor przemysłu i budownictwa stanowi 23,8% wszystkich małych i średnich przedsiębiorstw, a sektor rolnictwa, leśnictwa i rybołówstwa – 3,9%. Liczba indywidualnych prywatnych przedsiębiorców w 2014 r. przekroczyła 248,9 tys. osób. W ich strukturze rodzajowej obserwuje się większy udział sektora usług (85%, w tym – handel 44%, operacje z nieruchomościami i wynajem – 20%, transport – 14%), udział sektora przemysłu stanowi 14,4%, a rolnictwa – 0,6% (tab. 3).

Tab. 3. Główne rodzaje działalności sektora MŚP Białorusi w 2014 r. (w %)

Działy gospodarki	Małe i średnie przedsiębiorstwa	Przedsiębiorcy indywidualni
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	3,9	0,6
Przemysł i budownictwo	23,6	14,4
Usługi	72,5	85,0
w tym:		
– handel	38,8	43,6
– transport i łączność	11,9	13,7
– hotele i restauracje	2,4	1,4
– operacje z nieruchomościami i wynajem	13,0	20,0
– komunalne i społeczne	4,2	4,8
– inne	2,2	1,5
Razem	100,0	100,0

Źródło: opracowane własne na podstawie: Zinowskij (2015)

Warto zaznaczyć, że pod względem ogólnych wskaźników poziomu rozwoju drobnej przedsiębiorczości Białoruś znacznie ustępuje krajom UE (w tym Polsce, gdzie kształtują się one na średnim poziomie unijnym), co jest skutkiem spowolnienia na Białorusi programów transformacji gospodarki. Tak więc, na przykład, ogólny wskaźnik liczby MŚP na 1 tys. osób w Polsce wyniósł 46,5 w 2013 r., co niemal czterokrotnie przekroczyło wskaźnik Białorusi (12,4), który był także niższy od poziomu wschodnich przygranicznych województw Polski (podlaskie – 35,6, lubelskie – 35,2) (*Raport o stanie...*, 2014). Poziom indywidualnej przedsiębiorczości jako formy aktywności gospodarczej społeczeństw lokalnych można określić liczbą indywidualnych przedsiębiorców na 1 tys. osób, który na Białorusi stanowi 26,3, a w mieście stołecznym Mińsku (36,3) oraz obwodzie grodzieńskim (26,7) przekracza średni wskaźnik krajowy. Jest on jednak niższy od poziomu Polski w całości (76,9) oraz jej przygranicznych województw wschodnich (podlaskie – 62,8, lubelskie – 59,8) (Strojny, Kościółek, 2015). Tym niemniej warto zaznaczyć, że ogólny udział sektora MŚP Białorusi we wskaźnikach makroekonomicznych jest znaczący (tab. 4), co staje się istotnym elementem dalszej transformacji gospodarczej. Wysoki udział sektora MŚP w obrotach handlu hurtowego można wytłumaczyć działalnością dwóch spółek akcyjnych (Białoruska Kompania Kalijna oraz Białoruska Kompania Naftowa) zaangażowanych w obroty podstawowych produktów eksportu – soli potasowych – oraz produktów przetwórstwa ropy naftowej, zaliczanych do sektora MŚP ze względu na liczbę zatrudnionych (wysokość obrotów i wartość majątku wg prawa białoruskiego nie jest uwzględniana przy zaliczaniu przedsiębiorstw do drobnej przedsiębiorczości).

Tab. 4. Udział sektora MŚP w podstawowych wskaźnikach makroekonomicznych Białorusi (w %)

	2009	2010	2014
Udział w produkcji PKB	...	23,9	25,3
Liczba pracowników	28,1	28,0	28,0
Obroty sprzedaży towarów i usług	37,7	37,2	37,1
Produkcja przemysłowa	14,8	15,1	16,0
Inwestycje kapitałowe	38,0	39,7	42,3
Obroty handlu hurtowego	80,3	81,5	79,1
Obroty handlu detalicznego	41,9	40,9	33,3
Eksport towarów	37,9	42,9	41,5
Import towarów	33,5	37,4	35,0

Źródło: opracowane własne na podstawie: Zinowskij (2015)

Istotnym czynnikiem dla przeprowadzenia transformacji gospodarczej jest też znaczący udział sektora MŚP w inwestycjach kapitałowych (ponad 2/5) przy ograniczonym napływie bezpośrednich inwestycji zagranicznych w warunkach światowego kryzysu gospodarczego. Wartość nakładów inwestycyjnych na 1 podmiot MŚP w 2013 r. wynosiła na Białorusi około 82 tys. USD (Polska – ponad 90 tys. USD w 2012 r.), a w niektórych obwodach (grodzieński – 143 tys., mohylewski – 94 tys., miński – 84 tys. USD) dorywnowała wielkości inwestycji na 1 podmiot MŚP w polskich wschodnich województwach przygranicznych (podlaskie – 98 tys., lubelskie – 75,4 tys., podkarpackie – 91 tys. USD) (Strojny, Kościółek, 2015).

Regionalny układ sektora drobnej przedsiębiorczości

W układach przestrzennej lokalizacji małych i średnich przedsiębiorstw, dla krajów przechodzących okres transformacji gospodarczej, charakterystyczną cechą struktury przestrzennej jest jej zdominowanie przez stolice i regiony centralne. Stołeczna aglomeracja Mińska ma dominujący udział w ogólnej liczbie małych i średnich przedsiębiorstw (37,2%) oraz liczbie prywatnych przedsiębiorców indywidualnych (28,3%) (tab. 5). Wynika to z faktu, że stolica ma rozwiniętą infrastrukturę przemysłową i społeczną, koncentruje na swoim obszarze zakłady produkcyjne i wykwalifikowany personel, a jej ludność cechuje wyższy popyt konsumpcyjny.

Tab. 5. Rozwój drobnej przedsiębiorczości w obwodach Białorusi w 2014 r.

Obwód	Ludność czynna zawodowo		Liczba małych i średnich przedsiębiorstw		Zatrudnienie w sektorze MŚP		Indywidualni przedsiębiorcy	
	tys. osób	%	ogółem	%	tys. osób	%	osób	%
brzeski	622,6	13,6	11 086	9,7	1 449,1	12,4	34 947	14,0
witebski	539,3	11,8	10 065	8,8	117,9	9,8	26 481	10,6
homelski	639,5	14,0	10 470	9,2	127,2	10,6	28 393	11,4
grodzieński	498,2	10,9	8 966	7,9	103,3	8,6	28 059	11,3
m. Mińsk	1 087,2	23,8	42 547	37,2	394,8	32,9	70 475	28,3
miński	694,9	15,2	21 631	18,9	211,3	17,6	35 810	14,4
mohylewski	487,3	10,7	9 443	8,3	96,9	8,1	24 787	10,0
Białoruś	4 569,0	100,0	11 4 208	100,0	12 00,6	100,0	248 952	100,0

Źródło: opracowane własne na podstawie: Zinowskij (2015)

Stolica Mińsk i centralny obwód miński mają najwyższy potencjał małych i średnich przedsiębiorstw (na 1 tys. ludności czynnej zawodowo przypada 39 przedsiębiorstw w Mińsku, 31 – w obwodzie, przy średnim wskaźniku 25 na Białorusi). Drugą grupę koncentracji MŚP tworzą obwody: homelski (9,2%) oraz brzeski (9,7%). W pozostałych trzech obwodach (grodzieński, witebski, mohylewski) udział MŚP stanowi 8–9% w każdym. Znaczącą rolę MŚP w tworzeniu regionalnego PKB można zauważyć tylko w Mińsku (44%) i obwodzie mińskim (32%), w pozostałych pięciu obwodach ich udział nie przekracza wartości średniego wskaźnika krajowego (25%) i kształtuje się na poziomie 18–24% (tab. 6).

Tab. 6. Udział sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) w głównych wskaźnikach ekonomicznych obwodów Białorusi w 2014 r. (w %)

Obwód	Udział w PKB obwodu	Średnia liczba robotników	Wartość sprzedanej produkcji i usług	Produkcja przemysłu	Inwestycje w środki trwałe	Eksport towarów	Import towarów
brzeski	24,9	26,2	21,3	18,6	33,4	20,9	35,5
witebski	21,5	23,5	26,9	8,6	35,7	47,2	28,3
homelski	17,4	21,5	17,9	6,3	19,4	8,5	10,6
grodzieński	20,4	22,2	26,8	15,5	47,4	15,8	38,7
m. Mińsk	43,9	37,3	49,3	23,2	59,8	62,8	52,1
miński	31,6	31,9	41,1	26,4	44,3	46,5	40,6
mohylewski	23,8	21,8	27,7	15,3	47,5	18,3	38,8
Białoruś	25,3	28,0	37,1	16,0	42,3	41,5	35,0

Źródło: opracowane własne na podstawie: Zinowskij (2015)

Poziom rentowności sprzedaży produkcji sektora MŚP w grupie mikroprzedsiębiorstw wykazuje (tab. 7) wyższe wskaźniki w pięciu regionach (obwodach) w stosunku do średniej krajowej, a w grupie małych – tylko w dwóch obwodach (witebski, miński), co jest skutkiem wyższych kosztów produkcji w małych i średnich przedsiębiorstwach oraz zróżnicowania czynników środowiska biznesu w regionach. Analiza korelacyjna podstawowych czynników rozwoju sektora MŚP w obwodach (których poziom rozwoju i ranking określili Kovalev, Shashko, 2009) i poziomu rozwoju sektora MŚP w 2014 r. wykazała, że jest on najściślej powiązany z czynnikami wielkości popytu konsumpcyjnego ($r = +0,43$) oraz rozwoju infrastruktury ($r = +0,36$), mniejszy wpływ na rozwój sektora MŚP w regionach miały natomiast czynniki finansowy ($r = +0,25$) oraz zasobów pracy ($r = +0,14$).

Tab. 7. Poziom rentowności sprzedaży produkcji sektora MŚP w 2014 r. (w %)

Obwód	Sektor MŚP	Przedsiębiorstwa		
		mikro	małe	średnie
brzeski	6,1	7,4	6,0	5,9
witebski	9,7	7,6	13,0	4,1
homelski	5,6	8,5	5,2	4,9
grodzieński	6,1	6,8	6,0	5,8
m. Mińsk	5,5	5,9	5,1	6,1
miński	7,2	9,5	6,8	6,8
mohylewski	5,3	7,3	5,1	4,6
Białoruś	6,1	6,9	6,1	5,8

Źródło: opracowane własne na podstawie: Zinowskij (2015)

Warto przypomnieć, że w celu wspierania rozwoju przedsiębiorczości i zwiększenia jej roli w rozwoju potencjału gospodarczego kraju przyjęto w 2012 r. rządowy program pomocy i wspierania sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Republice Białorusi na lata 2013–2015. Program zakładał zwiększenie do końca 2015 r. udziału sektora MŚP w produkcji PKB do 30% oraz wzrost zatrudnienia w tym sektorze nie mniej niż do 1,8 mln osób, co miało stanowić około 40% ludności czynnej zawodowo (Bykowa., 2013). Jednak osiągnięcie wskazanych danych makroekonomicznych stoi pod znakiem zapytania ze względu na stagnację gospodarczą ostatnich lat i raczej nie rozwiąże wszystkich problemów efektywnego udziału drobnej przedsiębiorczości w modernizacji struktury gospodarczej kraju oraz przyspieszeniu rozwoju poszczególnych regionów.

W celu przeprowadzenia ogólnej typologii na szczeblu makroregionalnym (obwodowym) zastosowano dwa wskaźniki: 1. poziom rozwoju sektora MŚP i 2. tempo jego rozwoju w latach 2009–2014 (tab. 8). Uzyskane wyniki dały podstawę do podziału jednostek na cztery grupy. Pierwszą grupę z najwyższymi wskaźnikami poziomu i dynamiki rozwoju sektora MŚP tworzą stołeczna aglomeracja Mińska i obwód miński. Drugą, nieco liczniejszą grupę stanowią trzy obwody: witebski, grodzieński, mohylewski ze średnim poziomem rozwoju i tempem dynamiki. Najniższy poziom rozwoju, przy średnim tempie wzrostu, zanotowano w obwodzie homelskim, obwód brzeski natomiast przy średnim poziomie rozwoju cechuje się najniższym tempem dynamiki.

Tab. 8. Typy obwodów Białorusi wg poziomu rozwoju drobnej przedsiębiorczości

Poziom rozwoju drobnej przedsiębiorczości (liczba MŚP na 1 tys. ludności czynnej zawodowo)	Tempo wzrostu liczby MŚP w latach 2009–2014 (Białoruś 142,4% = 1,0)		
	> 1,0 (143–147%)	0,91–0,95 (130–136%)	< 0,9 (125–130%)
> 1,0 (30–40)	obwód miński (31,6%)* m. Mińsk (43,0%)		
0,71–0,8 (18–20)		obwód witebski (21,5%) obwód grodzieński (20,4%) obwód mohylewski (23,8%)	obwód brzeski (24,9%)
< 0,7 (16–17)		obwód gomelski (17,4%)	

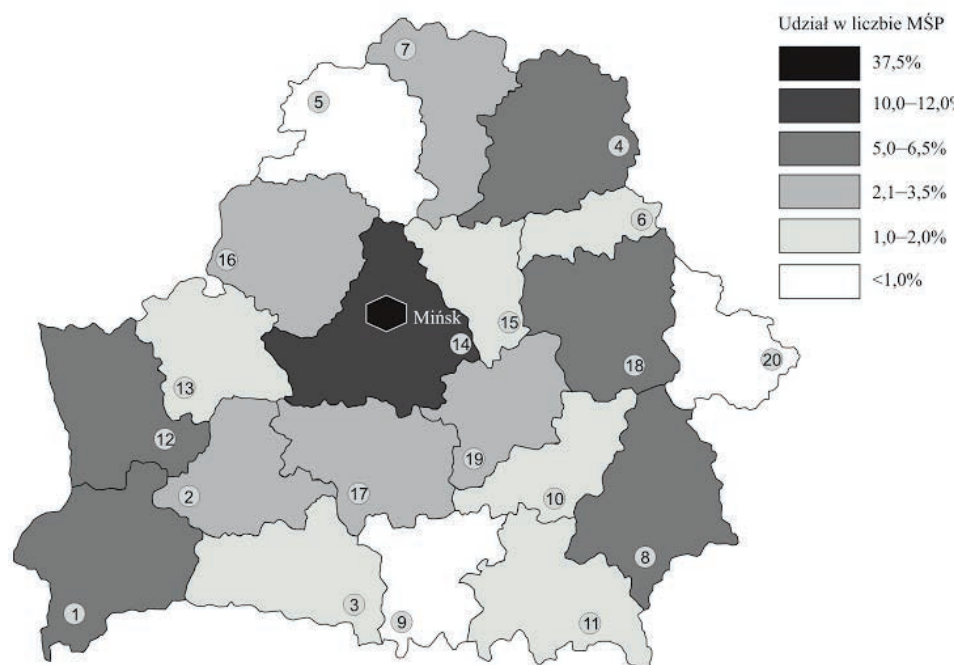
*W nawiasach podano wartości dotyczące udziału sektora MŚP w tworzeniu obwodowego PRB w 2014 r

Źródło: opracowanie własne

Przedstawiona typologia podaje jednak tylko bardzo ogólny wizerunek przestrzennego układu rozwoju sektora MŚP dla dużych jednostek terytorialnych (obwodów). Do bardziej szczegółowej analizy wykorzystano podział na 20 mikroregionów społeczno-ekonomicznych, co w znacznie większym stopniu odzwierciedla cechy pewnej polaryzacji układu regionalnego. Układ przestrzenny mikroregionów według ich udziału w ogólnej liczbie podmiotów MŚP (ryc. 1) wyraźnie pokazuje dominację stołecznego miasta Mińsk i mikroregionu mińskiego, oraz pięciu mikroregionów podmiejskich dużych miast obwodowych zarówno na wschodzie (Witebsk, Mohylew, Homel), jak i w przygranicznej strefie zachodniej (Brześć, Grodno).

W regionach tego typu koncentruje się po około 1/3 wszystkich podmiotów MŚP każdego obwodu. W mikroregionach bezpośredniego sąsiedztwa z dużymi miastami i w strefie

Ryc. 1. Udział mikroregionów Białorusi w ogólnej liczbie małych i średnich przedsiębiorstw w 2014 r.



Mikroregiony ekonomiczne: 1) brzeski, 2) baranowski, 3) piński, 4) witebski, 5) głębocki, 6) orszański, 7) połocki, 8) homelski, 9) żytkowicki, 10) żłobiński, 11) mozyrski, 12) grodzieński, 13) lidzki, 14) miński, 15) borysowski, 16) mołodzieżański, 17) słucki, 18) mohylewski, 19) bobrujski, 20) kryczewski

Źródło: opracowanie własne

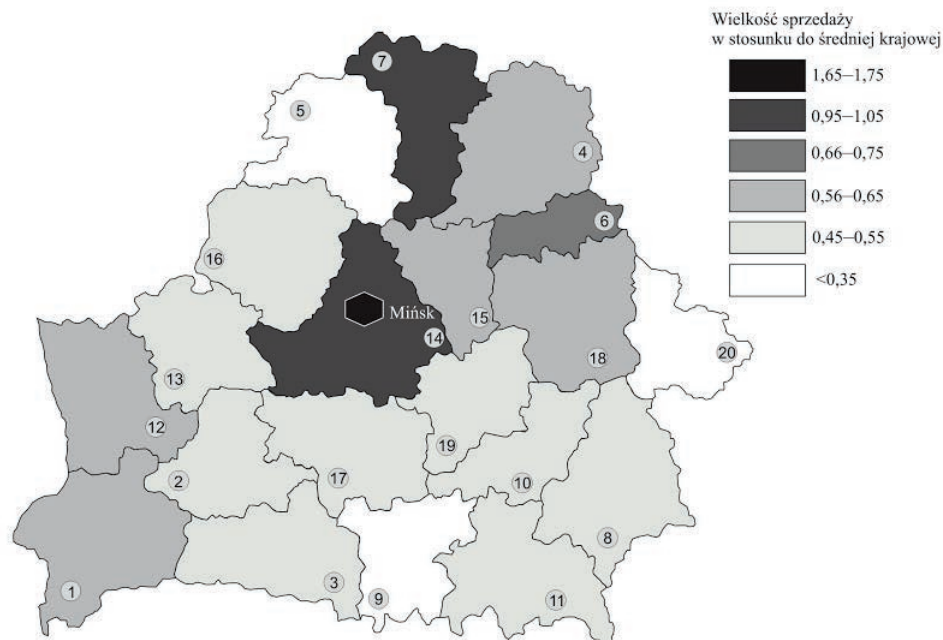
peryferyjnej aglomeracji stołecznej (połocki, bobrujski, soligorski, baranowski, mołodzieżnieński) poziom koncentracji podmiotów MŚP jest niewysoki (2–3,5%), a w peryferyjnych regionach bez dużych ośrodków miejskich (głębocki, kryczewski, żytkowicki) – minimalny (poniżej 1% w każdym).

Analiza regionalnego układu indeksu wielkości sprzedanej produkcji na 1 pracownika podmiotów MŚP wykazuje jeszcze większy stopień polaryzacji analizowanego układu (ryc. 2).

O wysokiej pozycji stołecznej aglomeracji Mińska decydują czynniki wysokiego efektywnego popytu konsumentów, a także rejestracja szeregu krajowych podmiotów MŚP z wysokimi obrotami w stolicy. Poziomu sprzedaży zbliżonego do średniego krajowego nie wykazują natomiast mikroregiony z dużymi miastami obwodowymi, ponieważ wyprzedzają je mikroregiony z rozwiniętym przemysłem petrochemicznym (połocki) lub maszynowym (orszański). Można stwierdzić, że ogólny układ regionalny wielkości sprzedaży kształtują mikroregiony centralny i północno-wschodnie (jako skutek integracyjnych powiązań z Rosją) oraz mikroregiony przygraniczne (brzeski, grodzieński), gdzie są słabo odczuwalne wpływy współpracy transgranicznej z Polską i Litwą.

Wprowadzone w 2012 r. preferencje dla rozwoju drobnej przedsiębiorczości na obszarach wiejskich i w małych (do 20 tys. ludności) miastach w tak krótkim okresie nie zmieniły

Ryc. 2. Indeks wartości sprzedanej produkcji sektora małych i średnich przedsiębiorstw w mikroregionach na 1 pracownika (w stosunku do średniej krajowej) w 2014 r.



Mikroregiony ekonomiczne: 1) brzeski, 2) baranowski, 3) piński, 4) witebski, 5) głębocki, 6) orszański, 7) połocki, 8) homelski, 9) żytkowski, 10) żłobiński, 11) mozyrski, 12) grodzieński, 13) lidzki, 14) miński, 15) borysowski, 16) mołodeczski, 17) słucki, 18) mohylewski, 19) bobrujski, 20) kryczewski

Źródło: opracowanie własne

generalnych cech układu przestrzennego sektora MŚP, jednak w ciągu ostatnich dwóch lat w preferencyjnych regionach i małych miastach wzrost ogólnej liczby podmiotów MŚP i indywidualnych przedsiębiorców wyniósł 40% (w dużych miastach nie więcej niż 1,5%) (*Problemy...*, 2015).

Koncentracja działalności MŚP głównie w sektorach, które nie wymagają wysokich umiejętności i wiedzy, niski poziom inwestycji i potencjału innowacyjnego większości MŚP na Białorusi w dużym stopniu wynikają z mało sprzyjających warunków ekonomicznych i organizacyjno-prawnych dla ich działalności gospodarczej na obszarach wiejskich i w małych miastach. Wśród nich największą barierę, jak wykazują badania rynku przedsiębiorczości (Skriba, 2014; *Razwitiye...*, 2014) stanowią: utrudniony dostęp przedsiębiorstw do środków finansowych i surowców, ograniczone możliwości dzierżawienia nieefektywnie wykorzystywanej własności państwowej; ograniczenia w przejęciu na własność prywatną gruntów i użytków rolnych; zapewnienie równych zasad dla przedsiębiorstw państwowych i prywatnych; brak wykwalifikowanego personelu, centrów informacyjnych i doradczych biznesu; wiele procedur administracyjnych i zezwoleń przy tworzeniu firm oraz uciążliwość kontroli przy ich funkcjonowaniu. Przykład aktualnej hierarchii czynników utrudniających rozwój sektora MŚP, z podziałem ich na dwie grupy, przedstawia tabela 9, opracowana na podstawie badań środowiska

biznesu (Shappo, Knut, 2014). Kolejność czynników ustalono na podstawie ocen, uzyskanych przy badaniu 431 podmiotów MŚP we wszystkich regionach kraju.

Tab. 9. Czynniki rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw na Białorusi

Czynniki MŚP, które są bezpośrednio kontrolowane przez mechanizmy polityki gospodarczej	Czynniki rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, które są pod wpływem środków polityki gospodarczej
1. Stawki podatkowe 2. Regulacja rynku walutowego 3. Regulacja podatkowa 4. Procedury biurowe 5. Ochrona praw i interesów majątkowych prywatnego biznesu 6. System kontroli i kar	1. Inflacja 2. Koszt finansowania biznesu 3. Etyka pracowników podmiotów MŚP 4. Korupcja i przestępczość 5. Niezależność i kompetencje sądów 6. Opłaty czynszowe

Źródło: opracowanie na podstawie: Shappo, Knut (2014)

Podsumowanie

Opracowane programy rozwoju przedsiębiorczości i sektora MŚP do 2020 r. na Białorusi określają jako kierunki działań priorytetowych: 1. intensyfikację działalności inwestycyjnej i zwiększenie bezpośrednich inwestycji zagranicznych; 2. zwiększenie eksportu przy dywersyfikacji jego kierunków geograficznych; 3. rozwój innowacyjnej przedsiębiorczości z zastosowaniem nowej bazy technologicznej i wzrostem nakładów na sektor naukowo-badawczy; 4. wprowadzenie nowoczesnych form organizacji gospodarczej i efektywnych form zarządzania. Doświadczenia światowego rozwoju w ostatnich latach wskazują, że w obecnych warunkach obserwuje się odejście od praktyki pomocy konkretnym rodzajom biznesu, a główne działania są ukierunkowane na stabilizację warunków makroekonomicznych i poprawę środowiska biznesu. W takich warunkach *Strategia rozwoju biznesu 2020* jako podstawowy kierunek rozwoju sektora MŚP Białorusi wskazuje kształtowanie nowego profilu eksportowego kraju z rozwojem subkontraktowych stosunków z głównymi producentami rynku krajowego. Efektywnym czynnikiem aktywizacji przedsiębiorczości może stać udział sektora MŚP w programach modernizacji podstawowych segmentów gospodarki narodowej (przemysłowego, transportowego i usługowego). Aktywizacja kooperacji w sferze produkcyjnej pomiędzy dużymi zakładami a sektorem MŚP mogłaby przyspieszyć, na przykład, działania po określeniu udziału MŚP w zamówieniach państwowych, zastosowanie współczesnych schematów i modeli kooperacji produkcyjnej, rozwój usług konsultingu i poszerzenie sieci ośrodków pomocy finansowej i prawnej (Bykowa, 2013; Vitko, 2013). Takie rozwiązania mogłyby z kolei przyspieszyć rozwój wysokotechnologicznych klastrów ukierunkowanych na produkcję konkurencyjną. Warto też podkreślić, że pewien potencjał podniesienia efektywności sektora MŚP jest ukryty w aktywizacji polityki regionalnej rozwoju przedsiębiorczości w średnich i małych miastach lokalizowanych w strefie transeuropejskich korytarzy transportowych oraz regionach przygranicznych.

Literatura

References

- Bykowa T.P. (red.) (2015, 10 listopada). *Strategiya razvitiya malogo i srednego predprinimatelstva v Respublike Belarus na period do 2010 goda. Pozicija biznes soobshchestva*, Minsk, Sovet po razvitiyu predprinimatelstva v Respublike Belarus, 2013, 186. Pozyskano z: http://ced.by/ru/publication/books/~shownews/strategiya_razvitiya-msb-do-2020
- Chądzyński, M. (2007). Główne bariery rozwoju i funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw na obszarach wiejskich województwa łódzkiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 128–132.
- Dorocki, S., Brzegowy P. (2014). Uwarunkowania przestrzennego zróżnicowania postaw przedsiębiorczych we Francji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 148–162.
- Doing Business 2015. Going Beyond Efficiency. World Bank Group Flagship Report.* (2015, 2 listopada). Pozyskano z: <http://www.doingbusiness.org/DB15-Full-Report.pdf>
- Gabińska, C.G. (2014). Przedsiębiorczość jako dominanta rozwoju obszarów wiejskich Polski. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 229–243.
- Kovalev, M.M., Shashko, A.A. (2009). Inwestycyjna aktywność w regionach Republiki Białorusi i puty jej powysheniya. *Westnik Assotsiatsii beloruskikh bankov*, 2, 8–27.
- Kurek, S., Rachwał, T. (2010). Założenia i wstępne wyniki europejskiego projektu badawczego FIFOB w zakresie kształtowania kompetencji uczniów gimnazjum do prowadzenia działalności gospodarczej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 6, 472–485.
- Liuhto, K.T. (2015). The Belarus business environment as assessed by the management of leading finnish companies operating in the country. *Baltic region*, 1(23), 36–55.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2012–2013* (2014). Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Warszawa.
- Problemy i perspektywy rozvitiya malogo i srednego predprinimatelstva v Belarusi: online konferentsiya.* Minsk, 04.05.2015 (2015, 7 listopada). Pozyskano z: <http://www.gb.by/novosti/ekonomika/problemy-i-perspektivy-razvitiya-malogo>
- Razvitiye malych i srednich predpriyatij Belarusi, 2014. Raspredelenie otvetov na voprosy ankety.* Minsk: Issledovatel'skiy Centr IPM. (2015, 9 listopada). Pozyskano z: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/survey2014r1.pdf>
- Shappo, M., Knut, A. (2015, 10 listopada). *Empiricheskie faktory razvitiya MŚP v Belarusi: analiz i rekomendatsii.* Berlin – Minsk, Issledovatel'skiy Centr IPM. Pozyskano z <http://www.get-belarus.de/wordpress/wp-content/uploads/2014/10/pp2014r04.pdf>
- Strojny, J., Kościółek, M. (2015). Przedsiębiorczość Polski Wschodniej – ocena potencjału rozwojowego z wykorzystaniem analizy porównawczej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 64–81.
- Wielgus, G. (2006). Rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 8, 127–138.
- Vitko, F.P. (2013). Problemy rozvitiya predprinimatelstva v kontekste reformirovaniya ekonomiki Belarusi. *Visnik Cherkaskogo universitetu, seria „Ekonomichni nauki”*, 4(256), 61–66.
- Zinowskij, W.I. (red.). *Maloje i sredneje predprinimatelstvo v Respublike Belarus. Statisticheskij sbornik, 2014*, Minsk, Nacionalnyj Statisticheskij Komitet, 379. (2015, 7 listopada). Pozyskano z: http://belstat.gov.by/bgd/public_compilation/index_422/
- Zioło, Z. (2007). Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej – zarys modelu. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 10–17.

Ivan Pirozhnik, prof. dr hab., profesor geografii, Akademia Pomorska w Słupsku, Instytut Geografii i Studiów Regionalnych. Absolwent geografii Białoruskiego Uniwersytetu Państwowego w Mińsku (Białoruś). Zainteresowania naukowe: geografia społeczno-ekonomiczna, wpływ globalizacji na transformację gospodarczą regionów, polityka rozwoju regionalnego, geografia polityczna, geografia turystyki.

Ivan Pirozhnik, ScD, PhD and Professor of Geography, University of Pomerania in Słupsk, Institute of Geography and Regional Studies, Poland. Graduate of Geography at the Belarusian State University in Minsk (Belarus). His research interests: socio-economic geography, the impact of globalization on the transformation of the regions, economics and policy of regional development, political geography and geopolitics, geography of tourism.

Adres/Address:

Akademia Pomorska w Słupsku
Instytut Geografii i Studiów Regionalnych
ul. Partyzantów 27
76-200 Słupsk, Polska
e-mail: ipirozhnik@hotmail.com

LIWIUSZ WOJCIECHOWSKI
Cracow University of Economics, Cracow, Poland

Empirical Verification of Dynamic Dependences Between Productivity and Economy Openness. The Case of Visegrad Countries

Abstract: This study analyses one of the main postulates of the Endogenous Growth Theory, that suggests that international trade openness is capable to speed up growth-impacting productivity. ADF stationary tests, Johansen co-integration test and Vector Error Correction Model (VECM) procedures are applied on a yearly data set covering the period 1995–2014. Data for individual V4 countries were also compared with EU-15 benchmark. The main finding of the paper is that for all V4 countries there exists a long term relationship between economy openness and labour productivity and in case of Hungarian economy in the Granger sense – causality is one-directional and runs only from productivity to openness. It suggest, that the Endogenous Growth Theory in this case is no longer supported nevertheless further and deeper investigation is needed. Although huge differences in case of openness between V4 countries exist, strong positive linear correlation with productivity is observed. Also disturbing secondary result of conducted research is that however convergence in case of productivity between V4 and EU-15 is observed, assuming the current rate of catching-up (apart from existence of saturation level of productivity), EU-15 and V4 average productivity would equal in 6 decades.

Keywords: co-integration; market openness; productivity; stationary; VECM

Received: 10 November 2015

Accepted: 22 February 2016

Suggested citation:

Wojciechowski, L. (2015). Empirical verification of dynamic dependences between productivity and economy openness. The case of Visegrad Countries. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 12, 149–161.

Introduction

Endogenous growth theory assumes that economic growth is primarily the result of endogenous and not external forces (Romer, 1994). Endogenous growth theory holds also that investment in innovation, human capital are significant contributors to economic growth. The theory also focuses on positive externalities and spillover effects of a knowledge-based economy which will lead to economic development. The endogenous growth theory primarily holds that the long-run growth rate of an economy depends on policy measures. Romer (1986),

Lucas (1988), Rebelo (1991) omitted the technological change – instead, growth in these models is due to indefinite investment in human capital which has a spillover effect on economy and reduces the diminishing return to capital accumulation (Barro, Sala-i-Martin, 2004). One of the main failings of endogenous growth theories is the collective failure to explain conditional convergence reported in the empirical literature (Sachs, Warner, 1997). Parente (2001) affirms that new growth theory has proven to be no more successful than exogenous growth theory in explaining the income divergence between the developing and developed. Krugman (2013) criticized endogenous growth theory as nearly impossible to empirically verify.

Taking into account the on-going globalization processes and dynamically changing conditions in international environment, the relationship between openness to trade and economic growth has been of continuing interest both in theoretical and empirical grounds. The endogenous growth theory does not argue that trade increases economic growth rate, rather it suggests that trade may open up several channels thorough which productive agents become more capable, consequently increasing growth rate. Therefore, in order for an economy to achieve higher growth rates by trading, these channels should be working favourably on behalf of the country's productive means (Gunes, Kose, 2013: 72). According to Cameron et al. (1998), major possible channels may be due to:

- “see-how” transfers, the stimulation of the adaptation of new foreign technological advances,
- the acceleration of specialization and efficacy, and thus, spurring international competition,
- the generation of larger economies of scale in production, which in turn encourages research and development (R&D) activities.

In economics, total-factor productivity (TFP) is a variable which accounts for effects in total output growth relative to the growth in traditionally measured inputs of labour and capital. If all inputs are accounted for, then total factor productivity (TFP) can be taken as a measure of an economy's long-term technological change or technological dynamism. This variable cannot be measured directly so it has to be estimated by using appropriate model of growth, i.e. Cobb-Douglas equation or CES function. Taking into account the C-B equation (1), where total output Y is a function of TFP A , capital input C , and labour input L , and it shares represented by parameters α and β .

$$Y = A \times C^{\alpha} \times L^{\beta} \quad [1]$$

According to Easterly and Levine (2001), TFP may account for up to 60% of growth within economies. TFP can be measured more accurately in long term, since TFP can vary substantially from one year to another (Machek, 2012).

The idea that trade openness breeds productivity growth has been expressed by many researchers. In case of China there is significant evidence that productivity growth in the tradable sector is co-integrated with openness and there is some supporting evidence that the increase in competition in the domestic market is an important channel through which openness breeds productivity growth as well (Yan, Chong, Kwok, 2007). In case of Indian Economy, Saha (2012) examined dependences between TFP growth and economy openness and found out that economy has been experiencing continuous rise in TFP growth since the introduction of external economic reforms. Granger Causality tests showed that there is a one way relationship between trade openness and TFP growth for Indian economy, that suggest

more outward oriented policies would further in enhancing the productivity of the economy. However, existing studies throw mixed picture regarding the impact of openness on the TFP of different countries. Lee (2007) and Xu et al. (2008) observed positive and insignificant relationship between trade openness and TFP for Chinese economy. Indonesia, Malaysia, Thailand and South Korea were influenced negatively and significantly for two decades. Gonzalez and Constantin (2009) also found that openness is not a very relevant factor in explaining the role of technological status of the low income countries. On the contrary, openness affects TFP positively and significantly for middle and high income countries. Kumar et al. (2010) have examined the impact of trade openness on TFP of South Africa and observed that it affects TFP positively and significantly.

The empirical literature on trade and productivity or growth mostly uses the basic measure of openness, which is a sum of exports and imports divided by GDP. The methodological orientation of the literature, however, varies greatly. Mentioning some, Sachs and Warner (1995), and Edwards (1998) employ cross-section analysis, Yanikkaya (2003) utilizes panel-data regressions, Tsen (2006) uses time series techniques. Many studies find a positive and statistically significant relationship between openness to trade and growth or productivity. For example, Barro (2001), using data for about 100 countries, finds that on average, calculated for a 10-year period, openness increases the growth rate of real per capita GDP by 13 per cent. In a similar study mentioned above Yanikkaya (2003) estimates it being about 2 percent for a year.

Herzer (2005) assumed, however, that many of the cross-country specifications suffer from methodological problems such as heterogeneity, error autocorrelation and simultaneity bias. Therefore, the robustness of specific results of many of these types of studies, which constitute vast majority of the related literature, is dubious. However, Rodriguez and Rodrik (1999) had argued that the empirical research did not provide convincing evidence, considering positive openness-growth nexus.

In this study we consider another measure of productivity: real labour productivity, in contrast to most of researches that estimates model explaining gross value added per employee or TFP in literature bearing to compare results. One of the objectives is to compare is to check to what extent the use of this variable is justified and whether it is possible to obtain meaningful conclusions.

The methodical issues presented in many studies estimating the considering relationship are still inconclusive. In order to avoid most of the methodological setbacks mentioned, in this study the Vector Error Correction Model (VECM) procedures are utilized to determine the possible relationship between openness to trade and labour productivity. Cross-country analysis is provided while we consider the countries separately.

The rest of the study is structured as follows. Section 2 describes the objectives, hypothesis and data. Section 3 covers methodological issues. Section 4 throws light on the results and discussion. Section 5 concludes the study.

Data and hypotheses

Our yearly data includes openness to trade (2) (*Openness*) and labour productivity (3) (*Productivity*). The variable Openness is the sum of exports and imports of goods and services (in current prices) as a share of gross domestic product. The productivity variable we use is the

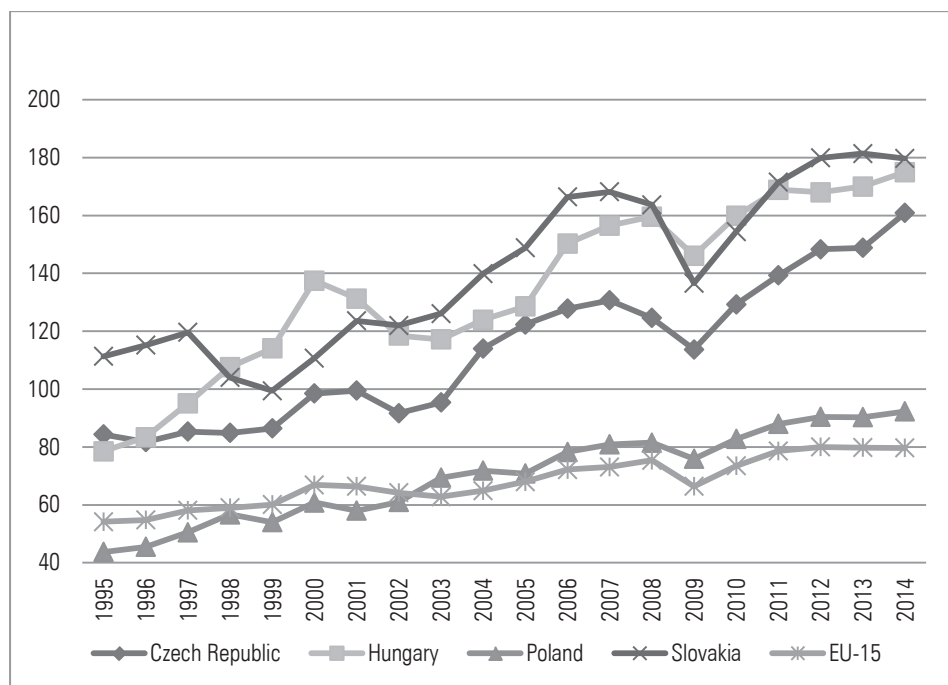
real labour productivity per hour worked denominated in euro. Time series for both variables were obtained from the EUROSTAT database, and cover the period of 1995–2014.¹

$$Openness = \frac{\text{exports of goods and services} + \text{imports of goods and services}}{\text{Gross Domestic Product}} \times 100 \quad [2]$$

$$Productivity = \frac{\text{real labour productivity [eur]}}{\text{hours worked}} \quad [3]$$

The **Figure 1** below shows the behaviours of *Openness* of V4 and EU-15 countries, covering the period of 1995–2014. In the mid-90s the greatest level of openness is observed in case of Slovakia. Sum of exports and imports of goods and services exceeds GDP. In cases of Hungary and Czech Republic it accounted for a large part (84.3 and 78.5 per cent respectively) and in Poland only 43.7 per cent, which was the closest to EU-15 average (54.2 per cent). Comparing years 2014 and 1995 we find that *Openness* increased by only 47 per cent in case of EU-15 countries and 61 per cent for Slovakia. Hungary became an extremely large (comparable to Slovakia) economy, gaining 123 per cent in case of sum of exports and imports to GDP ratio.

Figure 1: Openness of economy in V4 and EU-15 countries in the years 1995–2014



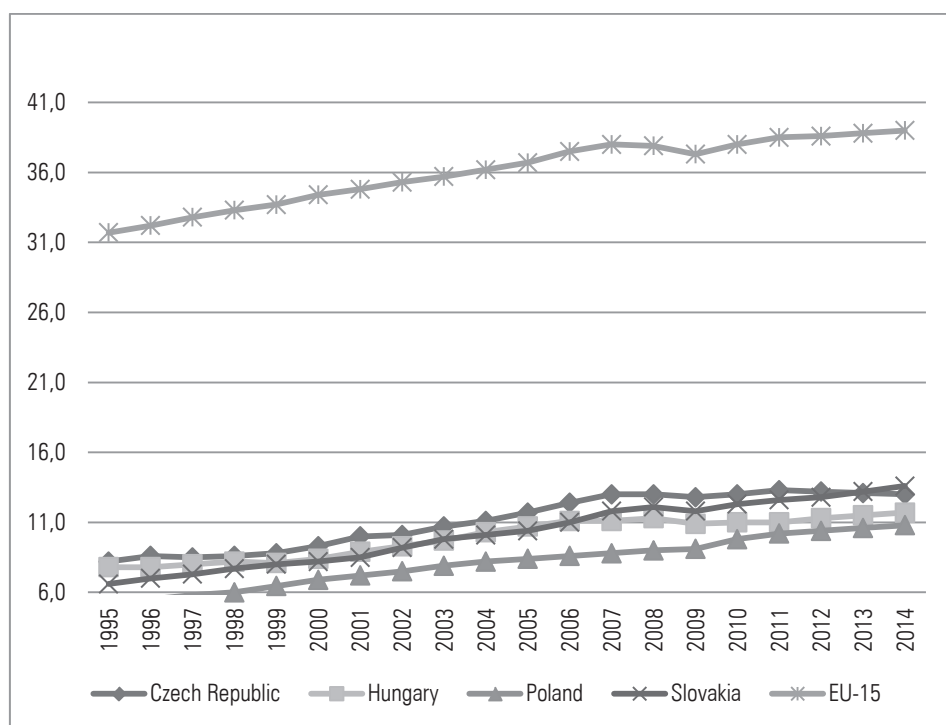
Source: Eurostat

¹ There were no data for productivity for the year 2014 and for this year for all countries naïve forecasts with increment were calculated. In case of Poland Eurostat presents productivity value of 13.2 for the year 1999, what we assumed is abnormal outlier, so we put average for the years 1998 and 2000, which is 9.45 EUR/h.

Generally, it can be said that economies are becoming more and more open, especially small ones like Czech Republic, Slovakia and Hungary, however if we focus on dynamics of *Openness* it is clear that the average rate of growth of this ratio for EU-15 countries was only 2.05 per cent yearly, whereas in Poland, Slovakia and Hungary it was over 4.3 per cent, and nearly 3.5 per cent in case of Czech Republic.

Figure 2 shows how great differences there are still between productivity in the V4 Group and the old EU countries. In the end of the 1990s, an average productivity in V4 was nearly 4.4 lower than in EU-15. 20 years later, in 2014 productivity in EU-15 was more than 3 times higher than in Poland, Czech Republic, Slovakia and Hungary on average. It is also important to mention significant differences between individuals in V4 (13.6 EUR/h in Slovakia and 10.8 EUR/h in Poland in 2014). Although huge differences in case of openness between V4 countries exist, strong positive linear correlation with productivity is observed. The most disturbing fact is that however convergence in case of productivity between V4 and EU-15 is observed, assuming the current rate of productivity growth (apart from the assumption of productivity saturation level), it would take almost 6 decades to catch up with old EU Member States in sense of productivity level, and also wealth.

Figure 2: Real productivity of labour in V4 and EU-15 countries in EUR in the years 1995–2014



Source: Eurostat

In this paper we verify, using econometric methods hypothesis, states that economy openness in terms of $(\text{exports} + \text{imports})/\text{GDP}$ leads to more productive economy in terms of real productivity per employee in EUR.

Methodology

The study begins with an analysis of the correlation between Productivity and Openness in V4 and EU-15 countries. In order to determine whether, and if so, what is the direction of the interaction between variables, the analysis of Granger causality (Granger, 1969: 424) using stationary rates of return (Dickey & Fuller, 1979: 427–431) was checked. This was followed by estimating the VECM (Kusideł, 2000: 27–34) to determine whether there are compounds having a long-term effect variables. We use the methodology proposed by Johansen (Johansen, 1988: 231–254) in order to identify the co-integrating relationship. In case when two or more time-series share a common stochastic trend, there occurs a suspicion of co-integration existence. Co-integration is defined when the error term in the regression modeling is stationary. The Johansen test is a test for co-integration that allows for more than one co-integrating relationship, unlike the Engle–Granger (1987) method, but this test is subject to asymptotic properties, i.e. large samples. All calculations were conducted in JMulti.

Results and Discussion

Although huge differences in case of openness between the V4 countries exist, strong positive linear correlation with productivity is observed (Table 1).

Pearson's coefficient of linear correlation as well as Figures above suggest that variables are moving in consistent trends, which is a prerequisite for testing co-integration and VECM estimation.

Table 1. Pearson's coefficients of linear correlation between variables, T=20 (1995–2014)

	Variable	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]
[1]	<i>Openness UE-15</i>	1.00									
[2]	<i>Productivity UE-15</i>	0.95	1.00								
[3]	<i>Openness Czech Republic</i>	0.95	0.94	1.00							
[4]	<i>Productivity Czech Republic</i>	0.91	0.98	0.92	1.00						
[5]	<i>Openness Hungary</i>	0.98	0.96	0.92	0.92	1.00					
[6]	<i>Productivity Hungary</i>	0.90	0.98	0.93	0.98	0.90	1.00				
[7]	<i>Openness Poland</i>	0.96	0.99	0.96	0.96	0.95	0.96	1.00			
[8]	<i>Productivity Poland</i>	0.95	0.98	0.95	0.96	0.95	0.95	0.98	1.00		
[9]	<i>Openness Slovakia</i>	0.92	0.92	0.96	0.93	0.86	0.93	0.93	0.91	1.00	
[10]	<i>Productivity Slovakia</i>	0.94	0.99	0.95	0.98	0.94	0.97	0.99	0.99	0.93	1.00

Source: own study

Before the estimation of long run relationship models, a degree of integration of particular time series (in natural logarithms and first-differenced natural logarithms – rates of

Table 2. ADF Unit Root Test Results

Item	Statistics	No trend	Linear Trend	No trend	Linear Trend	1995	2014	1995	2014
		lnProductivity		lnOpenness		Productivity		Openness	
EU-15	ADF stat	-2.103	-0.65	-0.929	-3.719	31.7	39	54.2	79.7
	p-value	0.244	0.976	0.78	0.021				
		d_lnProductivity		d_lnOpenness					
	ADF stat	0.241	0.024	-3.759	-3.65				
	p-value	0.975	0.997	0.003	0.026				
Czech Republic		lnProductivity		lnOpenness		8.2	13	84.3	160.9
	ADF stat	-1.207	-0.146	-0.18	-1.423				
	p-value	0.674	0.994	0.939	0.855				
		d_lnProductivity		d_lnOpenness					
	ADF stat	-0.405	-2.594	-4.032	-4.099				
	p-value	0.906	0.283	0.008	0.001				
Hungary		lnProductivity		lnOpenness		7.8	11.7	78.5	175
	ADF stat	-1.434	-1.262	-1.302	-3.441				
	p-value	0.567	0.897	0.631	0.046				
		d_lnProductivity		d_lnOpenness					
	ADF stat	-1.638	-1.817	-2.921	-2.894				
	p-value	0.463	0.697	0.156	0.046				
Poland		lnProductivity		lnOpenness		5.2	10.8	43.7	92.3
	ADF stat	-2.261	-1.435	-2.01	-0.992				
	p-value	0.185	0.851	0.283	0.944				
		d_lnProductivity		d_lnOpenness					
	ADF stat	-2.214	-3.179	-4.09	-4.557				
	p-value	0.202	0.089	0.001	0.001				
Slovakia		lnProductivity		lnOpenness		6.6	13.6	111.3	179.7
	ADF stat	-1.471	-0.218	-0.375	-3.33				
	p-value	0.549	0.993	0.911	0.061				
		d_lnProductivity		d_lnOpenness					
	ADF stat	-0.713	0.123	-3.647	-3.571				
	p-value	0.842	0.998	0.005	0.032				

Using Schwert formula for choosing number of lags we put lag=7 for differenced logarithms and 8 for non-differenced. Bolded p-values are less than level of significance – 10%.

Source: own study in JMulti

growth) should be examined using ADF² stationary test. Many macroeconomic series appear to be rather non-stationary. The augmented Dickey-Fuller (1981) testing procedure is applied in the study. In null hypothesis it is assumed that the unit-root in time series exist, so it is non-stationary. The results of the ADF unit root tests for logs and first-differences of logs are presented in Table 2. Table also contains a comparison of Productivity and Openness levels in years 1995 and 2014 for individuals.

In Table 2 the ADF unit root test results show that in case of *Productivity* time series are not stationary (as well as their differences, which is quite a rare occurrence, but probably connected with the fact that there is lack of observations $T=20$). Only in case of Poland, if we assume that $d_lnProductivity$ is stationary. For EU-15 we observe non stationary logarithms of *Productivity* and *Openness* (without trend) and stationary rates of growth of *Openness* in both ADF test versions. For Czech-Republic only rates of growth of *Openness* are stationary according to ADF test (without and with trend). The results show that in all cases of ADF Unit Root Test for logarithms, ADF statistics confirm that logs of *Openness* variable are non-stationary, however in some cases even first differences in log terms are still not. Generally, *Productivity* and *Openness* are $I(1)$ in case of Poland. In case of Hungary we observe that logarithms of *Openness* as well as rates of growth are stationary only in case with linear trend in ADF test formula. For Poland we cannot reject the null hypothesis in ADF test for logarithms of *Productivity* and *Openness*, but in case of increases of logarithms, particularly for *Openness* we can. Utilizing ADF-GLS (1992) and KPSS (1992) accepting 10% level of significance, considered variables are stationary in their first differences. In case of Slovakia we can assume that logarithms of *Openness* and *Productivity* are non-stationary on the 0.05 significance level, however we can reject null hypothesis only for increases of logarithms for *Openness*. taking into account linear trend we reject null hypothesis with high risk of 0.1.

As we have confirmed the existence of unit roots for considered time series, in the next step we can apply test for co-integration to detect possible long-run equilibrium relationship. The Johansen testing procedure uses two test statistics (trace and maximum eigenvalue) to determine the number of co-integrating vectors. When using $\lambda_{trace} = T \sum_{j=r+1}^n \ln(1-\lambda_j)$ relationship, the trace test statistic for the null hypothesis that there are at most r number of co-integrating vectors. In the equation T represents the number of observations in the series, and λ_j shows the estimated values of the characteristic roots, assuming that the series are $I(1)$. Then, the use of $\lambda_{max} = -T \ln(1-\lambda_{r+1})$ equation provides the maximum eigenvalue test statistic, for which the null hypothesis is there are at most r number of co-integrating vectors, and the alternative hypothesis is there are $r+1$ co-integrating vectors.

Taking into account the obtained results for ADF test we expect that there could exist a long-run relationship between non-stationary logarithms for $ln_Productivity$ and $ln_Openness$ for EU-15 and the same for Czech Republic and Poland (Table 2). Analysing data from (Table 2) and comparing with (Table 3), it seems to be concerning whether it could be possible to estimate the VECM models for all countries, however we expect at least one-way causality in equation systems for Slovakia and Hungary. The Author is aware that one of the reasons that Johansen and ADF tests do not give fully conclusive results is lack of number of observations. Nevertheless, we try to estimate VECM models relying in part on the informal methods, among others the time series graphs analysis.

2 ADF test $\Delta y_t = \alpha + \gamma t + \pi y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \gamma_i \Delta y_{t-i} + v_t$ where y_t is the individual series of interest, Δ is the first difference operator, t is a linear time trend and k is determined by Akaike's information criterion (AIC) to determine that v_t is white noise.

Table 3. The Johansen co-integration test results

Item	Lag	Eigenvalues	Trace test	p-value	Lmax test	p-value
EU-15	0	0.415	16.651	0.032	10.178	0.204
	1	0.289	6.473	0.011	6.473	0.011
Czech Republic	0	0.200	5.738	0.728	4.234	0.829
	1	0.076	1.504	0.220	1.504	0.220
Hungary	0	0.269	7.812	0.493	5.960	0.624
	1	0.093	1.852	0.174	1.852	0.174
Poland	0	0.577	22.168	0.004	16.362	0.021
	1	0.263	5.806	0.016	5.806	0.016
Slovakia	0	0.433	12.888	0.119	10.792	0.167
	1	0.104	2.096	0.148	2.096	0.148

Lag lengths are selected according to the AIC, no restrictions on the constant term are imposed (only for EU-15 and Czech Republic restricted trend was also imposed), basing on natural logarithms of variables.

Source: own study in JMulti

Basing on the results of trace statistics co-integrating relation on time series for EU-15 and Poland are observed. In other cases tests do not give a clear answer, nevertheless we decided to estimate Vector Error Correction Models for all cases. This finding shows that there is a long-run relationship between productivity and openness. In their fundamental research, Engle and Granger (Granger, 1983; Engle, Granger, 1987) illustrated that the co-integrating series must have an error correction model (ECM) representation.

$$\Delta \ln Productivity_t = \gamma + \sum \theta(i) \Delta \ln Openness_{t-i} + \sum \Phi(i) \Delta \ln Productivity_{t-i} + \psi E_{t-1} + v_{1t} \quad [4]$$

$$\Delta \ln Openness_t = \alpha + \sum \delta(i) \Delta \ln Productivity_{t-i} + \sum \Gamma(i) \Delta \ln Openness_{t-i} + \varphi E_{t-1} + v_{2t} \quad [5]$$

Introducing equations (3) and (4) above, Δ is called first-difference operator, v_{1t} , v_{2t} are white noise residuals, and γ , θ , Φ , ψ , α , δ , Γ and ϕ are parameters to be estimated. If we let Λ represent θ , Φ , δ , and Γ then $\Lambda mn, i$ shows the effect of the i -th lagged value of variable n on the current value of variable m . E_{t-1} represents the error correction term. This term gives residuals from co-integration regression

In the VECM model, the coefficients of E_{t-1} , ψ and ϕ , possess the adjustments of $\ln Productivity_t$ and $\Delta \ln Openness_t$ towards the long-run equilibrium, and $\Lambda mn, i$ captures the short-run dynamics of the given model. The vector error correction model (VECM) estimation results obtained from equations (4) and (5) for EU-15 and four individual V4 countries are given in Table 4 below:

One lag for all equations were the best fitting specifications, taking into account AIC criterions. From Table 4 we can see that there is a unidirectional Granger-causality in the model, because only ϕ is significant and the other long run impact parameter ψ is not. Unexpectedly the causality runs from productivity to openness, but not vice versa what means that productivity affects openness both in the short run and in the long run in case of Hungary.

Table 4. The Results of VECM model estimation

Item	Variable	Equation d_ln_Openess	Equation d_ln_Productivity
UE-15	const	5.081	0.594
	d_ln_Openess(-1)	0.058	-0.060
	d_ln_Productivity(-1)	2.483	0.801
	ECM	-1.071	-0.124
	R2	57%	51%
	DW	2.17	1.69
Czech Republic	const	4.502	0.643
	d_ln_Openess(-1)	0.418	0.137
	d_ln_Productivity(-1)	0.677	0.456
	ECM	-0.953	-0.135
	R2	52%	26%
	DW	0.08	1.80
Hungary	const	1.141	-0.002
	d_ln_Openess(-1)	0.312	-0.051
	d_ln_Productivity(-1)	-1.547	0.364
	ECM	-0.477	0.008
	R2	59%	15%
	DW	1.83	2.07
Poland	const	2.640	0.377
	d_ln_Openess(-1)	0.096	-0.013
	d_ln_Productivity(-1)	-0.503	0.187
	ECM	-1.092	-0.146
	R2	58%	23%
	DW	2.26	1.93
Slovakia	const	2.096	-0.132
	d_ln_Openess(-1)	0.457	0.012
	d_ln_Productivity(-1)	-0.110	0.138
	ECM	-0.740	0.058
	R2	42%	10%
	DW	2.24	1.89

No restrictions on the constant term are imposed (only for UE-15 and Czech Republic the restricted trend was also imposed), basing on natural logarithms of variables.

Source: own study in JMulti

In other cases we do not observe significant short-run relationships between variables. More specifically, the negative value of ECM parameters φ for EU-15 (−1.071) and comparable Poland (−1.092), Czech Republic (−0.953), Hungary (−0.477) and Slovakia (−0.740) means that a wrong-way move of $\ln Openness$ is more than completely corrected by the cause of other variable $\Delta \ln Productivity$, within the next period in three first cases. In other words, a deviation of the variable $Openness$ from its long-run equilibrium value in one period is corrected in the next period by the size of φ , which is around 107 and 109 percent respectively according to our estimates. In Slovakia and especially in Hungary the process of coming back to long-run equilibrium takes more time. In case of $Productivity$ equations we observe moderately high level of model explanation in contrast to $Openness$ equations, where R^2 varies from 10% for Slovakia to 26% for Poland. Taking into account DW statistics and conducted autocorrelation tests, the obtained results are not affected by the problem of autocorrelation.

Conclusion

This analysis shows that variables approximating economy productivity and openness are co-integrated. This means that there is a long run relationship between these two variables. However, in the Granger sense, causality between the series is unidirectional, running from productivity to openness to trade only in case of Hungary. The short-run relation appears to be related to one period back only. The obtained estimated results have shown that Hungarian economy openness to trade is strictly related to productivity. The more productive Hungarian economy leads to the more open economy.

Using econometric methods, we reject the hypothesis stating that economy openness leads to more productive economy basing on the case of Hungary. However co-integration between time series is observed and productivity and openness cannot drift too far apart, causality in Granger sense (apart from this tool's imperfections) suggests that causality runs from productivity to openness but not vice versa. This in turn leads to further in-depth research.

Also, results presented in this study are partly consistent with the ones obtained by focused on FDI Gurgul and Lach (2009), which states that that knowledge of past dynamics of the quarterly growth of FDI in Poland allows for a better assessment of current and future rate changes openness of the Polish economy and vice versa and confirm the fairly obvious thesis on the impact of FDI on stage openness of the Polish economy and vice versa. On the other hand, openness of the economy favours and even allows FDI flows, that is one of the most important factors in improving productivity in the host country (taking into account the external spillover effects occurrence). However, FDI flows are determined by many different factors (Wach, Wojciechowski, 2014)

References

- Barro, R. J. (2001). Human Capital and Growth. *American Economic Review*, AEA P&P, 91(2), 12–17.
- Barro, R.J., Sala-i-Martin, X. (2004). *Economic Growth*, (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Cameron, G., Proudman, J., Redding, S. (1998). Productivity Growth in an Open Economy. *Bank of England Working Paper*, New College, Oxford.
- Dickey, D. A., Fuller, W. A. (1979). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366), 427–431.
- Edwards, S. (1998). Openness, Productivity and Growth: What Do We Really Know?. *Economic Journal*, 108, 383–398.

- Engle, R.F., Granger, C.W.J. (1987). Cointegration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing. *Econometrica*, 55(2).
- Easterly, W., Levine, R. (2001). It's not Factor Accumulation: Stylized Facts and Growth Models. *The World Bank Economic Review*, 15(2).
- Frankel, J. and Romer D. (1999). Does Trade Cause Growth?. *The American Economic Review*, 89(3), 379–399.
- Gonzalez, G., Constantin, S. (2009). Explaining TFP Growth Rates: Dissimilar Effect of Openness between Different Income Groups of Countries. *MPRA Paper*, 17584.
- Granger, C.W.J. (1969). Investigating Casual Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods. *Econometrica*, 37.
- Granger, C.W.J. (1983). Co-integrated Variables and Error-Correcting Models. University of California (San Diego), *Discussion Paper*, 83–13a.
- Gunes, S., Kose, S. (2013). Does Openness Increase Productivity? Evidence from an Emerging Economy: Turkey. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3(5), 72–77.
- Gurgul, H., Lach, Ł. (2009). Związki przyczynowe pomiędzy bezpośrednimi inwestycjami zagranicznymi w Polsce a podstawowymi wskaźnikami makroekonomicznymi. *Ekonomia Menedżerska*, 6, 77–91.
- Herzer, D. (2005). Does Trade Increase Total Factor Productivity: Cointegration Evidence for Chile. *Ibero America Institute for Econ. Research (IAI) Discussion Papers*, 115, Ibero-America Institute for Economic Research.
- Johansen, S. (1988). Statistical Analysis of Cointegration Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12.
- Johansen, S., Juselius, K. (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration – with Applications to the Demand for Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52(2), 169–210.
- Krugman, Paul (2013, 18 August). The New Growth Fizzle. *New York Times*. Retrieved from: http://krugman.blogs.nytimes.com/2013/08/18/the-new-growth-fizzle/?_r=1
- Kumar, S., Pacheco, G., Rossouw, S. (2010). How to Increase the Growth Rate in South Africa. *MPRA Paper*, 26105.
- Kusideł, E. (2000). Modele wektorowo-autoregresyjne VAR. Metodologia i zastosowania. In: B. Suchecki (eds.), *Dane panelowe i modelowanie wielowymiarowe w badaniach ekonomicznych*, Łódź, Wyd. Absolwent.
- Kwiatkowski, D., Phillips, P. C. B., Schmidt, P., Shin, Y. (1992). Testing the Null Hypothesis of Stationarity against the Alternative of a Unit Root. *Journal of Econometrics*, 54, 159–178.
- Lee, D. (2007). *Determinants of Chinese TFP: National and Regional Level*. School of Economics, Yonsei University, Seoul, Korea.
- Lucas, R.E. (1988). On the mechanics of Economic Development. *Journal of Monetary Economics*, 22.
- Machek, O. (2012). Data Issues in Total Factor Productivity Benchmarking: A Central European Perspective. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 21(2).
- Parente, S. (2001). The Failure of Endogenous Growth. Knowledge. *Technology & Policy*, 13(4), 49–58. DOI:10.1007/BF02693989
- Rebelo, S. (1991). Long-Run Policy Analysis and Long-Run Growth. *Journal of Political Economy*, 99(3), 500.
- Romer, P. M. (1994). The Origins of Endogenous Growth. *The Journal of Economic Perspectives*, 8(1), 3–22.
- Sachs, J., Warner, D., Andrew, M. (1997). Fundamental Sources of Long-Run Growth. *American Economic Review*, 87(2), 184–188.
- Saha, S. (2012). Productivity and Openness in Indian Economy. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 2(2), 91–102.

- Tsen, W.H. (2006). Granger causality tests among openness to international trade, human capital accumulation and economic growth in China: 1952–1999. *International Economic Journal*, Taylor & Francis Journals, 20(3), 285–302.
- Wach, K., Wojciechowski L. (2014). The Factors of Outward FDI from V4 Countries From The Perspective of EU and EMU Membership: A Panel Gravity Model Approach. *Acta Universitatis Lodzianis Folia Oeconomica*, 5(307), 157–170.
- Xu, H., Lai, M., Qi, P. (2008). Openness, Human Capital and Total Factor Productivity: Evidence from China. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 63, 279–289.
- Yan, I.K., Chong T.T., Kwok W.H. (2007). Openness and Productivity in China. <http://cerdi.org/uploads/sfCmsContent/html/203/Chong.pdf>
- Yanikkaya, H. (2003). Trade Openness and Economic Growth: A Cross-Country Empirical Investigation. *Journal of Development Economics*, 72(1), 57–89.

Liwiusz Wojciechowski, double MA degree, PhD candidate, author or co-author of many scientific publications, speaker on 16 international and nationwide conferences, awarded by ERASMUS, CEEPUS, TFAS, IV&NBP and Rector scholarships for best students, key investigator or collaborator in scientific grants. Nationwide expert in the international project Smooth Functioning of the Internal Market between V4.

Adres/Address:

Cracow University of Economics
Faculty of Economics and International Relations
Department of Entrepreneurship and Innovation
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków, Poland
e-mail:Liwiusz.w@o2.pl

Publikacja została sfinansowana ze środków MNiSW przyznanych Wydziałowi Zarządzania Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie na badania dla młodych naukowców oraz uczestników studiów doktoranckich.

Przedsiębiorczość w rozwoju
firm i sektora turystyki

CZĘŚĆ 2

PART 2

Entrepreneurship in the Development
of Enterprises and Tourism Industry

DANUTA JANCZEWSKA

Spółeczna Akademia Nauk w Łodzi, Polska ■ Social Academy of Science in Lodz, Poland

Proces zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie w aspekcie przekształcania w firmę inteligentną

Knowledge Management Process in Micro Enterprise – in View of Creation
of Intelligent Enterprise

Streszczenie: Problematyka zarządzania wiedzą jest szeroko prezentowana w literaturze przedmiotu. Rozwój przedsiębiorczości jest obecnie jednym w ważniejszych uwarunkowań w realizacji założeń gospodarki opartej na wiedzy. Zajmuje również znaczącą pozycję w Programie Horyzont 2020. Gospodarka oparta na wiedzy charakteryzuje się dużą aktywnością innowacyjną, rozumianą jako wdrażanie ze znaczną intensywnością nowych produktów, technologii, a także innowacji z zakresu zarządzania. Koncentruje się ona na transferowaniu idei, wyników badań naukowych i umiejętności między jednostkami naukowo-badawczymi a grupami użytkowników. Nowy paradygmat teorii innowacji zakłada również dwukierunkowy przepływ wiedzy, idei czy technologii między przedsiębiorstwem a otoczeniem. Na początku XXI w. wiedza stała się podstawą uzyskania przewagi konkurencyjnej, co spowodowało zwiększenie zainteresowania przedsiębiorstw problematyką zarządzania wiedzą jako zasobem. Niewiele badań dotyczy mikroprzedsiębiorstw, co sprawia, iż znane modele zarządzania wiedzą nie znajdują zastosowania w objaśnianiu procesu zarządzania wiedzą w tym sektorze. Celem artykułu jest przedstawienie problematyki zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie oraz uwarunkowań procesu przekształcania w firmy inteligentne. W artykule podjęto próbę modelowego ujęcia procesu wewnątrz badanych firm na podstawie badań własnych mikroprzedsiębiorstw.

Abstract: Problems of Knowledge Management have a wide position in literature. Development of entrepreneurship is now one of main barriers of realization of Knowledge Based Economy. It has a main position in Horizon 2020 Program in the European Union. KBE is characterized by innovative activity, understood as implementation with much intensity of new products, technologies, and innovative management methods. KBE is concentrated on transferring new ideas, results of science researches and abilities between institutions of science and research and users groups. A new paradigm of innovation presents two-way flow of knowledge, ideas, technologies between enterprise and their environment, too. In the beginning of 21st century knowledge became the basis to reach the competitive advantages, and now enterprises understand knowledge as a resource. Not so many articles concentrate on micro enterprise and known models of KM are not useful to explanation of KM process in micro enterprises sector. The goal of this article is a presentation of main problems of Knowledge Management in a micro enterprise and conditions of process of transformation into intelligent enterprises.

Słowa kluczowe: mikroprzedsiębiorstwo; przedsiębiorczość; zarządzanie wiedzą

Key words: entrepreneurship; knowledge management; micro enterprise

Otrzymano: 10 listopada 2015

Received: 10 November 2015

Zaakceptowano: 6 marca 2016

Accepted: 6 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Janczewska, D. (2016). Proces zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie w aspekcie przekształcania w firmę inteligentną. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 164–175.

Wstęp

Mikroprzedsiębiorstwa znajdują się obecnie w obszarze zainteresowania wielu badaczy. Zgodnie z definicją Komisji Europejskiej, mikroprzedsiębiorstwa charakteryzują dwa parametry: zatrudnienie mniej niż 10 pracowników oraz obrót roczny jako kwota przyjętych pieniędzy w danym okresie lub bilans (zestawienie aktywów i pasywów firmy) poniżej 2 mln euro (*Mikroprzedsiębiorstwa...*, 2015). W artykule przedstawiono wyniki badań własnych prowadzonych w latach 2012–2015 wśród menedżerów zatrudnionych w mikroprzedsiębiorstwach zlokalizowanych w województwie łódzkim oraz mazowieckim. Sformułowano następujące hipotezy:

H1: W mikroprzedsiębiorstwie można wskazać czynniki stymulujące przepływ wiedzy oraz kształtujące postawy przedsiębiorcze.

H2: Wiedza jest w mikroprzedsiębiorstwie elementem wspierającym jego rozwój oraz przekształcanie w firmę inteligentną.

Badania prowadzono metodą bezpośrednich wywiadów, ankiet, rozmów z ekspertami oraz analiz dokumentów i raportów. Dobór próby był celowy i obejmował przedsiębiorstwa, których menedżerowie kształcili się na uzupełniających studiach magisterskich. Uzasadnieniem wyboru tematu problemu badawczego jest konieczność identyfikacji procesu zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie. Ze względu na małą liczebność próby wnioski z badań dotyczą wyłącznie badanych mikroprzedsiębiorstw.

Współczesne koncepcje dotyczące zarządzania wiedzą przypisują jej znaczącą rolę w rozwoju przedsiębiorstwa. Znaczenie wiedzy jako zasobu znajduje odniesienie w koncepcjach zasobowych rozwoju wzrostu przedsiębiorstwa (Teece, 1999). Wiedza postrzegana w kategorii zasobu jest ściśle powiązana z procesami przetwarzania danych i informacji. Dane są podstawowymi elementami tworzącymi wiedzę, pozbawionymi jednak znaczenia bez odpowiedniego kontekstu. Dopiero dane wyselekcjonowane, pogrupowane, porównane, połączone i zestawione w odpowiednim kontekście oraz poddane ocenie stają się informacją. Z kolei informacje, którym zostanie nadana odpowiednia struktura umożliwiającą ich wykorzystanie w określonym obszarze działalności, tworzą wiedzę. (Sopińska, 2008: 67–81). Pojęcie „wiedza” nie ma precyzyjnej interpretacji w literaturze ekonomicznej, w przeciwieństwie do pojęcia „technologia” rozumianego jako ogólna wiedza techniczna, dotycząca poszczególnych obszarów techniki.

Znaczenie wiedzy jako zasobu w mikroprzedsiębiorstwie

Transfer wiedzy (Knowledge Transfer – KT) jest pomostem pomiędzy tymi, którzy tworzą wiedzę i informacje, a tymi, którzy ich potrzebują¹. Transfer wiedzy będzie miał różnorodny przebieg w zależności od: rodzaju wiedzy, która jest przekazywana, rodzaju zadań, do wykonywania których dana wiedza jest potrzebna, okoliczności, w jakich dana wiedza ma być wykorzystywana, uczestników procesu transferu wiedzy.

Podstawy gospodarki opartej na wiedzy tworzą trendy: wzrostu znaczenia sfery usług i inwestycji w aktywa niematerialne, upowszechnienia nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) oraz budowy społeczeństwa informacyjnego, a także nowe wymagania i podejście do wiedzy w uczących się organizacjach (Platonoff, Sysko-Romańczuk, Mośzoro, 2004). Zarządzanie wiedzą staje się w tym kontekście bardzo ważnym procesem biznesowym, którego objaśnienie odnaleźć można w teorii ekonomii wiedzy. Stawia ona wiedzę na pozycji atrybutu niezbędnego do realizacji koncepcji nowej gospodarki.

W świetle Programu Horyzont 2020 w centrum zainteresowania Unii Europejskiej znajduje się zarówno kreowanie przedsiębiorczości, jak i zarządzanie wiedzą. Założenia sformułowane w tym programie stają się w przedsiębiorstwie zasobem niezbędnym, a proces zarządzania wiedzą może przyczynić się do wzrostu potencjału konkurencyjnego mikrofirmy.

Nowym wyzwaniem dla przedsiębiorstw i kierunkiem ich rozwoju w XXI w. staje się otwarcie na współpracę i współtworzenie innowacji na wielu płaszczyznach (Gierszewska, 2011). Powstające systemy monitorowania i zarządzania zasobami wiedzy przyczyniły się do rozwoju organizacji, a zjawiska społeczne, ekonomiczne i organizacyjne wymagały nowej filozofii zarządzania oraz nowego sposobu objaśniania.

Istniejące modele zarządzania wiedzą powstały na podstawie badań przedsiębiorstw dużych. Prekursorzy zarządzania wiedzą przewidywali wzrost znaczenia wiedzy (Drucker 1999: 9–20). Na tej podstawie zdefiniowany został pogląd dotyczący przesunięcia paradygmatu i rewolucji w nauce (Sułkowski, 2004), w którym zauważa się nieciągłość zmian w nauce oraz przechodzenie w sposób gwałtowny od jednego nurtu w zarządzaniu do drugiego. Taka gwałtowna zmiana następuje obecnie przy przechodzeniu od gospodarki przemysłowej do gospodarki wiedzy.

Współczesne rozumienie źródeł wiedzy ulega modyfikacji, gdyż sposób i miejsce powstawania wiedzy przypisywane były instytucjom sfery nauki, takim jak szkoły wyższe, instytuty i ośrodki badawcze, zaś obecnie rolę tę przyjmują również przedsiębiorstwa. Generują one wiedzę, wykorzystując ją w celu doskonalenia własnych produktów, technologii wytwórczych lub metod zarządzania i organizacji pracy. Powstają też nowe formy organizacyjne, zajmujące się zbieraniem, przetwarzaniem i oferowaniem informacji – są to tzw. domy wiedzy. Wzrasta rola przedsiębiorstw jako źródeł wiedzy, zwłaszcza organizacji inteligentnych. Organizacja ucząca się i kreująca nową wiedzę potwierdza nowe podejście do zarządzania wiedzą i uodwadnia dwukierunkowy przepływ wiedzy. Dotychczasowe poglądy na temat wiodącej roli sfery nauki jako kreatora wiedzy i jej źródła dla sfery industrialnej ulegają całkowitej przemianie. Przedsiębiorstwo staje się odbiorcą wiedzy i zarazem jej twórcą. Proces generowania wiedzy wyzwala zdolności twórcze pracowników na różnych szczeblach zarządzania, co z kolei poprawia aktywność całej organizacji w wielu dziedzinach funkcjonowania.

¹ Objaśnienie pojęcia „transfer wiedzy” zostało zawarte w publikacji *MEECE Knowledge Transfer Strategy 2009*, http://www.meece.eu/kt/docs/MEECE_KT%20Strategy.pdf.

Wiedza jako zasób mikroprzedsiębiorstwa

Zarządzanie wiedzą występuje jako nowy kierunek i stanowi narzędzie do usprawniania procesów w przedsiębiorstwie. Proces zarządzania wiedzą polegać będzie na ciągłym przekształcaniu wiedzy ukrytej w jawną oraz na upowszechnianiu tej wiedzy. W tym procesie najważniejszym czynnikiem staje się identyfikacja wartości firmy oraz zdefiniowanie strategii na przyszłość. Istotą procesu jest permanentne poszukiwanie współczesnych metod i rozwiązań, które mogą stymulować wzrost konkurencyjności mikrofirmy na rynku. Należy zatem rozpatrzyć możliwość kształcenia przyszłych mikroprzedsiębiorców w zakresie korzystania z transferu współczesnej wiedzy, zarządzania tą wiedzą, wartościami firmy oraz umiejętności implementacji współczesnych koncepcji i metod zarządzania. Wiedza traktowana jako zasób może być analizowana i oceniana w mikroprzedsiębiorstwie z wielu punktów widzenia: z pozycji właściciela, z pozycji zatrudnionych pracowników, jako ocena firm konkurencyjnych, jako ocena firm poszukujących np. podwykonawców, dostawców czy kooperantów. Ocena zasobów wiedzy może być dokonana przez właściciela mikrofirmy, który posiada wiedzę praktyczną, niezbędną do założenia przedsiębiorstwa oraz prowadzenia działalności gospodarczej. Gromadzi on również wiedzę na temat możliwych do realizacji sposobów osiągania sukcesu w branży czy na rynku, na którym mikrofirma prowadzi działalność. Jego wiedza obejmuje również trendy w branży czy elementy konkurencyjności ważne w danym czasie i miejscu.

Oceniając indywidualny kapitał intelektualny właściciela, można wyróżnić następujące kategorie:

- wiedzę kompleksową i specjalistyczną,
- doświadczenie w prowadzeniu biznesu,
- cechy, zdolności i umiejętności,
- wykształcenie przedsiębiorcy,
- chłonność na nową wiedzę lub wiedzochłonność²,
- świadomość roli wiedzy w mikroprzedsiębiorstwie,
- umiejętność zarządzania kapitałem intelektualnym w przedsiębiorstwie.

A. Wziętek-Kubiak definiuje zasoby wiedzy w przedsiębiorstwie jako unikalne i powiązane z miejscem akumulowania wiedzy, trudne do transferowania do otoczenia przedsiębiorstwa (Wziętek-Kubiak, 2009). Pozostają one zatem jej indywidualnym zasobem, który nie podlega transferowaniu poza obszar organizacji. Można więc przechwycić tylko część zasobów wiedzy innowatorów. Badania prowadzone przez M. Juchniewicz i B. Grzybowską wskazały na kluczowe umiejętności i znaczenie zasobów wiedzy niezbędnej w prowadzeniu własnego przedsiębiorstwa (Juchniewicz, Grzybowska, 2010). W opinii badanych najczęściej poszukiwaną informacją jest ta, która umożliwia kontynuowanie dotychczasowej działalności oraz wskazuje sposoby zarabiania pieniędzy.

Proces zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie

Badania nad sektorem mikroprzedsiębiorstw w Polsce prowadzone przez PARP w roku 2013 zawierają prognozy do roku 2020 oraz określają kierunki dynamizujące rozwój sektora mikrobiznesu (Nieć, 2013). Za szczególnie istotne dla sektora mikrofirm autorzy raportu PARP uznali następujące prognozy:

² Szerzej na temat wiedzochłonności organizacji: Białoń, L., Janczewska, D. (2007). Wiedzochłonność procesów innowacyjnych. *Cz. I. Postępy Techniki Przetwórstwa Spożywczego*, 2, t. 17/31, 93–97.

- Szczególnie dynamiczny będzie rozwój biznesów opartych na zarządzaniu wielkimi zbiorami danych (*big data*)³.
- Nastąpi spadek liczebności firm średniej wielkości do roku 2020 przy jednoczesnym intensywnym rozwoju mikroprzedsiębiorstw.
- Bariery rozwojowe grupy firm mikro będą ograniczane przez rozwój technologii i techniki, wykorzystanie outsourcingu, wirtualizację działalności.
- Zmieni się struktura sektora MŚP w związku ze zmniejszaniem się liczby firm średnich, które albo będą rozwijać się i stawać firmami dużymi, albo będą przekształcać się w mniejsze organizacje.
- Efektem zmian w strukturze zarządzania będzie spadek znaczenia menedżerów średniego szczebla związany z rozwojem technologii IT.
- Zmniejszy się zapotrzebowanie na infrastrukturę fizyczną (w rozumieniu miejsc prowadzenia działalności, w tym działalności handlowej i usług biurowych).
- Konsument stanie się głównym źródłem innowacji.

Wiedza w mikroprzedsiębiorstwie jest zazwyczaj wiedzą wynikającą z doświadczenia właściciela oraz jego pracowników. Przedsiębiorstwa mikro nie otrzymują ofert pomocy w tym zakresie ze strony sfery nauki oraz instytucji publicznych i administracji (Barańska-Fischer, 2010). M. Kozioł przedstawia pogląd, iż jedną z ważniejszych barier wewnętrznych rozwoju małego przedsiębiorstwa jest bariera edukacyjna (Kozioł, 2013), co potwierdzają badania własne autorki. Kozioł wymienia następujące czynniki utrudniające rozwój firmy MŚP:

- słaba kultura przedsiębiorczości,
- słaba znajomość nowoczesnych metod zarządzania,
- ograniczony dostęp do informacji gospodarczej,
- brak umiejętności pozyskiwania, gromadzenia i wykorzystywania informacji z otoczenia,
- niski stopień wykorzystania Internetu i innych narzędzi IT,
- luki w potencjale kwalifikacyjnym spowodowane niskimi kwalifikacjami pracowników,
- wysoka fluktuacja pracowników, zwłaszcza specjalistów,
- niska zdolność i skłonność do uczenia się.

A. Wilmańska wskazuje na brak systemu kształcenia w zakresie small businessu i inne (Wilmańska, 2010). Proces zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie w samej istocie jest znacznie bardziej uproszczony niż modele oparte na dużych organizacjach. Pojawia się potrzeba zatrudniania w mikroprzedsiębiorstwach pracowników mających wiedzę oraz umiejętność stosowania tejże wiedzy w złożonych warunkach funkcjonowania. Wyodrębniono cechy menedżera odpowiadające potrzebom współczesnej gospodarki opartej na wiedzy, co wiąże się ze specyfiką danego przedsiębiorstwa, jego strukturą organizacyjną oraz przyjętym modelem funkcjonowania organizacyjnego (Miodek, Speer, 2014).

Brak jest definicji kapitału intelektualnego mikroorganizacji w sensie jego niematerialnego charakteru i wspólnego poglądu na ten temat (Czechowska-Świtaj, 2005). Definicje oparte na doświadczeniach dużych organizacji wykluczają przypisywanie tejże cechy mikrofirmom.

Wilmańska (Wilmańska, 2010) dodatkowo podkreśla występowanie luki w potencjale rozwoju pracowników spowodowanej niskimi kwalifikacjami, wysoką fluktuacją pracowników, zwłaszcza specjalistów, niską zdolnością i skłonnością do uczenia się, brakiem systemu kształcenia w zakresie small businessu i wieloma innymi. W przypadku firm mikro wyraźnie

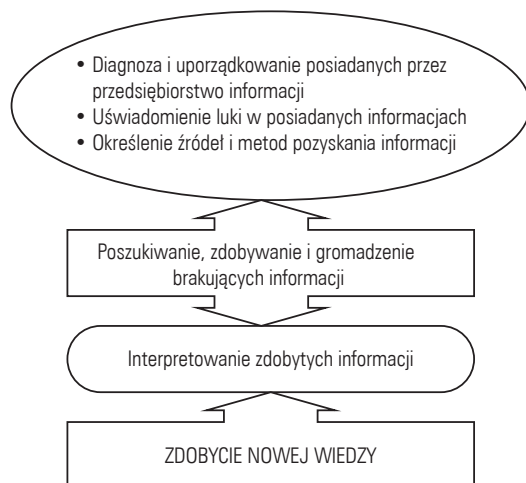
³ Prahalad i Krishnan uważają za najważniejszą umiejętność zrozumienia nagromadzonych informacji i przetwarzania ich w celu wsparcia procesów zarządzania – szerzej na ten temat w książce: Prahalad, C.K., Krishnan, M.S. (2010). *Nowa era innowacji*. Warszawa: PWN, 67.

zaznacza się tendencja do braku oczekiwań względem jednostek sfery nauki, powiązania z regionem oraz preferowaniem rozwiązań doraźnych realizowanych samodzielnie i dostępnych cenowo (Santarek, 2008). Z kolei autorka niniejszego artykułu wskazuje na występowanie przedsiębiorstw opartych na wiedzy w sektorze mikroprzedsiębiorstw (Janczewska, 2013), które charakteryzują się następującymi cechami: planują swój przyszły rozwój, przewidują wydatki związane z nabyciem lub tworzeniem nowej wiedzy, są w stanie ocenić swój potencjał innowacyjny oraz są przygotowane na rosnącą konkurencję ze strony innych przedsiębiorstw opartych na wiedzy.

Kreowanie procesu zarządzania wiedzą – interpretacja modelu liniowego oraz modelu GEM

Wśród wielu znanych modeli zarządzania wiedzą nie wszystkie mogą posłużyć do interpretacji procesu zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie⁴. W tym podrozdziale porównano model liniowy oparty na podejściu procesowym z modelem Globalnego Monitora Przedsiębiorczości (GEM). W modelu liniowym, przedstawionym na rycinie 1, widoczne są relacje pomiędzy poszukiwaniem wiedzy a jej implementacją w mikrofirmie. Model ten w sposób uproszczony opisuje interakcje pomiędzy poszczególnymi etapami pozyskiwania i wykorzystywania wiedzy (Gierszewska, 2011). Nie uwzględnia on w sposób kompleksowy wpływu otoczenia oraz nie rozróżnia poszczególnych kategorii wiedzy. Na podstawie modelu liniowego trudno jest określić, w jaki sposób zdobywanie, gromadzenie i przetwarzanie wiedzy może być wykorzystane w mikroprzedsiębiorstwie. Wymagane jest tworzenie dodatkowych opisów oraz identyfikacji struktur oraz zasobów wiedzy.

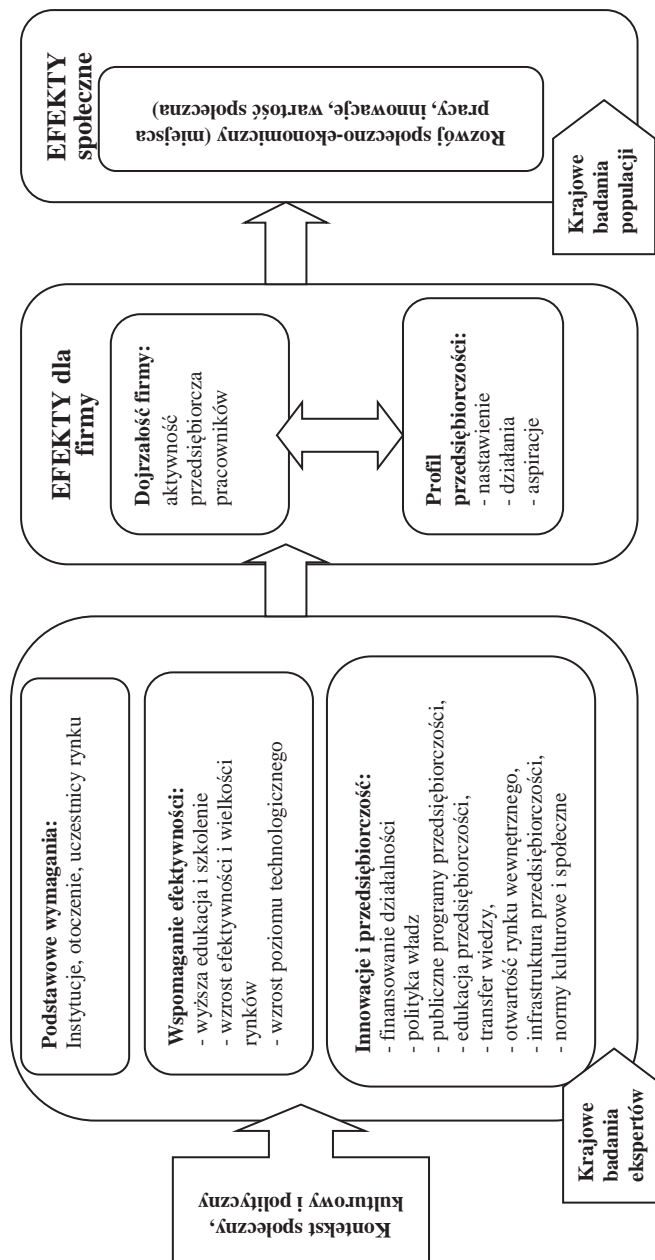
Ryc. 1. Model liniowy zarządzania wiedzą



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Gierszewska (2011)

⁴ Między innymi autorka nie odwołuje się do klasycznego modelu Nonaki i Takeuchi ze względu na odmienny charakter zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie, natomiast dyskusja nad ich modelem spiralnym przekracza ramy niniejszego artykułu. W tym miejscu składam podziękowania Recenzentowi za istotną uwagę w tym zakresie.

Ryc. 2. Miejsce zarządzania wiedzą w modelu GEM



Źródło: Bosma, Wennekers, Amoros (2012: 12)

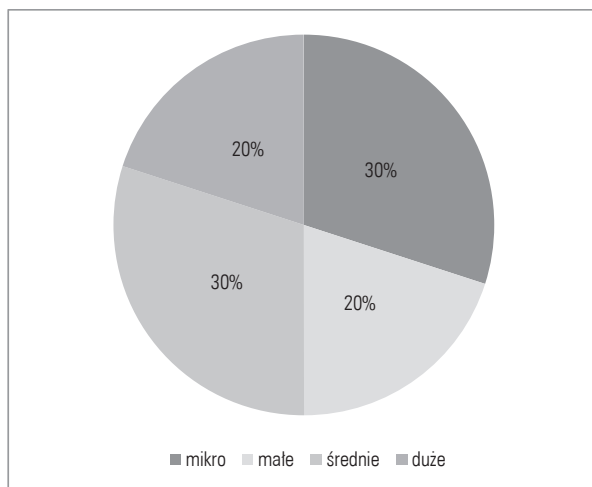
Koncepcja GEM uważana jest za bardziej skomplikowany model opisujący udział wiedzy w kreowaniu pozycji danego kraju, który stara się budować GOW. Globalny Monitor Przedsiębiorczości to rozwój w kilku płaszczyznach: w płaszczyźnie geograficznej, politycznej, naukowej, praktycznej i intelektualnej, zakładający istnienie relacji między kontekstami: kulturowym, politycznym, społecznym i ekonomicznym, warunkami ramowymi, aktywnością przedsiębiorczą społeczeństwa i firm, a także rozwojem gospodarczym i wzrostem zatrudnienia jako wynikiem tych procesów. Globalny Monitor Przedsiębiorczości jest instrumentem służącym do badania i określania zmian w rozwoju poszczególnych krajów i gospodarek, obejmuje swoim zasięgiem ponad 2/3 ludności świata oraz ponad 90% globalnego produktu brutto (Tarnawa, Zadura, 2014). Model GEM pokazano na rycinie 2.

Zaletą modelu GEM jest jego wielowymiarowość oraz możliwość stosowania do analiz porównawczych pomiędzy poszczególnymi gospodarkami. Wydaje się, że z punktu widzenia sektora mikrofirm model ten wymaga dużego zaangażowania oraz wielu badań w celu sporządzenia dokładnego opisu modelu zarządzania wiedzą w ujęciu GEM. Koncepcja GEM może być uwzględniona podczas kontynuowania badań własnych na większej próbie mikroprzedsiębiorstw.

Prezentacja badań własnych nad zarządzaniem wiedzą w mikroprzedsiębiorstwach

W badaniach własnych autorka poszukiwała oceny zasobów wiedzy oraz zarządzania nimi z punktu widzenia menedżerów zatrudnionych w mikrofirmach, a zatem według oceny pracowników korzystających z zasobów wiedzy lub tworzących tę wiedzę. Etap obecny, realizowany w latach 2012–2015, dotyczył zebrania opinii menedżerów na temat zarządzania wiedzą oraz wskazania cech organizacji jako firmy inteligentnej. Sformułowano następujące pytania pomocnicze: Czy można wskazać elementy zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie? Czy kategorie tej wiedzy pozwalają na określenie przedsiębiorstwa jako organizacji inteligentnej?

Ryc. 3. Struktura badanej grupy przedsiębiorstw z województwa kujawsko-pomorskiego



Źródło: opracowanie własne

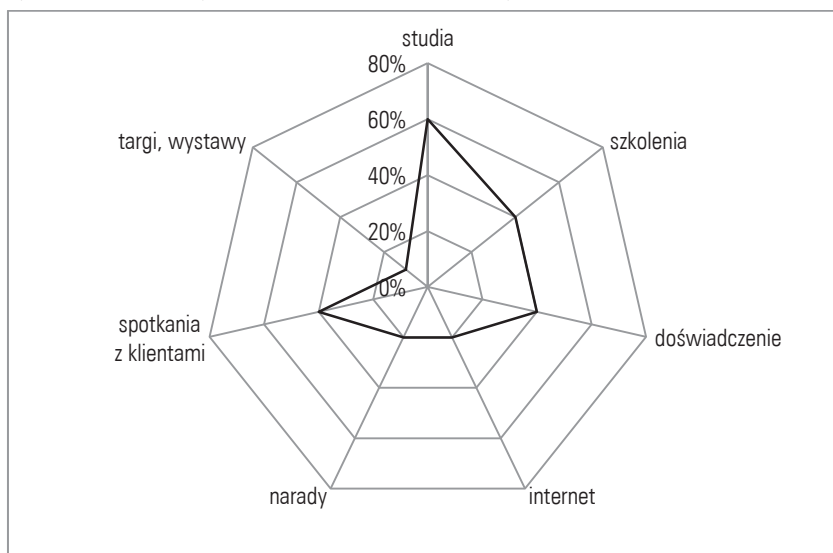
Autorka prowadziła badania pilotażowe na obecnym etapie metodą swobodnych wypowiedzi, wywiadów i konsultacji z menedżerami średniego oraz wyższego szczebla. Wypowiedzi menedżerów zbierano drogą internetową, wykorzystując platformę e-learningową Społecznej Akademii Nauk w Łodzi. Prezentowane w niniejszym artykule wyniki dotyczą badań menedżerów z województwa łódzkiego oraz mazowieckiego. W badaniu uczestniczyło 21 osób. Struktura badanych firm została przedstawiona na rycinie 3.

W wypowiedziach dotyczących zarządzania wiedzą w grupie mikroprzedsiębiorstw określano jako istotne następujące elementy:

- wiedza w mikrofirmach jest wyłącznie związana z techniką i technologią właściwą dla danej branży czy gałęzi przemysłu, w której funkcjonuje przedsiębiorstwo – 80% wskazań;
- źródła wiedzy specjalistycznej: nabyta w czasie studiów lub szkoleń (50%), nabyta przez doświadczenie (40%), pozyskana w Internecie (10%).

Jako źródła wiedzy badani wskazywali doświadczenie, Internet, narady, szkolenia, targi, wystawy, studia, spotkania z klientami. Największe znaczenie miały według badanych studia jako źródło wiedzy (ryc. 4). Pozyskiwanie wiedzy na targach i wystawach zajmuje ostatnią pozycję jako źródło wiedzy. Może to wynikać z braku środków na pokrycie kosztów uczestnictwa w tych wydarzeniach.

Ryc. 4. Źródła wiedzy w mikroprzedsiębiorstwie – wyniki badań



Źródło: opracowanie własne

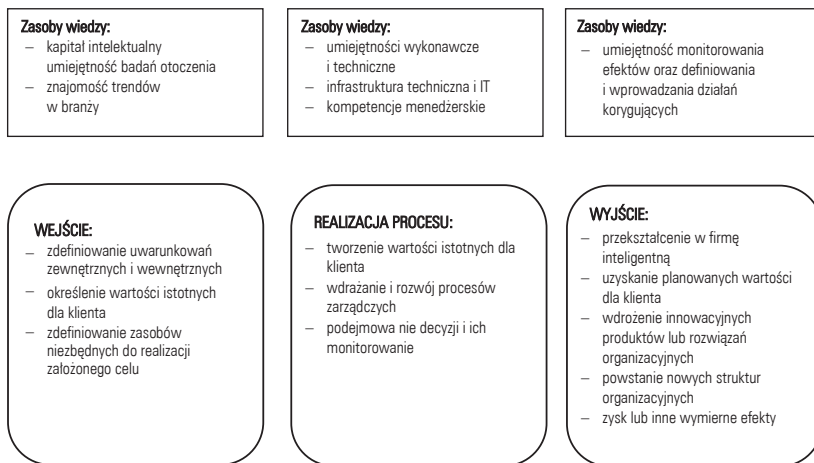
Według opinii badanych w mikroprzedsiębiorstwie występują określone kategorie wiedzy, które mogą świadczyć o tym, że jest ono zainteresowane powiększaniem zasobów wiedzy oraz przekształcaniem się w firmę inteligentną; przy czym wskazywano następujące rodzaje wiedzy:

- wiedza z zakresu ekonomii i zarządzania (40%): w zakresie niezbędnym do wykonywania obowiązków (70%), wiedza o źródłach finansowania (30%), wiedza o przepisach prawnych i podatkowych (60%);
- wiedza z zakresu planowania i prognozowania rozwoju przedsiębiorstwa (80%);
- wiedza z zakresu marketingu w zakresie informacji o klientach i ich potrzebach (60%);

- wiedza o źródłach informacji dostępności szkoleń i kursów oraz edukacji pracowników w zakresie studiów wyższych oraz podyplomowych (40%);
- wiedza z zakresu informatyki i technik IT, stosowana do komunikacji z otoczeniem oraz komunikacji wewnątrz firmy (80%);
- wiedza logistyczna jako specyficzny i unikalny obszar zastosowania wiedzy logistycznej do wspomagania zarządzania procesami w przedsiębiorstwie.

Na podstawie wywiadów z badanymi menedżerami sformułowano własny model zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie oparty o model zasobowy (ryc. 5).

Ryc. 5. Zasoby wiedzy w procesie zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie



Źródło: opracowanie własne

Uzyskane wyniki badań pozwoliły na identyfikację poszczególnych elementów modelu: wejścia, realizacji oraz wyjścia. Kolejnym krokiem w badaniach może stać się badanie efektywności procesu oraz identyfikacja czynników stymulujących proces budowy systemu wiedzy w mikroprzedsiębiorstwie.

Podsumowanie

W artykule przedstawiono badania literaturowe nad procesem zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie. Porównano dwa modele zarządzania wiedzą pod względem ich przydatności do interpretowania procesu zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie. W wyniku badań wybranych mikroprzedsiębiorstw potwierdzone zostały przyjęte hipotezy. Badani menedżerowie odpowiedzieli twierdząco na pytanie dotyczące możliwości określenia przedsiębiorstwa jako firmy inteligentnej. Wypowiedzi menedżerów na temat mniej ważnych (ich zdaniem) działań dotyczyły następujących elementów zarządzania wiedzą: ciągle uzupełnianie i nabywanie nowej wiedzy oraz nowych umiejętności i wiadomości, tworzenie własnego zaplecza badawczo-rozwojowego, współpracy ze sferą nauki, wprowadzanie nowych projektów i usprawnień organizacyjnych, projektowanie nowych technologii, korzystanie z opracowań ze sfery B+R. W celu poszukiwania modelu dokładniej

opisującego proces zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie celowe wydaje się prowadzenie dalszych badań na większej grupie docelowej.

Literatura

References

- Barańska-Fischer, M. (2012). Rola organów administracji publicznej w kreowaniu środowiska proinnowacyjnego w regionie łódzkim. W: K. Szymańska, A. Walecka (red.), *Wybrane aspekty zarządzania nowoczesną organizacją. Studia ekonomiczne regionu łódzkiego, VIII*, Łódź: Wyd. PTE Oddz. w Łodzi.
- Białoń, L., Janczewska, D. (2007). Wiedzechłonność procesów innowacyjnych. Cz. I. *Postępy Techniki Przetwórstwa Spożywczego*, 2, 17/31, 93–97.
- Bosma N., Wennekers S., Amoros J.E. (2012). *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe*, London: Global Entrepreneurship Research Association.
- Czechowska-Świtaj, T. (2005). *Zarządzanie kapitałem intelektualnym w organizacji*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza Wyższej Szkoły Menedżerskiej.
- Cyrek, M. (2006). Wybrane koncepcje pomiaru gospodarki opartej na wiedzy. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Rzeszowskiego*, 10, 208–224.
- Drucker, P. (1999). *Spółeczeństwo prokapitalistyczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- EUROPA, EU law and publications, EUR-Lex – n26026. (2015, 1 grudnia). Pozyskano z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=URISERV:n26026>
- Gierszewska, G. (2011). *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej.
- Janczewska, D. (2013). Logistyczno-marketingowe uwarunkowania transferu wiedzy w sektorze mikroprzedsiębiorstw. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 21, 225–238.
- Juchniewicz, M., Grzybowska, B. (2010). *Innowacyjność mikroprzedsiębiorstw w Polsce*. Warszawa: PARP.
- Koziół, M. (2013). Wykorzystanie e-learningu w procesie szkolenia pracowników małych i średnich przedsiębiorstw, *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, t. 22, 1, 45–57.
- Kwiatkowski, M., Symela, K. (2001). *Standardy kwalifikacji zawodowych. Teoria, metodologia, projekty*. Warszawa: Instytut Badań Edukacyjnych.
- MEECE Knowledge Transfer Strategy 2009 (2015, 1 grudnia). Pozyskano z: http://www.meece.eu/kt/docs/MEECE_KT%20Strategy.pdf
- Mikroprzedsiębiorstwa oraz małe i średnie przedsiębiorstwa – definicja i zakres* (2015, 1 grudnia). Pozyskano z: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=URISERV:n26026>
- Miodek, P., Speer Ł. (2014). Inżynier globalny – z perspektywy prawa i zarządzania. *Przedsiębiorstwo Przyszłości*, 1(18), 50–51.
- Nieć, M. (2013). Sytuacja mikroprzedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2012. W: A. Tarnawa, P. Zadura-Lichota (red.), *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2012*. Warszawa: PARP.
- Platonoff, A.L., Sysko-Romańczuk, S., Moszoro, B. (2004). Innowacyjność polskich firm w gospodarce opartej na wiedzy, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, 1, 87–92.
- Prahalad, C.K., Krishnan, M.S. (2010). *Nowa era innowacji*. Warszawa: PWN.
- Santarek, K., (red.) (2008). *Transfer technologii z uczelni do biznesu. Tworzenie mechanizmów transferu technologii*. Warszawa: PARP.
- Sopińska, A., Wachowiak, P. (2006; 2015, 15 marca). Modele zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwie. *E-mentor*, 1(14). Pozyskano z: <http://www.e-mentor.edu.pl/czasopismo/spis-tresci/numer/14>

- Sułkowski, Ł. (2004). Neopozytywistyczna mitologia w nauce o zarządzaniu. *Organizacja i Zarządzanie*, 1, 3–14.
- Tarnawa, A., Zadura, P. (2014). *Raport Global Entrepreneurship Monitor. Polska. Raport z badań 2013*, Warszawa: PARP.
- Teece, D.J. (1998). Capturing Value from Knowledge Assets: The New Economy, Market for Knowledge, and Intangible Assets. *California Management Review*, 40(3), 55–79.
- Wilmańska, A. (red.) (2010). *Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008–2009*. Warszawa: PARP.
- Wziątek-Kubiak, A. (2009). Od awersji do innowacji do upowszechnienia się innowacji wśród polskich przedsiębiorstw. W: E. Adamowicz (red.), *Polska transformacja po latach*. Warszawa: C.H. Beck.

Danuta Janczewska, dr inż., Społeczna Akademia Nauk w Łodzi, Katedra Marketingu i Logistyki, Wydział Zarządzania. Adiunkt w Katedrze Marketingu i Logistyki. Jej zainteresowania naukowe są związane z problematyką metodami zarządzania i nowoczesnymi technikami w sektorze mikroprzedsiębiorstw. Autorka ponad 90 publikacji krajowych i zagranicznych. Uczestniczyła w konferencjach krajowych i międzynarodowych na temat przedsiębiorczości i zarządzania w sektorze mikroprzedsiębiorstw. Do najważniejszych badań należy udział w projektach: KBN, PW-004/ITE/01/2004 – 2008: „Rozwój metod transformacji wiedzy i transferu technologii – Temat: Modele procesu transformacji wyników badań naukowych do zastosowań praktycznych oraz systemu zarządzania nimi we współpracy z Uniwersytetem Warszawskim, PARP oraz w badaniach FORESIGHT Polska 2020 jako ekspert zewnętrzny w Programie FORESIGHT – Polska 2020 – w ramach programu UE 2007–2008. Od 2004 r. prowadzi badania własne metod zarządzania w mikroprzedsiębiorstwach.

Danuta Janczewska, Dr. Eng, senior lecturer in Management Faculty in the Social Academy of Science in Lodz, Department of Logistics and Marketing. Research interest include management in micro enterprises, the modern methods of management in micro enterprises. Author of over 90 articles and papers in domestic and foreign journals and conferences. *The main research: State Committee for Scientific Research, PW-004/ITE/01/2004-2008. Researches of Models of Knowledge Transformation and Transfer of Technology, and Research of FORESIGHT Poland 2020.* Conducts own research of management of micro enterprises. Research in SMEs realized since 2004.

Adres/Address:

Społeczna Akademia Nauk w Łodzi
ul. Sienkiewicza 9
90-113 Łódź, Polska
e-mail: djanczewska@spoleczna.pl

JERZY JANCZEWSKI

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi, Polska ■ The University of Humanities and Economics in Lodz, Poland

Efektywne wykorzystanie zasobów jako czynnik konkurencyjności i przedsiębiorczości w usługach motoryzacyjnych

Efficient Use of Resources as a Factor of Competitiveness and Entrepreneurship in the Automotive Services

Streszczenie: Artykuł prezentuje wybrane zagadnienia ponownego użycia części i zespołów samochodowych. Omówiono w nim sposoby wydłużania cyklu istnienia obiektu technicznego, zagadnienia bezpośredniego użycia części samochodowych i całych zespołów, regeneracji części i zespołów oraz odnowy całych samochodów. Działania takie zaliczono do działań przedsiębiorczych, wzmacniających konkurencyjność firm zajmujących się usługami motoryzacyjnymi. Przytoczono przykłady dwóch firm wywodzących się z lokalnego rynku i funkcjonujących w dziedzinie ponownego użycia oraz potwierdzono przypuszczenie, że wydłużanie cyklu życia części samochodowych i całych zespołów przysparza korzyści zarówno środowisku naturalnemu, jak i samym firmom, a także ich klientom.

Abstract: The article presents selected issues of the reuse of automotive parts and assemblies. The ways of extending the life cycle of a technical object, the issues of direct use of auto parts and entire system as well as the regeneration of parts and assemblies with health issues throughout the car have been described. Such activities are included into entrepreneurial activities, strengthening the competitiveness of companies in the automotive services. The examples of two companies originating from the local market and operating in the field of reuse were presented, which confirmed the assumption that extending the life cycle of car parts and systems gives an advantage to both the environment and the companies themselves as well as their clients.

Słowa kluczowe: cykl życia obiektu technicznego; części samochodowe; konkurencyjność; ponowne użycie; przedsiębiorczość

Key words: car parts; competitiveness; entrepreneurship; technical object life cycle; re-use

Otrzymano: 10 listopada 2015

Received: 10 November 2015

Zaakceptowano: 7 marca 2016

Accepted: 7 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Janczewski, J. (2016). Efektywne wykorzystanie zasobów jako czynnik konkurencyjności i przedsiębiorczości w usługach motoryzacyjnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 176–198.

Wstęp

Nowoczesna koncepcja tworzenia przewagi konkurencyjnej kładzie szczególny nacisk na konieczność umiejętnego posługiwania się zasobami (Grzebyk, Kryński, 2011), a efektywne wykorzystanie szeroko rozumianych zasobów może być źródłem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw, czynnikiem ich przedsiębiorczości i tworzenia nowych miejsc pracy. Wiąże się ono przede wszystkim z opracowaniem nowych produktów i usług, znalezieniem nowych sposobów ograniczania nakładów, minimalizacją liczby odpadów, poprawą zarządzania zapasami zasobów, zmianą modeli konsumpcji, optymalizacją procesów produkcyjnych oraz nowych metod zarządzania i prowadzenia działalności gospodarczej, a także metod ulepszających działania logistyczne¹. Powodem do podejmowania takiej działalności jest ochrona środowiska oraz ochrona zasobów naturalnych.

Efektywne wykorzystanie zasobów dotyczące modeli konsumpcji to przede wszystkim umiejętnie wykorzystanie zasobu pracy w posiadanych obiektach technicznych. Jednym z przykładów jest wydłużanie cyklu życia tych obiektów, co m.in. ma miejsce w branży motoryzacyjnej i jest realizowane na wiele sposobów, np. przez: ponowne bezpośrednie użycie, naprawę, odnowę, odbudowę, modyfikację, odrestaurowanie, kanibalizację bądź regenerację. Celem niniejszego artykułu jest prezentacja i analiza wybranych zagadnień ponownego użycia części i zespołów na przykładzie serwisowania i napraw pojazdów samochodowych oraz potwierdzenie hipotezy, że wydłużanie cyklu życia części samochodowych i całych zespołów przysparza korzyści zarówno środowisku naturalnemu, jak i samym firmom oraz ich klientom. Artykuł nawiązuje do zagadnień związanych z branżą motoryzacyjną, zarządzaniem logistyką zwrotną i małymi lokalnymi firmami usługowymi, które były poruszane w artykułach publikowanych przez autora we wcześniejszych numerach czasopisma „Przedsiębiorczość – Edukacja”. Wywody poparto przykładami dwóch firm zajmujących się ponownym użyciem samochodów i wywodzących się z lokalnego rynku usług. Szczegółowo omówiono sposoby wydłużania cyklu istnienia obiektu technicznego, zagadnienia bezpośredniego użycia części samochodowych i całych zespołów, regeneracji części i zespołów oraz zagadnienia dotyczące odnowy całych samochodów. Działania takie zaliczono do działań przedsiębiorczych, wzmacniających konkurencyjność firm zajmujących się usługami motoryzacyjnymi. Mogą one wskazywać kierunki dalszego rozwoju tych firm i rozprzestrzeniania się przedsiębiorczości w regionie.

Branża motoryzacyjna w Polsce

Branża motoryzacyjna w Polsce odgrywa istotną rolę w gospodarce. Stanowi ona 8,6% naszej gospodarki i jest jedną z kluczowych gałęzi przemysłu. Oprócz szeroko rozumianej branży motoryzacyjnej funkcjonują liczne powiązane z nią sektory: usługi finansowe i biznesowe związane ze sprzedażą i utrzymaniem pojazdów, transport drogowy, produkcja i sprzedaż paliw samochodowych oraz budownictwo infrastruktury drogowej. W polskiej branży motoryzacyjnej przemysł oraz handel i usługi motoryzacyjne funkcjonują w znacznej mierze niezależnie od siebie. Przemysł motoryzacyjny nakierowany jest na eksport. Z kolei pojazdy oraz części i akcesoria sprzedawane na polskim rynku wtórnym pochodzą w większości z importu (*Stan branży motoryzacyjnej...*, 2013).

¹ Szerzej w: *Europa efektywnie korzystająca z zasobów...* (2011).

Na polskim rynku motoryzacyjnym stale przybywa pojazdów samochodowych. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego, na koniec 2014 r. w Polsce zarejestrowanych było 20 mln samochodów osobowych, czyli o ok. 3% więcej niż rok wcześniej. Tym samym na 1000 mieszkańców przypadło 520 pojazdów, co oznacza, że statystycznie co drugi Polak ma samochód. W ślad za rosnącą liczbą samochodów idzie też ogromne zapotrzebowanie na części i akcesoria motoryzacyjne.

W Polsce funkcjonuje ponad 900 producentów części i akcesoriów motoryzacyjnych, z czego ok. 300 stanowią firmy z kapitałem zagranicznym. Z kolei dystrybucja części samochodowych odbywa się głównie przez warsztaty motoryzacyjne i sklepy. Dziennie do niezależnych serwisów i sklepów trafia średnio 640 tys. sztuk części. W naszym kraju działa ok. 620 punktów hurtowej sprzedaży produktów tego typu, blisko 18 tys. niezależnych warsztatów i ok. 1500 autoryzowanych serwisów. Sektor sprzedaży części motoryzacyjnych tworzy blisko 26,5 tys. miejsc pracy.

Zdecydowana większość warsztatów niezależnych i autoryzowanych wykonuje wszystkie rodzaje napraw, a zakres ich usług jest stale rozszerzany. Niektóre z warsztatów niezależnych specjalizują się w wąskiej dziedzinie, np. elektronice i elektryce, naprawach głównych silników lub blacharstwie i lakiernictwie. Serwisy autoryzowane współpracują z producentami i zajmują się konkretnymi markami samochodów. Serwisy autoryzowane prowadzą sprzedaż samochodów zarówno nowych, jak i używanych, zaś niektóre warsztaty niezależne zajmują się pośrednictwem i sprzedażą samochodów używanych.

Rocznie warsztaty niezależne notują ponad trzykrotnie więcej odwiedzin niż warsztaty autoryzowane. Przyczyn takiej dysproporcji jest kilka. Jedną z nich jest problem dostępności usług – poza dużymi miastami zwykle do autoryzowanego warsztatu jest bardzo daleko. Powodów atrakcyjności warsztatów niezależnych należy upatrywać również w niskim poziomie zamożności społeczeństwa, użytkowaniu wyeksploatowanych samochodów i tym samym chęci obniżania kosztów ich utrzymania. Rynek niezależny oferuje tańsze części (o ok. 60%) oraz tańsze usługi (tu różnice sięgają nawet 100%). Z tych też powodów udział warsztatów niezależnych w rynku części wynosi 60%, mimo że warsztaty niezależne stanowią 92% wszystkich punktów naprawy samochodów².

Sposoby wydłużenia cyklu życia obiektu technicznego

Cykl istnienia obiektu technicznego³ definiuje się jako czas od jego zaprojektowania (lub nawet od momentu sformułowania potrzeby, którą ów obiekt ma zaspokoić) przez jego wytworzenie i eksploatację aż do fizycznej likwidacji. Analizując cykl istnienia obiektu technicznego w perspektywie całkowitej odpowiedzialności producenta za wyrób, można mówić o cyklu otwartym i zamkniętym. Ten podział dotyczy nie tyle istnienia obiektu na rynku, ile problemu, co z nim zrobić po zakończeniu jego funkcjonowania, kiedy klient nie chce lub nie może go dalej eksploatować. W otwartym cyklu istnienia każdy wyrób wycofany z eksploatacji staje się odpadem trafiającym do recyklingu lub na składowisko odpadów komunalnych. W zamkniętym, czy raczej – rozszerzonym – cyklu obiekt techniczny zostaje usunięty z rynku

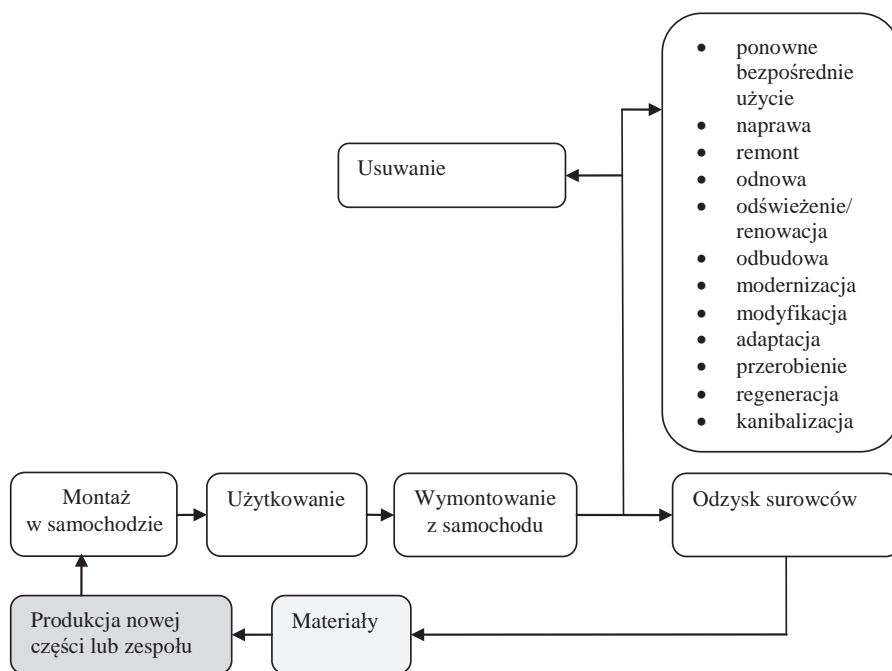
² Szerzej w: *Branża motoryzacyjna w Polsce* (2014); *Jaka naprawę jest branża motoryzacyjna w Polsce* (2010); Włodarczyk, Janczewski (2014).

³ W prezentowanej pracy za obiekt techniczny przyjęto pojazd samochodowy, a pojęcia: „cykl życia” i „cykl istnienia” traktowane są zamiennie.

i zagospodarowany przez ponowne użycie, użycie jego części lub ponownie użycie pozyskanych z niego materiałów (Karwasz, 2010).

Wydlużenie cyklu życia obiektów technicznych może być realizowane na wiele sposobów, do których zalicza się: ponowne bezpośrednie użycie, naprawę, odnowę (odświeżenie, renowację), odbudowę, modyfikację, odrestaurowanie, kanibalizację i regenerację. Potencjalne sposoby wydłużenia cyklu istnienia części lub zespołów pojazdu samochodowego po zakończeniu ich użytkowania i wymontowaniu z samochodu pokazano na rycinie 1. Sposoby te mogą dotyczyć nie tylko pojedynczych części i zespołów samochodowych, lecz także całego samochodu, zwłaszcza gdy po pewnym etapie użytkowania zmienia on właściciela i wymaga odpowiedniego przygotowania do dalszej eksploatacji.

Ryc. 1. Potencjalne sposoby wydłużenia cyklu istnienia części lub zespołu pojazdu samochodowego po zakończeniu użytkowania



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Remanufacturing Terminology* (2012: 4)

Ponowne bezpośrednie użycie jest najprostszą formą wydłużenia cyklu życia obiektu i występuje wtedy, kiedy obiekt ten lub jego zespoły i części (bez dodatkowych zabiegów), jedynie po oględzinach lub weryfikacji i stwierdzeniu ich przydatności do dalszego funkcjonowania, zostają kilkakrotnie wykorzystane w tym samym lub innym celu (Włodarczyk, Janczewski, 2013). Prawdopodobna jakość takich części w porównaniu z jakością części fabrycznych jest niższa lub w skrajnych wypadkach – porównywalna, np. gdy zespół lub części pochodzą z obiektu nowego, który z różnych względów uległ wycofaniu z eksploatacji. Jakość elementu przeznaczonego do ponownego bezpośredniego użycia ma ogromne znaczenie. Konsument, jeżeli napotka na informację o jakichkolwiek trudnościach w użytkowaniu takiego elementu,

nie będzie chciał z niego skorzystać. Należy zaznaczyć, że niektórzy użytkownicy i firmy zajmujące się serwisem samochodów nie akceptują ponownego bezpośredniego użycia. Ci pierwsi prawdopodobnie z powodu braku pełnej gwarancji na zespół lub część rezygnują z nagrody finansowej, jaką niesie technologia ponownego użycia, a ci drudzy z powodu braku wypracowanych metod (jak należy w praktyce warsztatowej stosować tę technologię), utraty dodatkowej marży lub przekonania, że technologia ponownego użycia jest obciążona wysokim stopniem ryzyka.

Celem naprawy jest powrót sprawnego produktu z tym, że jakość naprawionych produktów jest prawdopodobnie niższa niż jakość oryginału. Naprawa wymaga demontażu i usunięcia usterek i ta operacja może być wykonana w dowolnym miejscu (Włodarczyk, Janczewski, 2013). O konieczności dokonania naprawy decydują te elementy, które osiągnęły maksymalne dopuszczalne zużycie lub uległy uszkodzeniu. Przy wykonywaniu napraw stwierdza się często, że w tym samym zespole część elementów musi być naprawiona bądź wymieniona, część zaś zachowała zdolność do dalszej pracy, a więc ma zapas czasu pracy, w końcu którego osiągnie dopiero maksymalną dopuszczalną wielkość zużycia.

Naprawy można podzielić na naprawy główne i naprawy eksploatacyjne. Posługując się przykładem pojazdu samochodowego, można powiedzieć, że naprawa główna ma za zadanie przywrócić zdolności do wykonania nowego pełnego przebiegu międzynaprawczego, określonego dla danego zespołu lub całego pojazdu. Natomiast naprawa eksploatacyjna przeprowadzona jest w okresie trwania przebiegu międzynaprawczego i ma za zadanie utrzymanie zdolności do kontynuowania tego przebiegu. Do napraw eksploatacyjnych zaliczane są również naprawy bieżące, polegające na wymianie lub naprawie tych elementów, które wcześniej od innych ulegają zużyciu lub uległy uszkodzeniu i powodują zakłócenia sprawności działania całego obiektu. Naprawa lub wymiana takich elementów nie powinna powodować konieczności całkowitej rozbiórki obiektu lub zespołu (Sobiepanek, Roehrych, Zienkiewicz, 1975).

W języku polskim synonimem wyrazu „naprawa” jest wyraz „remont”. Remont, podobnie jak naprawa, definiowany jest jako przywrócenie wartości użytkowej (funkcjonalności, sprawności techniczno-ekonomicznej) obiektu (maszyny, urządzenia, budynku). Należy jednak rozróżnić remont i naprawę, zwłaszcza gdy naprawa jest nieplanowana. W naprawie jakość produktu w porównaniu z jakością produktu fabrycznie nowego jest niższa, zaś w przypadku remontu jakość ta niekiedy może być równoważna (zob. tab. 1).

Odnowa, odświeżenie lub inaczej: renowacja ma na celu doprowadzenie używanego produktu do określonego poziomu jakości, który jest mniej rygorystyczny w stosunku do nowych produktów. W przypadku samochodu jest to przywracanie odpowiedniej jakości przez zabiegi estetyczne polegające na myciu, czyszczeniu, polerowaniu, malowaniu, chromowaniu, usuwaniu wgnieceń, rdzy, obcych zapachów i wiele innych. Czynności odnowy uwzględniają także technologiczną modernizację polegającą na zastępowaniu przestarzałych modułów i komponentów technologicznie lepszymi i nowocześniejszymi. W przypadku samochodu może dotyczyć to lakieru, silnika, tapicerki lub innych widocznych elementów.

Z odbudową mamy do czynienia w przypadku zniszczenia części widocznych obiektu technicznego, podczas gdy jego szkielet i zasadnicze elementy pozostają nienaruszone. W przypadku odbudowy obiekt techniczny częściowo nie istnieje. Może się zdarzyć, że jakaś jego część uległa uszkodzeniu i choć sam obiekt istnieje, to wymaga przeprowadzenia rozbiórki i odbudowy.

Odbudowa może dotyczyć także zespołów i ich elementów. W przypadku pojazdów samochodowych może ona dotyczyć samochodów powypadkowych z rozległymi uszkodzeniami

karoserii, a także – przede wszystkim – modeli wyeksploatowanych charakteryzujących się niewielkim zasobem pracy. Odbudowa samochodu związana jest głównie z takimi działaniami, jak: czyszczenie pozostałości z korozji, wykonanie dodatkowych wzmocnień i uzupełnień konstrukcji, dopasowanie niektórych elementów oraz wszelkie prace blacharsko-lakiernicze i konserwacyjne. Szczególnie dużo czasu poświęca się tzw. dopracowaniu szczegółów.

Z ekonomicznego punktu widzenia odbudowa w porównaniu z wyprodukowaniem nowego samochodu jest nieopłacalna. W przypadku odbudowy prawdopodobna zmiana jakości w porównaniu z produktem fabrycznie nowym jest niższa lub równoznaczna, niekiedy możemy mieć do czynienia z wyższą jakością niż jakość produktu fabrycznie nowego (tab. 1).

Tab. 1. Sposoby wydłużenia cyklu życia w aspekcie możliwej zmiany jakości w porównaniu z produktem fabrycznie nowym

Sposoby wydłużenia cyklu życia	Możliwa zmiana jakości w porównaniu z produktem fabrycznie nowym			
	niższa	równoważna	wyższa	nieokreślona
Ponowne bezpośrednie użycie	X	X		
Naprawa	X			
Remont	X	X		
Odnowa	X			
Odświeżenie	X			
Renowacja	X			
Odbudowa	X	X	X	
Modernizacja			X	
Modyfikacja		X	X	
Adaptacja	X	X		
Przerobienie	X	X		
Regeneracja		X	X	
Kanibalizacja	X	X	X	X
Odrestaurowanie	X	X	X	

Źródło: opracowanie własne

Modernizacja to kolejny sposób wydłużania cyklu życia obiektów technicznych. Oznacza ona unowocześnienie lub uwspółcześnienie produktu, polegające na trwałym ulepszeniu, np. istniejącego obiektu technicznego, co prowadzi do zwiększenia jego wartości użytkowej. Modernizacja prowadzi do zmiany cech jakościowych na lepsze w stosunku do produktu fabrycznego i może mieć charakter kompleksowy lub częściowy. Modernizacja kompleksowa prowadzi do zmiany większości istotnych cech opisujących działanie obiektu technicznego. Gdy natomiast niektóre cele modernizacyjne realizowane w ramach modernizacji kompleksowej dotyczą zmian tylko niektórych niekorzystnych cech eksploatowanych obiektów, to jest to wówczas modernizacja niepełna częściowa (Woropay, 1996), zwana niekiedy modyfikacją.

Specyficzną formą modernizacji, jak pisze M. Woropay (1996), jest adaptacja oraz uproszczenie konstrukcji obiektu technicznego. Adaptacja obiektu jest taką modernizacją, która wynika ze zmiany technologii produkcji aktualnie wytwarzanego asortymentu wytworów. Zasadniczym celem adaptacji jest dokonanie takich zmian konstrukcyjnych, które umożliwią

zarówno wykorzystanie obiektów technicznych do realizacji nowych zadań w systemach ich eksploatacji, jak i ich przekonstruowanie w przyszłości. Są to zwykle niewielkie zmiany konstrukcyjne, których zasadniczym celem nie jest unowocześnienie obiektów technicznych, lecz ich okresowe lub stałe przystosowanie do wykonywania określonych zadań produkcyjnych lub usługowych. Przykładem może być adaptacja samochodu osobowego do przewozu osób niepełnosprawnych, adaptacja samochodu ciężarowego do przewozu materiałów niebezpiecznych lub innego pojazdu samochodowego do wykonywania zadań specjalnych, takich jak ratownictwo drogowe.

Modernizacją jest również uproszczenie konstrukcji istniejących obiektów technicznych, niekiedy zwane przerobieniem. Rozwiązanie takie jest często bardziej opłacalne ekonomicznie w porównaniu z zakupem nowych specjalistycznych obiektów. Dokonując modernizacji przez uproszczenie konstrukcji, bierze się pod uwagę przyszły zakres ich wykorzystania.

Według definicji APRA (Automotive Parts Rebuilders Association – Stowarzyszenie Regenerujących Części Motoryzacyjne), termin „regeneracja” oznacza odbudowę używanej części pojazdu zgodnie z ogólnie przyjętymi zasadami sztuki inżynierskiej tak, że funkcjonalnie odpowiada ona części nowej. Zatem pod wyrazem „regeneracja” rozumiane jest działanie polegające na przywróceniu za pomocą odpowiednich zabiegów zużytem lub uszkodzonym częściom lub zespołom ich pierwotnych właściwości użytkowych, takich jak kształt, wymiary, parametry i pozostałe cechy niezbędne do ich dalszej, niezawodnej pracy. Podczas regeneracji wymontowana część/zespół (np. rozrusznik, alternator, przekładnia kierownicza), określana jako rdzeń, musi być całkowicie zdemontowana, oczyszczona i zbadana pod kątem zużycia i uszkodzenia. Zużyte, brakujące lub niefunkcjonujące składowe części są zamieniane na nowe lub odbudowane.

Wyrób regenerowany może być nawet jakościowo lepszy niż fabrycznie nowy, a tak się zdarza, gdy doświadczenia z regeneracji jednoznacznie wskazują na niedociągnięcia konstrukcyjno-technologiczne. Niedociągnięcia takie można wyeliminować np. przez zastosowanie nowych, ulepszonych materiałów, co znacznie wydłuża żywotność części i poprawia ich jakość w stosunku do części fabrycznie nowych (*Remanufacturing Terminology*, 2012).

Podejmowanie decyzji w zakresie regeneracji jest procesem bardzo złożonym ze względu na bardzo szeroki asortyment zespołów i części nadających się do regeneracji oraz różnorodność metod ich odnowy. Z uwagi na brak uniwersalnych metod regeneracji bardzo utrudniona jest typizacja regenerowanych części, co w konsekwencji może poważnie utrudnić osiągnięcie pożądaných efektów technicznych i ekonomicznych. Tomczyk przytacza szereg czynników mających bezpośredni wpływ na podjęcie właściwych (optymalnych) decyzji w zakresie regeneracji części wymiennych (Tomczyk, W: Włodarczyk, Janczewski, 2013).

Kanibalizacja czasami nazywana jest selektywnym demontażem i tym różni się od naprawy i renowacji, że tylko niewielka liczba zużytych produktów, które podlegają zwrotowi, pochodzi ze starego produktu i można ich użyć ponownie. Części te mogą być zarówno używane w naprawach i remontach, jak i w regeneracji. Jakość części zależy od procesu, w którym będą używane. Kanibalizacja może być również rozumiana jako proces polegający na pozyskiwaniu części zamiennych z uszkodzonych używanych maszyn i montowaniu ich w kolejnych, niekoniecznie podobnych maszynach. Celem tych sposobów zagospodarowania produktu jest zachowanie ich identyczności, natomiast w przypadku recyklingu tożsamość i funkcjonalność produktów i komponentów może być utracona (Włodarczyk, Janczewski, 2013).

Odrestaurowanie to zespół działań zmierzających do przywrócenia uszkodzonemu lub zmienionemu obiektowi technicznemu jego pierwotnej formy użytkowej. Prace

restauratorskie przeprowadzane są na podstawie zachowanych materiałów archiwalnych w postaci planów, zdjęć itp. z użyciem oryginalnych detali i zachowaniem ocalałych fragmentów obiektów.

W przypadku pojazdów samochodowych odrestaurowanie może dotyczyć samochodów zabytkowych mających wartość historyczną lub sentymentalną, dla których zachowały się materiały archiwalne i ograniczona liczba oryginalnych zespołów lub części. W przypadku odrestaurowania prawdopodobna zmiana jakości w porównaniu z produktem fabrycznie nowym może być niższa, porównywalna lub niekiedy wyższa.

Ponowne bezpośrednie użycie części i zespołów

Części i używane zespoły oferowane są na niezależnym rynku motoryzacyjnym i stosowane przede wszystkim w naprawach samochodów o dużym przebiegu i niewielkiej wartości ekonomicznej. W Polsce większość takich samochodów użytkują transport indywidualny oraz mikrofirmy przewozowe.

Używane części i zespoły pochodzą z rozbiórki samochodów wycofanych z eksploatacji oraz rozbiórki samochodów importowanych z Anglii, z kierownicą po prawej stronie, przystosowanych do ruchu lewostronnego. W Polsce procederem rozbiórki samochodów zajmują się zarówno legalnie działające firmy, jak i szara strefa. Części używane są sprzedawane przeważnie na giełdach, bezpośrednio na złomowiskach oraz na stacjach demontażu pojazdów. Do niedawna podstawową formą sprzedaży części używanych był kontakt bezpośredni kupującego ze sprzedawcą. Obecnie najważniejszą rolę w handlu częściami używanymi odgrywają portale internetowe, np. Allegro, OLX, Auto Part i inne. Najwięksi dystrybutorzy części używanych mają tam wystawione tysiące opisów ze zdjęciami części zamiennych. Poziom zaawansowania takiej obsługi informatycznej jest relatywnie niski (brak zaawansowanych filtrów, brak możliwości wyboru części używanych przez numery katalogowe, nabywca przegląda wiele ofert). Dostawa części używanych do zamawiającego odbywa się najczęściej za pośrednictwem firmy kurierskiej. Zwykle nabywca opłaca koszty transportu części zamiennej (Gidlewski, Jemioł, Prochowski i in., 2015). Niekiedy zakupy używanych części i zespołów wiążą się z ryzykiem, zwłaszcza gdy nabywca nie ma możliwości organoleptycznej oceny zamawianego elementu i jedynie polega na informacji od sprzedającego. Zwykle sprzedawcy udzielają na wysyłane części lub zespoły krótkookresowej gwarancji, nazywanej potocznie gwarancją rozruchową. Gwarancja taka jest w praktyce trudna do wyegzekwowania, a zamiast zwrotu pieniędzy najczęściej oferowana jest wymiana wadliwego elementu na następny.

Używane zespoły i części można podzielić na dwie najważniejsze grupy. Do pierwszej z nich zalicza się części mechaniczne, a do drugiej – części blacharskie i inne tzw. części widoczne.

Części mechaniczne to przede wszystkim silniki, skrzynie biegów, amortyzatory, mosty napędowe, pompy wspomagania, kolumny kierownicze i sprężarki klimatyzacji. Części tych nie można ocenić organoleptycznie, a użytkownik ich sprawność poznaje dopiero po montażu w swoim samochodzie.

Części widoczne to przede wszystkim błotniki, drzwi, pokrywy, zderzaki, fotele, klamki, reflektory i lampy. W przypadku takich elementów ryzyko zakupu jest niewielkie i w większości przypadków użycie w naprawie części widocznej jest korzystniejszym rozwiązaniem niż zastosowanie nowego zamiennika.

Regeneracja części i zespołów w motoryzacji

Części i zespoły regenerowane fabrycznie są oferowane na niezależnym rynku motoryzacyjnym i również stosowane przez koncerny samochodowe do napraw samochodów w serwisach autoryzowanych przez producentów. Za regenerowaniem części zamiennych przemawiają względy ekonomiczne. Regeneracja ma również wymiar ekologiczny, tj. ochronę i dbałość o środowisko. Do najczęściej regenerowanych podzespołów montowanych w samochodach należą: rozruszniki, alternatory, pólوسی napędowe, sprzęgła, przekładnie kierownicze, zaciski hamulcowe, silniki i elementy silników, bloki silników, głowice silników, wtryskiwacze, koła zamachowe, pompy wtryskowe, turbosprężarki, filtry cząstek stałych, chłodnice, sprężarki klimatyzacji, kompletne sprzęgła, skrzynie biegów manualne i automatyczne, pompy wspomaganie układu kierowniczego.

W latach minionych regeneracją części w Polsce zajmowali się głównie rzemieślnicy i niewielkie firmy. Obecnie regeneracją części samochodowych zajmują się również wielkie koncerny, w tym producenci samochodów oraz producenci i dyspozytorzy części. W naszym kraju przybywa firm zajmujących się regeneracją części samochodowych, a coraz częstsze i większe inwestycje zagraniczne dokonywane są przez zachodnie firmy regeneracyjne.

Producenci samochodów coraz częściej decydują się na wprowadzenie do swojej oferty części regenerowanych m.in. z obawy utraty klientów stacji serwisowych, po tym jak unijne przepisy zaczęły liberalizować rynek motoryzacyjny, a Dyrektywa GVO umożliwiała serwisowanie samochodów w niezależnych warsztatach i ich naprawę za pomocą zamienników bez utraty gwarancji. Regenerowane podzespoły są zatem traktowane jako alternatywa dla stosowania tańszych zamienników (Włodarczyk, Janczewski, 2013).

Na rynku polskim regenerowane części zamienne oferuje większość serwisów autoryzowanych. Serwisy te sprzedają tańsze części zamienne po regeneracji pod warunkiem zwrotu zużytego elementu lub zapłaty kaucji. Na produkt po regeneracji przysługuje taka sama gwarancja jak na produkt nowy.

Odnowa obiektów technicznych w motoryzacji

W Polsce intensywnie rozwija się rynek samochodów używanych. Na dużą skalę oferują je importerzy, firmy leasingowe i floty samochodów. Również małe firmy i indywidualni użytkownicy stosunkowo często podejmują decyzje o sprzedaży lub zamianie dotychczas używanego samochodu na nowszy model lub model pełniej zaspakajający ich potrzeby. Większość z tych pojazdów wymaga odnowy, która zwykle nie ogranicza się do takich prostych zabiegów, jak mycie, czyszczenie czy odkurzanie.

Równolegle z rozwojem rynku samochodów używanych powiększa się liczba firm oferujących liczne usługi oparte na profesjonalnych procesach odnowy. Wymownym przykładem mogą być firmy zajmujące się usługami z wykorzystaniem technologii Smart czy PDR lub usługami zaawansowanej kosmetyki samochodowej, tzw. auto detailingiem.

Usługi z użyciem technologii Smart, tzw. Smart Repairs (Small – Medium Area Repair Technology) dotyczą drobnych uszkodzeń elementów pojazdów, np. uszkodzeń niewielkich powierzchni szyby, tapicerki, karoserii, obręczy kół i innych. Popularne działania w tej technologii to wykonywanie naprawy zderzaków, listew ochronnych, zapraw lakierniczych, naprawy wgnieceń bez lakierowania, naprawy szyb klejonych, tapicerki welurowej, winylowej,

materiałowej i skórzaney, odnowa obręczy kół, spawanie elementów z tworzyw sztucznych (*Smart Repair – szybkie naprawy*, 2015).

Usługi bezinwazyjnego usuwania wgnieceń średnich i małych powierzchni z karoserii pojazdów wykonywane są z użyciem technologii zwanej PRT (Paintless Dent Removal) polegającej na usuwaniu wgnieceń karoserii samochodowych bez konieczności późniejszego lakierowania (*What is PDR?*, 2015).

Naprawy drobnych uszkodzeń obejmujących niewielkie powierzchnie samochodu pozwalają zachować oryginalność jego elementów i części oraz znacznie skracają czas naprawy w stosunku do technologii tradycyjnej, zatem również pozwalają obniżyć cenę takiej naprawy.

Angielski termin „auto detailing” nie ma w języku polskim odpowiednika. Pojęcie to definiuje się jako zoptymalizowany proces kompleksowego czyszczenia, renowacji i konserwacji pojazdu samochodowego lub jego elementów, zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz, w celu podniesienia walorów estetycznych i użytkowych pojazdu, a także przedłużenia jego żywotności (*Auto detailing*, 2015).

Auto detailing wnętrza obejmuje czyszczenie, regenerację i konserwację przestrzeni pasażerskiej oraz bagażnika. Główne procesy dokonywane podczas auto detailingu polegają na czyszczeniu elementów tapicerskich, podsufitki, kokpitu, wszelkich elementów plastikowych i metalowych. Nacisk kładziony jest na odnowę najdrobniejszych szczegółów i przywrócenie stanu fabrycznego.

Auto detailing zewnętrzny obejmuje regenerację i konserwację powłoki lakierniczej, kół, szyb, elementów chromowanych. W przypadku regeneracji powłoki lakierniczej proces ten można podzielić na takie etapy, jak:

- oczyszczenie karoserii, które prowadzi do usunięcia wszelkich obcych cząsteczek z powierzchni zewnętrznych,
- polerowanie powłoki lakierniczej, które może być dokonywane ręcznie lub maszynowo,
- konserwację, która polega na nałożeniu ochronnej warstwy wosku.

Auto detailing jest pewnym przewrotem w kosmetyce samochodowej. W odróżnieniu od oferty myjni samochodowych celem auto detailingu nie jest utrzymanie standardowej czystości, a podniesienie walorów estetycznych i użytkowych pojazdów. Technologie stosowane w firmach trudniących się auto detailingiem pozwalają na usunięcie większości śladów dotychczasowej eksploatacji, przedłużają cykl istnienia, zwiększając wartość rynkową pojazdu, co również wspomaga jego sprzedaż (*Kosmetyka samochodowa...*, 2015).

Studium przypadku

Przedsiębiorstwo „Handel artykułami przemysłowymi i częściami samochodowymi”

Prezentowane przedsiębiorstwo powstało w 2000 r. jako firma osoby cywilnej zajmującej się transportem i specjalizującej się w usługach pomocy drogowej dla pojazdów ciężarowych i dostawczych⁴. Mieści się ono w województwie wielkopolskim, na szlaku pomiędzy Łodzią a Poznaniem. Początkowo usługi pomocy drogowej wykonywane były przez przedsiębiorstwo na obszarze Polski. Obecnie firma świadczy swoje usługi w całej Unii Europejskiej, a także poza Unią. Początki działalności z powodu małej liczby klientów były dla firmy trudne, lecz z biegiem czasu liczba klientów wzrastała, a firma dodatkowo zajęła się skupem i importem

⁴ Informacje o firmie pochodzą z inżynierskiej pracy dyplomowej Michała Marka Zaręby, napisanej pod kierunkiem autora artykułu.

wycofanych z eksploatacji samochodów ciężarowych i dostawczych, natomiast później ich demontażem i sprzedażą używanych zespołów oraz części. W tym celu poszerzono powierzchnię magazynową firmy, zwiększono plac dla samochodów, wybudowano magazyny i biuro obsługi klientów, jak również zakupiono niezbędny sprzęt, taki jak specjalne dźwigi do wyciągania i ładowania silników samochodowych, wózki widłowe do przewozu zdemontowanych części i podzespołów itp. Wraz z rozwojem firmy powiększyła się kadra pracownicza, zainwestowano też w obsługę informatyczną. Zatrudniono menedżera, księgową, zwiększono liczbę pracowników, a także zakupiono sprzęt komputerowy oraz niezbędne programy do zarządzania przedsiębiorstwem. W 2009 r. firma powiększyła zakres usług o złomowanie samochodów osobowych i obecnie jest jedną z większych w swoim rejonie firm świadczących usługi złomowania i sprzedaży części.

Obecnie w ofercie przedsiębiorstwa znajdują się takie usługi, jak: transport krajowy i zagraniczny pojazdów, skup pojazdów powypadkowych, złomowanie pojazdów, naprawa i sprzedaż samochodów ciężarowych i dostawczych oraz sprzedaż części. Firma ma bardzo duży asortyment używanych części i zespołów do takich marek, jak: MAN, Mercedes, Iveco, Daf, Scania, Renault, Volvo. Oferowane zespoły i części to m.in. skrzynie biegów, silniki, ogumienie, obręcze kół, kompletne kabiny, reflektory, szyby, deski rozdzielcze, fotele, obicia, elementy blacharki i elementy podwozi.

Sprzedaż detaliczna i hurtowa prowadzona jest na miejscu w firmie przez kontakt indywidualny, jak również wysyłkowo przy współpracy z firmą kurierską. Informacja o dostępnych częściach wraz z ich szczegółowym opisem znajduje się na stronie internetowej firmy. Firma korzysta z różnego rodzaju aukcji, oferuje części za pośrednictwem Allegro i Otomoto, ogłasza się w prasie branżowej i ma stoiska na giełdach samochodowych. Przedsiębiorstwo jest otwarte na wszystkich klientów zarówno instytucjonalnych, jak i indywidualnych. Udziela fachowej pomocy i porad technicznych, traktując każdego klienta indywidualnie.

Przedsiębiorstwo ma dobrą opinię wśród klientów i sprzyjające warunki rynkowe, które przejawiają się stale rosnącym popytem na używane części i zespoły do samochodów ciężarowych oraz dostawczych. Czynniki konkurencyjności przedsiębiorstwa są: lokalizacja przedsiębiorstwa, wykwalifikowana kadra, właściwe relacje z partnerami zagranicznymi, niższa niż u konkurencji cena połączona z upustami, odpowiednia jakość części i zespołów, terminowość dostaw, własny transport do klienta, a także gwarancja na zakupioną część wraz z fakturą VAT. Należy także wspomnieć o przedsiębiorczości firmy będącej rezultatem takich jej czynników, jak kreatywność właściciela i jej pracowników, kalkulowanie i nieunikanie ryzyka oraz umiejętność szybkiego reagowania na potrzeby klientów.

Przedsiębiorstwo Luk-Car

Przedsiębiorstwo Luk-Car funkcjonuje na rynku usług motoryzacyjnych od 30 lat i specjalizuje się w usługach lakierniczo-blacharskich⁵. Firma obsługuje rynek wtórny pojazdów samochodowych, przygotowując je do ponownego użytkowania i sprzedaży. Przedsiębiorstwo zaliczane jest do grupy warsztatów niezależnych i kontynuuje rodzinne tradycje. Obecnie prowadzone jest w drugim pokoleniu.

W pierwszym pokoleniu obszarem działań przedsiębiorstwa był rynek lokalny w województwie małopolskim, a usługi ograniczały się do drobnych napraw blacharsko-lakierniczych

⁵ Informacje o formie Luk-Car pochodzą z inżynierskiej pracy dyplomowej Jakuba Skąpskiego, napisanej pod kierunkiem autora artykułu.

pojedynczych elementów nadwozia. Była to wtedy jednoosobowa firma o niewielkim dochodzie netto, nieprzekraczającym miesięcznie 1500 zł.

Przyrost samochodów w Polsce i import używanych samochodów zainspirował nowego właściciela do rozwoju firmy. W ciągu trzech lat (2009–2012) zakupiono komorę lakierniczą wraz z urządzeniami grzewczymi i systemem wentylacji i oświetlenia, sprzęt do polerowania, szlifowania, matowania powłok lakierniczych, myjkę ciśnieniową i odkurzacz piorący. Równocześnie przedsiębiorstwo pozyskało klientów zajmujących się importem powypadkowych samochodów osobowych głównie z Austrii, Niemiec i Francji. Wraz ze wzrostem liczby klientów powiększono plac parkingowy, rozbudowano bramę wjazdową, umożliwiającą wjeżdżanie dużych zestawów ławet, zakupiono urządzenia emitujące światło podczerwone suszące lakier w przeciągu 30 minut. W niedalekiej przyszłości firma planuje uruchomić mieszalnię lakierów i wdrożyć nowe technologie, takie jak Smart i PDR.

Sukcesywnie zatrudniano nowych pracowników – początkowo na umowę o dzieło, później na umowę o pracę. Obecnie na stałe firma zatrudnia czterech pracowników. W 2014 r. firma zrealizowała ok. 550 zleceń na usługi blacharsko-lakiernicze, przy czym większość z nich dotyczyła samochodów powypadkowych o różnym stopniu uszkodzenia, pochodzących zarówno od klientów indywidualnych, jak i instytucjonalnych. Znaczna część samochodów była przeznaczona do dalszej odsprzedaży, w niektórych dokonano modernizacji i przeróbki np. dla potrzeb miejscowej jednostki straży pożarnej, niektóre z odnowionych samochodów ponownie wróciły na zachodni rynek.

Najpopularniejsze marki samochodów, którymi firma się zajmuje, to Nissan Qashqai, Hyundai ix35, Kia Sportage, Mazda 2 oraz 3. Marki te są tańsze niż marki niemieckie, a jednocześnie równie niezawodne. Najczęstsze roczniki naprawianych w Luk-Car samochodów należą do przedziału 2009–2013 i mają szacunkowy przebieg ok. 3000 km. Średnia wartość rynkowa naprawianego pojazdu waha się w granicach 40–80 tys. zł (zdarzają się też samochody o wartości ok. 120 tys. zł). Stąd kolejną inwestycją przedsiębiorstwa był monitoring, pozwalający obserwować cały plac, na którym przeważnie znajduje się ok. 20 samochodów.

Obok rozwoju ilościowego firma zwraca szczególną uwagę na rozwój jakościowy i bezpieczeństwo zarówno w aspekcie bezpieczeństwa ruchu drogowego, jak i bezpieczeństwa ekologicznego. Czynnikami konkurencyjności Luk-Car są: wyposażenie firmy, wykwalifikowana i stabilna kadra, współpraca w ramach sieci z importerami i sprzedawcami samochodów, dobra reputacja i kreatywność właściciela oraz pracowników, a także ich zapał do pracy wspomagany satysfakcjonującą nagrodą finansową.

Podsumowanie

Światowe trendy ukierunkowane na efektywną gospodarkę zasobami dotyczą każdego ogniwa łańcucha dostaw, w tym i łańcuchów powrotnych. Małe lokalne firmy zajmujące się usługami motoryzacyjnymi mogą w łańcuchach powrotnych upatrywać szansy na rozwój i sukces. Przedsiębiorstwa świadczące usługi motoryzacyjne nie muszą wyłącznie zaspokajać potrzeb rynku lokalnego, gdyż w dobie powszechnej globalizacji, rozwoju nowych technik komunikacji, swobodnego przepływu informacji, usług i produktów mogą również współpracować z klientami spoza rynku lokalnego, czego wymownym dowodem są dwa przykłady małych firm zaprezentowanych w niniejszym artykule.

Działaniami związanymi z wydłużaniem cyklu istnienia zespołów lub części zainteresowani są nie tylko użytkownicy samochodów, lecz także ich producenci. Pojedyncze części lub całe zespoły samochodu niejednokrotnie wykonane są z surowców deficytowych, pochodzących ze źródeł nieodnawialnych. Stąd wydłużanie cyklu życia nabiera dużego znaczenia, a działania firm w tym obszarze przysparzają dodatkowych korzyści zarówno środowisku naturalnemu, jak i samym firmom i ich klientom.

Literatura

References

- Auto detailing*. (2015, 2 września). Pozyskano z: https://pl.wikipedia.org/wiki/Auto_detailing
- Europa efektywnie korzystająca z zasobów – inicjatywa przewodnia strategii „Europa 2020”*. (2015, 2 września). Bruksela: Komisja Europejska. Pozyskano z: http://www.mg.gov.pl/files/upload/8418/resource-efficient_europe_pl.pdf
- Gidlewski, M., Jemioł, L., Prochowski, L., Tkaczuk, S., Sklorz, A.R. (2015). *Analiza polskiego rynku części zamiennych do napraw samochodów*. Warszawa: Przemysłowy Instytut Motoryzacji, Centrum Rzeczoznawstwa Samochodowego i Szkoleń.
- Grzebyk, M., Kryński, Z. (2011). Konkurencja i konkurencyjność przedsiębiorstw. Ujęcie teoretyczne. W: M.G. Woźniak N., Fedan (red.), *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Uwarunkowania sprawnego działania w przedsiębiorstwie i regionie*, 20, Uniwersytet Rzeszowski, Katedra Teorii Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych, Katedra Ekonomiki i Zarządzania, Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 107–117.
- Jaka naprawę jest branża motoryzacyjna w Polsce*. (2010). Warszawa: Stowarzyszenie Dystrybutorów i Części Motoryzacyjnych.
- Karwasz, A. (2015, 2 września). Ocena recyklingowa wyrobów. Innowacje w Zarządzaniu i Inżynierii Produkcji. PTZP, 622–628. Pozyskano z: http://www.ptzp.org.pl/files/konferencje/kzz/arttyk_pdf_2010/73_Karwasz_A.pdf
- Kosmetyka samochodowa (auto detailing) – odświeżanie auta*. (2015, 2 września). Pozyskano z: <http://www.s-plus.pl/kosmetyka-auto-detailing>
- Raport Branży Motoryzacyjnej*. (2015, 2 września). Polski Związek Motoryzacyjny. Pozyskano z: <http://www.pzpm.org.pl/Rynek-motoryzacyjny/Roczniki-i-raporty/Raport-branzy-motoryzacyjnej-2015>
- Remanufacturing Terminology Remanufacturing Term Guideline*. (2015, 2 września). APRA Europe. Pozyskano z: <http://www.apra-europe.org/main.php?target=remanufacturing>
- Smart Repair – szybkie naprawy*. (2015, 2 września). Pozyskano z: <http://www.s-plus.pl/naprawa-smart-repair>
- Skąpski, J. (2014). *Procesy przygotowania samochodów do ponownego ich użycia na przykładzie firmy Luk-Car*. Łódź: Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna. Inżynierska praca dyplomowa, materiał niepublikowany.
- Stan branży motoryzacyjnej oraz jej rola w polskiej gospodarce*. (2013; 2015, 2 września). Raport KPMG w Polsce z inicjatywy Polskiego Związku Motoryzacyjnego. Pozyskano z: <https://www.kpmg.com/PL/pl/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/mobile/Stan-branzy-motoryzacyjnej-2013.pdf>
- Sobiepanek, T., Roehrych, K., Zienkiewicz, J. (red.). (1975). *Studium w zakresie podwyższania trwałości elementów maszyn. Poradnik III*. Warszawa: Ośrodek Doskonalenia Kadr SIMP.
- What is PDR?*. (2015, 2 września). Pozyskano z: <http://napdr.org/for-consumers/about-painless-dent-repair/>
- Włodarczyk, M., Janczewski, J. (2013). Zarządzanie logistyką zwrótną w usługach motoryzacyjnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 187–203.

- Włodarczyk, M., Janczewski, J. (2014). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce w branży motoryzacyjnej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 94–108.
- Woropay, M. (red.). (1996). *Podstawy racjonalnej eksploatacji maszyn*. Bydgoszcz – Radom: Akademia Techniczna i Instytut Technologii Eksploatacji.
- Zaręba, M.J. (2014). *Procesy logistyczne w przedsiębiorstwie złomowania pojazdów ciężarowych*. Łódź: Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna. Inżynierska praca dyplomowa, materiał niepublikowany.

Jerzy Janczewski, dr inż., adiunkt, Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna, Katedra Systemów Transportowych. Jerzy Janczewski jest inżynierem mechanikiem, doktorem nauk ekonomicznych w zakresie zarządzania. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na logistyce zwrotnej i problematyce zarządzania przedsiębiorstwami mikro i małymi z branży usług motoryzacyjnych i transportu drogowego.

Jerzy Janczewski, Engineer, lecturer, University of Humanities and Economics, Transport Systems Department. Mechanical engineer, doctor of economic sciences in management. Research interests focus on reverse logistics and management issues of micro and small enterprises in the industry of automotive service and road transport.

Adres/Address:

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna
Katedra Systemów Transportowych
ul. Rewolucji 1905 nr 64
90-222 Łódź, Polska
e-mail: jerzyjanczewski@poczta.onet.pl

PAWEŁ MAREK WORONIECKI

Uniwersytet Jagielloński, Kraków, Polska ■ Jagiellonian University, Cracow, Poland

Warunki przepływu pomocy publicznej do podmiotów gospodarczych w ujęciu polskiego prawodawstwa

Conditions of Flow of Public Aid to Economic Agents in Terms of Polish Legislation

Streszczenie: Istnieje szereg regulacji, które odnoszą się do przepływu pomocy publicznej do podmiotów gospodarczych. W szczególności warunki przepływu tej pomocy zostały wkomponowane w nową *Ustawę z dnia 15 maja 2015 r. Prawo restrukturyzacyjne* (Dz.U. z 2015 r., poz. 978 z późn. zm.), która poświęca pomocy publicznej 10 artykułów (art. 140–art. 149). Artykuły te tworzą, we wspomnianej wyżej ustawie, odrębny dział I (w ramach tytułu I), zatytułowany *Pomoc publiczna*. Bardziej szczegółowo problem pomocy publicznej został uregulowany przez polskiego prawodawcę w *Ustawie z dnia 30 kwietnia 2004 r. o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej* (tekst jednolity: Dz.U. z 2007 r. Nr 59, poz. 404 z późn. zm.). Przepływ pomocy publicznej odbywa się na podstawie specyficznej konstrukcji prawnej, która składa się z wielu – skorelowanych ze sobą – elementów. Analiza zawarta w niniejszym artykule jest ukierunkowana na przedstawienie tej wieloelementowej struktury normatywnej, z uwzględnieniem prawa Unii Europejskiej.

Abstract: There is a number of regulations which refer to the flow of public aid to economic agents. In particular, the conditions of flow of this aid have been introduced in the new statute of 15th May 2015 Restructuring Law (Journal of Laws of 2015, item 978 with later amendments), which dedicate ten articles to public aid (article 140 – article 149). These articles form, in the above-mentioned statute, a separate section I (in a framework of title I) entitled Public aid. In more detail, the problem of the public aid has been regulated by the Polish legislator in the statute of 30th April 2004 on proceedings in the matters concerning the public aid (consolidated text: Journal of Laws of 2007, No. 59, item 404 with later amendments). The flow of public aid is realized on the ground of a specific legal construction, which consists of a large number of elements correlated with each other. Analysis included in this article is directed on presenting this multi-element structure, with regard to the European Union law.

Słowa kluczowe: podmiot gospodarczy; pomoc publiczna; polskie prawodawstwo

Key words: economic agent; Polish legislation; public aid

Otrzymano: 29 lutego 2016

Received: 29 February 2016

Zaakceptowano: 15 maja 2016

Accepted: 15 May 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Woroniecki, P.M. (2016). Warunki przepływu pomocy publicznej do podmiotów gospodarczych w ujęciu polskiego prawodawstwa. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 190–198.

Wstęp

Możliwość przepływu strumienia pomocy publicznej do podmiotów gospodarczych została przez polskiego prawodawcę szczegółowo unormowana, czego przykładem są chociażby przepisy *Ustawy z dnia 30 kwietnia 2004 r. o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej* (tekst jednolity: Dz.U. z 2007 r. nr 59, poz. 404 z późn. zm.). Ustawa ta beneficjentem pomocy nazywa podmiot zajmujący się prowadzeniem działalności gospodarczej, także tej z zakresu rolnictwa bądź rybołówstwa, niezależnie od formy organizacyjno-prawnej oraz sposobu finansowania, jednocześnie spełniający warunek polegający na otrzymaniu pomocy publicznej (art. 2 pkt 16 wspomnianej wyżej ustawy). Dalsze dociekania zmierzają do ukazania przyjętej przez polskiego prawodawcę konstrukcji prawnej, na której opiera się system przepływu pomocy publicznej. W ten sposób ujęty cel badawczy wymaga szczegółowego przyjrzenia się elementom składającym się na tę konstrukcję prawną.

Mając na uwadze dalsze rozważania, warto przytoczyć treść artykułu 2 pkt 6 *Ustawy o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*, który przewiduje, że w każdym przypadku, gdy ustawa ta posługuje się pojęciem „pomoc indywidualna na restrukturyzację – należy przez to rozumieć pomoc indywidualną przewidzianą w planie restrukturyzacyjnym określającym działania mające na celu przywrócenie przedsiębiorcy długookresowej zdolności do konkurowania na rynku, w szczególności sposób finansowania tych działań, w tym również przez udzielanie pomocy publicznej”.

Zmiany strukturalne a przepływ pomocy publicznej z perspektywy polskich przepisów prawnych

W kontekście treści wspomnianego wyżej art. 2 pkt 6 *Ustawy o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*, trzeba zwrócić uwagę na zamieszczony w *Ustawie z dnia 15 maja 2015 r. Prawo restrukturyzacyjne* (Dz.U. z 2015 r., poz. 978 z późn. zm.) dział V zatytułowany *Pomoc publiczna* (art. 140–art. 149) usytuowany w obrębie tytułu I pod tytułem *Przepisy ogólne o postępowaniach restrukturyzacyjnych i ich skutkach*. Otóż art. 142 ust. 1 pkt 1 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* przewiduje, że można udzielić pomocy publicznej na restrukturyzację po to, by zrealizować plan restrukturyzacyjny umożliwiający przedsiębiorcy powrót do sytuacji, w której będzie miał on zdolność do uczestnictwa w konkurencji rynkowej, przy czym zdolność ta ma polegać na możliwości pokrywania kosztów związanych z działalnością gospodarczą, wliczając w to koszty amortyzacji i koszty finansowe. Ponadto, zgodnie z art. 142 ust. 1 pkt 2 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*, istnieje możliwość udzielenia pomocy publicznej na restrukturyzację w sytuacji, gdy metoda restrukturyzacji jest właściwa do tego, by usunąć przyczyny powodujące trudną sytuację ekonomiczną przedsiębiorcy. I wreszcie, w art. 142 ust. 1 pkt 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*, prawodawca postanowił o dopuszczalności pomocy publicznej na restrukturyzację, o ile chroni ona przed trudnościami społecznymi lub powoduje przezwyciężenie niedoskonałości cechujących rynek, a jednocześnie gdyby tej pomocy nie było, to nie doszłoby do osiągnięcia rzeczonoego celu bądź zostałby on osiągnięty, ale w mniejszym stopniu.

Trzeba w tym miejscu podkreślić, że – w myśl art. 144 ust. 1 pkt 1, pkt 2, pkt 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* – pomoc publiczna służąca restrukturyzacji może być tylko uzupełnieniem środków własnych danego przedsiębiorcy, środków wyasygnowanych przez tych, którzy

są akcjonariuszami lub udziałowcami przedsiębiorcy, lub przez innych przedsiębiorców objętych tą samą grupą kapitałową co ten przedsiębiorca, przez wierzycieli przedsiębiorcy, przy czym w każdej z wyżej wymienionych sytuacji chodzi o uzupełnienie w zakresie koniecznym do urzeczywistnienia celu wskazanego w art. 142 ust. 1 pkt 1 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*.

Należy jednak pamiętać o zakazie udzielania pomocy publicznej na restrukturyzację w przypadku, gdy środki restrukturyzacyjne ustanowione planem restrukturyzacyjnym sprowadzają się jedynie do zrestrukturyzowania zobowiązań (art. 142 ust. 3 pkt 1 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*). Co więcej, ustawodawca nie pozwala udzielać pomocy publicznej na restrukturyzację, o ile wynikające z planu restrukturyzacyjnego środki restrukturyzacyjne zawierają założenie dotyczące nowych inwestycji, z wyłączeniem inwestycji koniecznych do tego, by przedsiębiorca odzyskał długookresową zdolność do uczestniczenia w rynkowej konkurencji (art. 142 ust. 3 pkt 2 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*).

Z drugiej strony art. 143 ust. 1 pkt 1 i pkt 2 lit. a, lit. b, lit. c ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* wskazuje, że wolno udzielić pomocy publicznej na zrestrukturyzowanie, gdy chodzi o przedsiębiorcę, który nie uzyskał uprzednio następującej pomocy publicznej: dla ratowania, tymczasowej na rzecz restrukturyzacji lub niemającej charakteru tymczasowego służącej restrukturyzacji, albo uzyskał którąkolwiek pomoc spośród powyższych i upłynął okres minimum 10 lat liczony od dnia zajścia najpóźniejszej z okoliczności polegających na: a) przyznaniu pomocy publicznej dla przedsiębiorcy, b) zakończeniu wykonywania uprzedniego planu restrukturyzacyjnego bądź c) zaprzestaniu wykonywania tegoż planu. Warto jednak nadmienić, że art. 143 ust. 2 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* dopuszcza możliwość udzielania pomocy publicznej na restrukturyzację zanim jeszcze upłynie dziesięcioletni okres od dnia, w którym została przyznana przedsiębiorcy pomoc publiczna dla ratowania lub tymczasowa pomoc publiczna służąca restrukturyzacji, z tym że musi zaistnieć sytuacja wskazana w pkt 1 albo w pkt 2, albo w pkt 3 ustępu 2 artykułu 143 rzeczonyj ustawy.

Ustawodawca wprowadza zastrzeżenie, że można udzielić pomocy publicznej na restrukturyzację, o ile przedsiębiorca podejmie środki, których celem jest wyrównanie zakłóceń konkurencji w obrębie rynku (art. 145 ust. 1 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*). Środki służące wyrównaniu zakłóceń konkurencji w obszarze rynku to środki strukturalne, środki behawioralne oraz środki określane mianem „otwarcia rynku” (art. 145 ust. 2 pkt 1, pkt 2, pkt 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*). Środkami strukturalnymi są takie środki, które sprowadzają się zwłaszcza do tego, że zbyciu ulegają aktywa (w miarę możliwości występujące jako zorganizowana część przedsiębiorstwa), ograniczane są zdolności produkcyjne, ograniczany jest udział, jaki przedsiębiorca posiada na rynku (art. 145 ust. 3 pkt 1, pkt 2, pkt 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*). Z kolei w art. 145 ust. 4 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* ustawodawca wskazał w trzech kolejnych punktach, w czym w szczególności znajdują wyraz środki behawioralne. Mianowicie, zgodnie z art. 145 ust. 4 pkt 1 i pkt 2 rzeczonyj ustawy, sprowadzają się one do tego, że nie są nabywane akcje lub udziały podczas procesu restrukturyzacyjnego i wypełniania układu (z wyłączeniem sytuacji, gdy trzeba to zrobić dla urzeczywistnienia celu przewidzianego artykułem 142 ust. 1 pkt 1 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*) oraz do tego, że nie są rozpowszechniane informacje mówiące o przewadze konkurencyjnej produktów lub usług przedsiębiorcy nad pozostałymi produktami tudzież usługami z uwagi na fakt udzielenia pomocy publicznej służącej restrukturyzacji. Natomiast art. 145 ust. 4 pkt 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* stanowi, że środkiem behawioralnym jest brak podejmowania działań ukierunkowanych na to, by zdobyć nowe rynki. I wreszcie, zgodnie z art. 145 ust. 5 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*, mówiąc o środkach otwarcia rynku ustawodawca ma na myśli te środki, które sprowadzają się zwłaszcza do tego, że stanowią dla innych przedsiębiorców ułatwienie w wejściu na rynek.

Warto zwrócić uwagę na szczegółowe rozwiązania zawarte zwłaszcza w art. 143 ust. 3 i ust. 4 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*. Otóż zgodnie z art. 143 ust. 3 rzeczony ustawy, przedsiębiorca wchodzący w skład grupy kapitałowej może dostać pomoc publiczną na restrukturyzację w sytuacji, gdy jakkolwiek przedsiębiorca będący członkiem wspomnianej grupy kapitałowej uzyskał pomoc w formie pomocy publicznej dla ratowania, tymczasowej pomocy publicznej na rzecz restrukturyzacji lub pomocy publicznej służącej restrukturyzacji, o ile minął już dziesięcioletni okres czasu liczony od dnia zaistnienia najpóźniejszego z określonych zdarzeń. Jak wskazuje rzeczony art. 143 ust. 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*, tymi zdarzeniami są udzielenie wspomnianej wyżej pomocy lub zakończenie albo zaprzestanie wykonywania uprzedniego planu restrukturyzacyjnego jakiegokolwiek przedsiębiorcy funkcjonującego w ramach tejże grupy kapitałowej.

Natomiast art. 143 ust. 4 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* stanowi, że w sytuacji, gdy doszło do otrzymania przez przedsiębiorcę uczestniczącego w grupie kapitałowej pomocy publicznej służącej ratowaniu, tymczasowej pomocy publicznej dla restrukturyzacji lub pomocy publicznej na rzecz restrukturyzacji, innemu przedsiębiorcy funkcjonującemu w ramach tej grupy można dać pomoc publiczną na rzecz restrukturyzacji zanim upłynie wspomniany wyżej dziesięcioletni okres liczony w stosunku do przedsiębiorcy będącego w tej samej grupie, i na rzecz którego zadysonowano już pomocą publiczną, jednakże jest to możliwe pod pewnym warunkiem. Jak stanowi analizowany art. 143 ust. 4 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*, warunek ten wyraża się w tym, iż zaplanowana pomoc publiczna na rzecz restrukturyzacji nie zostanie wyasygnowana na rzecz tego ostatniego przedsiębiorcy.

W dalszej kolejności ustawodawca postanawia w art. 143 ust. 5 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*, że można udzielić pomocy publicznej przedsiębiorcy będącemu nabywcą aktywów od zbywcy, którym jest inny przedsiębiorca cechujący się tym, że dostał on już pomoc w postaci pomocy publicznej dla ratowania, tymczasowej pomocy publicznej służącej restrukturyzacji lub pomocy publicznej na rzecz restrukturyzacji przed zbyciem tychże aktywów, o ile upłynął już wystarczająco długi okres czasu wynoszący nie mniej niż 10 lat, poczynwszy od dnia, w którym miało miejsce najpóźniejsze z konkretnych zdarzeń. Ten sam art. 143 ust. 5 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* wyjaśnia, że takowymi zdarzeniami jest udzielenie wspomnianej wyżej pomocy lub zakończenie albo zaprzestanie realizacji wcześniejszego planu restrukturyzacyjnego zbywcy aktywów, którym jest przedsiębiorca.

Zgodnie z art. 143 ust. 6 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* istnieje możliwość udzielenia pomocy publicznej na restrukturyzację przedsiębiorcy o statusie nabywcy aktywów od zbywcy będącego innym przedsiębiorcą, który dostał pomoc w formie pomocy publicznej dla ratowania, tymczasowej pomocy publicznej służącej restrukturyzacji lub pomocy publicznej na rzecz restrukturyzacji przed zbyciem rzeczonych aktywów zanim jeszcze upłynie wspomniany wyżej okres 10 lat, o ile jednak po stronie nabywcy tychże aktywów nie ma kontynuacji działalności gospodarczej wykonywanej przez przedsiębiorcę, który dostał pomoc.

Dalsze regulacje związane z pomocą publiczną

Zaznaczyć należy, że *Ustawa o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej* określa reguły, jakie znajdują zastosowanie w kwestiach pozostających w związku z pomocą państwa spełniającą przesłanki przewidziane artykułem 87 ust. 1 *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską* (która to pomoc określana jest w rzeczony ustawie mianem pomocy publicznej), „w tym: 1) postępowanie w sprawie przygotowania do notyfikacji projektów

programów pomocowych, projektów pomocy indywidualnej oraz projektów pomocy indywidualnej na restrukturyzację” (art. 1 pkt 1 *Ustawy o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*). W kolejnych punktach tegoż art. 1 *Ustawy o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*, tj. w pkt 2, pkt 3, pkt 4 i pkt 5, ustawodawca wylicza dalsze kwestie regulowane wspomnianą wyżej ustawą, które wpisują się we wspomniane wyżej reguły, przy czym całe to wyliczenie, włącznie ze wspomnianym pkt 1, otwiera zwrot „w tym”, co świadczy o niewyczerpującym charakterze tego wyliczenia.

W związku z zamieszczonym w przytoczonym wyżej art. 1 *Ustawy o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej* odwołaniem do art. 87 ust. 1 *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską* oraz mając na uwadze doniosłe znaczenie tego przepisu traktatowego, trzeba pokrótce wyjaśnić pewne – dość złożone zresztą – kwestie związane z tą regulacją.

Zaczynając od sprawy samego tytułu wspomnianego wyżej *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską*, należy przypomnieć, że to *Traktat o Unii Europejskiej* sporządzony w Maastricht 7 lutego 1992 r. (Dz.U. z 2004 r. nr 90, poz. 864, załącznik nr 2, tom II, s. 492) w jej pierwotnej wersji stanowił w artykule G lit. A pkt 1, że:

„W celu ustanowienia Wspólnoty Europejskiej w *Traktacie ustanawiającym Europejską Wspólnotę Gospodarczą* wprowadza się zmiany zgodnie z postanowieniami niniejszego artykułu.

A. – W całym *Traktacie*:

1) Termin »Europejska Wspólnota Gospodarcza« zastępuje się terminem »Wspólnota Europejska«”.

Natomiast w kwestii wspomnianego wyżej numeru artykułu traktatowego (art. 87) trzeba nadmienić, że *Traktat z Amsterdamu zmieniający Traktat o Unii Europejskiej*, *Traktaty ustanawiające Wspólnoty Europejskie i niektóre związane z nimi akty sporządzone w Amsterdamie 2 października 1997 r.* (Dz.U. z 2004 r. nr 90, poz. 864, załącznik nr 2, tom II, s. 553) wprowadził w swoim art. 12 zapis, w myśl którego: „Artykuły, tytuły i sekcje *Traktatu o Unii Europejskiej* i *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską*, zmienione postanowieniami niniejszego *Traktatu*, otrzymują zmienioną numerację, zgodnie z tabelą ekwiwalencyjną zamieszczoną w *Załączniku* do niniejszego *Traktatu*, stanowiącym jego integralną część”. I tak, zgodnie z tym *Załącznikiem* zatytułowanym *Tabela ekwiwalencyjna, o której mowa w art. 12 Traktatu z Amsterdamu*, numer 87 został nadany temu artykułowi w miejsce poprzedniego numeru 92. Poza nadaniem nowego numeru 87, *Traktat z Amsterdamu* wprowadził też pewne zmiany do tegoż artykułu *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską*, przy czym nie dotyczyły one ustępu 1 tegoż artykułu (zob. umieszczony w *Traktacie z Amsterdamu* art. 6 ust. 1 zatytułowany *Tekst artykułów Traktatu* pkt 51). Jednocześnie do *Traktatu z Amsterdamu* został załączony w szczególności tekst *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską*, uwzględniający m.in. zmienioną numerację artykułów, z którego to tekstu wynika, następujące brzmienie art. 87 ust. 1 *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską*: „Z zastrzeżeniem innych postanowień przewidzianych w niniejszym *Traktacie*, wszelka pomoc przyznawana przez Państwo Członkowskie lub przy użyciu zasobów państwowych w jakiegokolwiek formie, która zakłóca lub grozi zakłóceniem konkurencji poprzez sprzyjanie niektórym przedsiębiorstwom lub produkcji niektórych towarów, jest niezgodna ze wspólnym rynkiem w zakresie, w jakim wpływa na wymianę handlową między Państwami Członkowskimi”.

To jednak jeszcze nie koniec, bowiem *Traktat z Lizbony zmieniający Traktat o Unii Europejskiej* i *Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską*, sporządzony w Lizbonie dnia 13 grudnia 2007 r. (Dz.U. z 2009 r. nr 203, poz. 1569) zawiera w art. 2 pkt 1 następujące postanowienie:

„Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską zmienia się zgodnie z postanowieniami niniejszego artykułu.

1) Nagłówek *Traktatu* otrzymuje brzmienie: »Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej«.

Natomiast, analogicznie jak art. 12 *Traktatu z Amsterdamu*, art. 5 rzeczonego *Traktatu z Lizbony* stanowi: „Artykuły, sekcje, rozdziały, tytuły i części *Traktatu o Unii Europejskiej* i *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską*, zmienione niniejszym *Traktatem*, otrzymują nowe oznaczenia zgodnie z tabelami ekwiwalencyjnymi zamieszczonymi w załączniku do niniejszego *Traktatu*, który stanowi jego integralną część”. Zgodnie ze wspomnianym załącznikiem (zatytułowanym *Tabele ekwiwalencyjne, o których mowa w artykule 5 Traktatu zmieniającego Traktat o Unii Europejskiej i Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską*) do *Traktatu z Lizbony*, artykuł 87 *Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską* otrzymał inny numer i jest to obecnie art. 107 *Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*. Oprócz zmiany numeru artykułu 87 na 107, *Traktat z Lizbony* wprowadził też pewne drobne modyfikacje w treści ust. 1 tego artykułu. Pierwsza modyfikacja związana jest z wymogiem zastąpienia w ramach całego *Traktatu* (chodzi o *Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*) zwrotu „w niniejszym traktacie” słowami „w Traktatach»” (zob. art. 2 pkt 2 lit b *Traktatu z Lizbony*). Natomiast druga zmiana wynika z konieczności uwzględnienia art. 2 pkt 2 lit. g *Traktatu z Lizbony*, który to przepis przewiduje wprowadzenie następującej modyfikacji w ramach całego *Traktatu* (chodzi o *Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*): „wszystkie formy gramatyczne wyrazów »wspólny rynek« zastępuje się odpowiednią formą gramatyczną wyrazów »rynek wewnętrzny«, natomiast występujące przed nimi przyimki »ze« lub »we« zastępuje się, odpowiednio, przyimkami »z« lub »w«”.

Trzeba jeszcze zaznaczyć, że *Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej* (opublikowany pod pierwotnym tytułem *Traktat ustanawiający Europejską Wspólnotę Gospodarczą* w: Dz.U. z 2004 r. nr 90, poz. 864, załącznik nr 2, tom I, s. 10 z późn. zm.) stanowi w art. 26 ust. 2, iż rynkiem wewnętrznym objęty jest obszar pozbawiony granic wewnętrznych i cechujący się tym, że w jego ramach zapewniony jest swobodny przepływ, któremu podlegają towary, osoby, usługi i kapitał, stosownie do postanowień traktatów.

W piśmiennictwie podkreśla się, że konieczność objęcia – w państwach należących do Unii Europejskiej – regulacją prawną zarówno warunków, na jakich udzielana jest pomoc publiczna, jak i nadzoru nad tą pomocą wynika z faktu, że pomoc publiczna wpływa w istotny sposób na zjawiska ekonomiczne, co w powiązaniu ze swobodą organów państwa w zakresie dysponowania środkami publicznymi może skutkować zakłóceniem mechanizmów, którymi rządzi się gospodarka rynkowa oraz zniekształceniem konkurencji, jaka występuje między przedsiębiorstwami (Germann, Ušák, 2007).

Należy zwrócić uwagę na rozdział 6 zatytułowany *Monitorowanie pomocy publicznej* (art. 31–art. 41) umiejscowiony w *Ustawie o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*. Artykuł 31 ust. 1 tej ustawy stanowi: „Monitorowanie pomocy publicznej obejmuje gromadzenie, przetwarzanie i przekazywanie informacji o udzielanej pomocy publicznej, w szczególności o jej rodzajach, formach i wielkości, oraz przestrzeganie krajowego limitu skumulowanej kwoty pomocy *de minimis* w rolnictwie lub rybołówstwie”. W ust. 2 tego samego art. 31 ustawodawca zdecydował, że to Prezes Urzędu jest tym organem, który monitoruje pomoc publiczną, przy czym jeżeli chodzi o pomoc publiczną związaną z rolnictwem lub rybołówstwem, to takim organem jest minister właściwy w sprawach rolnictwa. Należy nadmienić, że – jak o tym stanowi art. 1 pkt 2 *Ustawy o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej* – stosowane w tej ustawie pojęcie „Prezes Urzędu” oznacza Prezesa Urzędu

Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W literaturze wskazuje się, że dla monitorowania pomocy publicznej fundamentalne znaczenie ma po pierwsze wymóg polegający na składaniu sprawozdań, a po drugie możliwość dokonywania kontroli (Kwapisz-Krygel, 2015).

W myśl art. 32 ust. 1 *Ustawy o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*, na podmiotach udzielających pomocy ciąży obowiązek wyrażający się w sporządzeniu i przedstawieniu Prezesowi Urzędu określonych danych, to jest sprawozdań na temat pomocy publicznej, której udzielono (oprócz pomocy niebędącej pomocą publiczną w obszarze rolnictwa lub rybołówstwa) albo informacji, że taka pomoc nie została udzielona w czasie, którego dotyczy dany okres sprawozdawczy, przy czym we wspomnianych wyżej sprawozdaniach należy wskazać zwłaszcza beneficjentów pomocy, jak też rodzaje, formy, wielkość i przeznaczenie pomocy, której udzielono. Natomiast stosownie do art. 32a ust. 1 wspomnianej wyżej ustawy, podmioty zajmujące się udzielaniem pomocy są zobligowane sporządzić i przedstawić ministrowi właściwemu w sprawach rolnictwa sprawozdania obejmujące udzieloną pomoc publiczną w obszarze rolnictwa lub rybołówstwa albo informacje na temat braku udzielenia tejże pomocy w czasie obejmującym okres sprawozdawczy, z tym że ustawodawca wymaga, by sprawozdania zawierały zwłaszcza wiadomości określające beneficjentów pomocy, a także rodzaje, formy, wielkość i przeznaczenie pomocy, której udzielono.

Trzeba nadmienić, że podczas kontroli, jakiej podlega beneficjent pomocy, możliwa jest obecność osób, które upoważnił do tego Prezes Urzędu, a gdy chodzi o pomoc publiczną w obszarze rolnictwa lub rybołówstwa, to wydanie odpowiedniego upoważnienia leży w kompetencjach ministra właściwego w sprawach rolnictwa (art. 42 ust. 2 *Ustawy o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*).

Na zakończenie warto odwołać się do przykładu, obrazującego możliwości stosowania pomocy publicznej. Tym przykładem może być *Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 3 lutego 2009 r. w sprawie udzielania pomocy publicznej na inwestycje w zakresie budowy lub rozbudowy jednostek wytwarzających energię elektryczną lub ciepło z odnawialnych źródeł energii* (Dz.U. z 2009 r. nr 21, poz. 112 z późn. zm.). Na wstępie tego aktu prawnego stwierdza się, że został on wydany na podstawie regulacji zawartej w art. 21 ust. 3 *Ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju* (tekst jednolity: Dz.U. z 2016 r., poz. 383). Należy przypomnieć, że zgodnie z art. 1 ust. 1 wspomnianej *Ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju*, zawiera ona ustalenia co do reguł, na podstawie których prowadzi się politykę rozwoju, jak również co do podmiotów prowadzących taką politykę oraz trybu, w jakim podmioty te współpracują między sobą.

Wracając do rzeczzonego *Rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 3 lutego 2009 r.*, od razu trzeba zaznaczyć, że zgodnie z jego paragrafem 12 akt ten obowiązywał do końca czerwca 2014 r. Mimo tego, że utracił on moc prawną, jest on doskonałym przykładem możliwości wykorzystania pomocy publicznej do realizacji ważnych – dla społeczeństwa i gospodarki – zadań. Paragraf 1 ust. 1 tego rozporządzenia stwierdzał m.in., że szczegółowo reguluje ono kwestie dotyczące przeznaczenia, warunków oraz mechanizmu przekazywania pomocy publicznej objętej działaniem 9.4 wpisanym w Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2007–2013. Pomoc taka miała być ukierunkowana m.in. na inwestycje związane z budową lub rozbudową „jednostek wytwarzających: 1) energię elektryczną, wykorzystujących energię wiatru, wody w małych elektrowniach wodnych, w których moc zainstalowana elektryczna nie przekracza 10 MW, biogaz lub biomasę, 2) energię elektryczną ze źródeł odnawialnych w kogeneracji w układach niespełniających wymogów wysokosprawnej kogeneracji” (paragraf 1 ust. 1 pkt 1 i pkt 2 rzeczzonego *Rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 3 lutego 2009 r.*).

Uwagi końcowe

Pomoc publiczna, jak to wynika z przeprowadzonej w niniejszym opracowaniu analizy, nie została przez polskiego prawodawcę ujęta w jednym całościowym akcie prawnym. W trakcie rozważań ukazujących konstrukcję prawną pomocy publicznej, odwołano się do dwóch ustaw, a mianowicie *Ustawy z dnia 15 maja 2015 r. Prawo restrukturyzacyjne* oraz *Ustawy z dnia 30 kwietnia 2004 r. o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*, a także nawiązano do przepisów unijnych. Stosunkowo szeroko omówiono grupę przepisów zawartych w dziale V (zatytułowanym *Pomoc publiczna*) tytułu I ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*. Jeżeli chodzi natomiast o *Ustawę o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej*, zwrócono uwagę przede wszystkim na pewne regulacje zawarte w rozdziale 6 tej ustawy pt. *Monitorowanie pomocy publicznej*.

Dokonując natomiast oceny omówionych rozwiązań prawnych, należy zwrócić uwagę na kilka kluczowych kwestii. Przede wszystkim jako trafne należy ocenić rozwiązanie przyjęte w art. 144 ust. 1 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*, zgodnie z którym pomoc publiczna przydzielana na restrukturyzację może jedynie stanowić uzupełnienie dla środków płynących ze źródeł wymienionych w art. 144 ust. 1 pkt 1, pkt 2 i pkt 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*. Co więcej, ustawodawca ściśle precyzuje, jaki musi być minimalny udział procentowy środków pochodzących z powyższych źródeł, przy czym udział ten determinowany jest kategorią przedsiębiorcy (zob. art. 144 ust. 2 pkt 1, pkt 2 i pkt 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne*). Zwrócenie uwagi na to ostatnie rozwiązanie, dotyczące minimalnego procentowego zaangażowania danych środków jest o tyle istotne, że doskonale wpisuje się w pewną filozofię udzielania tej pomocy. Z drugiej strony błędem byłoby zakładanie, iż przepływ pomocy publicznej w zakresie regulowanym ustawą *Prawo restrukturyzacyjne* jest ujmowany w sztywne, nieznające wyjątków, ramy. Otóż wystarczy spojrzeć choćby do art. 143 ust. 2 tej ustawy, który to przepis daje możliwość udzielenia pomocy publicznej na restrukturyzację przed upływem okresu sprecyzowanego w tym przepisie, jeżeli spełniony zostanie wymóg przewidziany w pkt 1 albo pkt 2 albo pkt 3 tegoż ustępu 2 artykułu 143. Dla przykładu wspomniane w art. 143 ust. 2 pkt 3 ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* unormowanie pozwala na odstępianie od rygorystycznego trzymania się tego terminu, jeżeli pomoc jest niezbędna z uwagi na okoliczności charakteryzujące się tym, że przedsiębiorca za nie nie odpowiada. Tym samym można przyjąć, że na gruncie ustawy *Prawo restrukturyzacyjne* przepływ pomocy publicznej cechuje pewna niezbędna, szeroko rozumiana, elastyczność.

Akty prawne i literatura

Legal acts and references

Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (opublikowany pod pierwotnym tytułem *Traktat ustanawiający Europejską Wspólnotę Gospodarczą*. W: Dz.U. z 2004 r. nr 90, poz. 864, załącznik nr 2, tom I, s. 10 z późn. zm.).

Traktat o Unii Europejskiej, sporządzony w Maastricht 7 lutego 1992 r. (Dz.U. z 2004 r. nr 90, poz. 864, załącznik nr 2, tom II, s. 492).

Traktat z Amsterdamu zmieniający Traktat o Unii Europejskiej, Traktaty ustanawiające Wspólnoty Europejskie i niektóre związane z nimi akty sporządzony w Amsterdamie 2 października 1997 r. (Dz.U. z 2004 r. nr 90, poz. 864, załącznik nr 2, tom II, s. 553).

Traktat z Lizbony zmieniający Traktat o Unii Europejskiej i Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską sporządzony w Lizbonie dnia 13 grudnia 2007 r. (Dz.U. z 2009 r. nr 203, poz. 1569).

Ustawa z dnia 30 kwietnia 2004 r. o postępowaniu w sprawach dotyczących pomocy publicznej (tekst jednolity: Dz.U. z 2007 r. nr 59, poz. 404 z późn. zm.).

Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (tekst jednolity: Dz.U. z 2016 r., poz. 383).

Ustawa z dnia 15 maja 2015 r. Prawo restrukturyzacyjne (Dz.U. z 2015 r., poz. 978 z późn. zm.).

Rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 3 lutego 2009 r. w sprawie udzielania pomocy publicznej na inwestycje w zakresie budowy lub rozbudowy jednostek wytwarzających energię elektryczną lub ciepło z odnawialnych źródeł energii (Dz.U. z 2009 r. nr 21, poz. 112 z późn. zm.).

Germann, J., Uśák, M. (2007). Pomoc publiczna – nadzwyczajne postępowanie nadzorcze. *Finanse Komunalne*, 101(6), 5–12.

Kwapisz-Krygel, K. (2015). *Postępowanie w sprawach dotyczących pomocy publicznej. Komentarz*. Wydanie 1. Warszawa: Wolters Kluwer SA.

Paweł Marek Woroniecki, doktor nauk prawnych, Uniwersytet Jagielloński, Wydział Prawa i Administracji, Katedra Polityki Gospodarczej. Jego działalność badawcza dotyczy kwestii związanych zwłaszcza z prawem budżetowym, pozycją przedsiębiorców w systemie prawnym oraz z funkcjami administracji publicznej.

Paweł Marek Woroniecki, PhD in legal science, the Jagiellonian University, Faculty of Law and Administration, Chair of Economic Policy. His research activity refers to issues connected with especially budget law, a position of entrepreneurs in legal system and with functions of public administration.

Adres/Address:

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
Wydział Prawa i Administracji
Katedra Polityki Gospodarczej
ul. Bracka 12
31-005 Kraków, Polska
e-mail: pawel.woroniecki@uj.edu.pl

ANDRZEJ TOKARSKI, MAREK MATUSZAK

Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu, Polska ■ School of Banking in Torun, Poland

Upadłość jako instytucja gospodarki rynkowej

Bankruptcy as an Institution of the Market Economy

Streszczenie: Upadłość to jedna z najważniejszych instytucji gospodarki rynkowej. Działająca prawidłowo zapewnia efektywną alokację środków produkcji i ochronę wierzycieli. Pojęcie instytucji jest wieloznaczne. W niniejszym artykule przedstawione zostanie znaczenie tego terminu w rozumieniu nadawanym mu zarówno w tzw. nowej ekonomii instytucjonalnej, jak i w znaczeniu tradycyjnym. Instytucje upadłości obejmują nie tylko regulacje prawne określające obowiązujące procedury, lecz także cały aparat zapewniający osiągnięcie celów postępowań upadłościowych, na który składają się sędziowie orzekający w sprawach upadłościowych, syndycy zarządzający masą upadłości, nadzorcy sądowi i zarządcy, jak również w znaczeniu szerszym, nawiązującym do nowej ekonomii instytucjonalnej, zakorzenione w danym społeczeństwie „podejście” do zjawiska upadłości przedsiębiorstw. Upadłość przedsiębiorstw stanowi nieodłączny dla gospodarki rynkowej mechanizm selekcji nieefektywnych podmiotów gospodarczych. W tym znaczeniu upadłość przedsiębiorstw uznawać można za zjawisko pozytywne i potrzebne, co jednak nie oznacza, że upadłość nie pociąga za sobą również szeregu negatywnych konsekwencji. Tak więc problemem jest nie samo zjawisko upadłości, lecz sposób zorganizowania szeroko rozumianej sfery infrastruktury instytucjonalnej, od której w dużej mierze zależą charakter, skuteczność i zakres zarówno pozytywnych, jak i negatywnych następstw praktycznych dla wszystkich stron (interesariuszy, uczestników) procesów upadłościowych. Celem artykułu jest przedstawienie wybranych problemów instytucji upadłości w warunkach polskiej gospodarki rynkowej na podstawie obowiązujących w tym zakresie do 2015 r. regulacji prawnych. Przy pisaniu artykułu wykorzystane zostały dwie podstawowe metody badawcze: analiza danych zastanych, tzn. obowiązujących przepisów prawa dotyczących upadłości przedsiębiorstw w Polsce, oraz analiza literatury przedmiotu dotyczącej instytucji upadłości.

Abstract: Bankruptcy is one of the most important institutions of the market economy. Properly constructed and implemented normatively and institutionally it ensures effective protection of creditors and efficient allocation of production. Institutions of bankruptcy include not only regulations providing guidance on the procedure, but also the entire apparatus to fulfill the objectives of the insolvency proceedings, which consists of judges on bankruptcy, auditors managing the bankruptcy estate, the supervisor and court administrators, the banking sector rescuing financial entrepreneurs falling into trouble, but also and above all an entrepreneur. Bankruptcy is an integral market economy mechanism for the selection of inefficient operators. The problem is not that bankruptcy occurs, but that the economic system is not properly prepared. It is expressed primarily in a broad sense in a lack of institutional infrastructure of bankruptcy. This article presents the analysis of literature and applicable laws of the institution of

bankruptcy and its components. The basic method used is the analysis of existing data – existing legislation relating to bankruptcy of enterprises in Poland, and analysis of the literature on bankruptcy as an institution functioning in the market economy, taking into account the Polish economy.

Słowa kluczowe: infrastruktura upadłości; instytucja upadłości; modele upadłości; podmioty (interesariusze) postępowania upadłościowego; upadłość; upadłość w polskiej gospodarce

Key words: bankruptcy; bankruptcy institution's models; bodies of insolvency proceedings; infrastructure of bankruptcy; institution of bankruptcy; bankruptcy in the Polish economy

Otrzymano: 5 listopada 2015

Received: 5 November 2015

Zaakceptowano: 18 marca 2016

Accepted: 18 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Tokarski, A., Matuszak, M. (2016). Upadłość jako instytucja gospodarki rynkowej, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 199–216.

Wstęp

Upadłość to jedna z najważniejszych instytucji gospodarki rynkowej. W związku z burzliwymi przemianami, których obecnie doświadcza globalna gospodarka, co nie pozostaje bez wpływu na gospodarki narodowe i regionalne, waga problematyki bankructw i upadłości staje się trudna do przecenienia (Morawska, 2013a). Właściwe regulacje prawne oraz odpowiednie otoczenie instytucjonalne działalności gospodarczej, również w zakresie procesów upadłościowych przedsiębiorstw, wywierają pozytywny wpływ na wzrost gospodarczy oraz rozwój państw i społeczeństw (Lee i in., 2011; Morawska, 2011). Dzieje się tak dlatego, że instytucja upadłości, jeśli jest skonstruowana prawidłowo, tzn. adekwatnie do sytuacji istniejącej w danej przestrzeni gospodarczej, zapewnia zarówno efektywną alokację środków produkcji, jak i skuteczną ochronę wierzycieli (Bauer, 2009).

Celowość stałego monitorowania zakresu i przyczyn upadłości przedsiębiorstw w danej gospodarce, jak również w coraz większym stopniu gospodarstw domowych (czyli upadłości konsumenckiej) wynika przede wszystkim z faktu, że sprawny przebieg tych procesów stanowi nieodłączny element efektywnie działającej gospodarki rynkowej. Nieprzypadkowo zatem sformułowane zostało stwierdzenie, iż kapitalizm, w którym nie zdarzają się bankructwa i upadłości, jest jak chrześcijaństwo bez piekła. Stwierdzenie to odnosi się obecnie w coraz większym stopniu również do państw (Adamska, Mączyńska, 2013).

Celem artykułu jest określenie pojęcia i elementów upadłości jako instytucji w warunkach polskiej gospodarki rynkowej na podstawie obowiązujących w tym zakresie do 2015 r. regulacji prawnych. Podstawowe metody, które zostały wykorzystane w trakcie pisania artykułu, to analiza danych zastanych, czyli obowiązujących przepisów prawa dotyczących upadłości przedsiębiorstw w Polsce, oraz analiza literatury przedmiotu dotyczącej upadłości jako instytucji funkcjonującej w warunkach gospodarki rynkowej z uwzględnieniem gospodarki polskiej.

Pojęcie i znaczenie instytucji

Pojęcie instytucji jest wieloznaczne. Stosowane jest w różnych obszarach wiedzy i nadaje się mu różne znaczenia (North, 1991; Gawęł, Klimczak, 2005). To jedno z fundamentalnych pojęć związanych z tzw. nową ekonomią instytucjonalną. Zdaniem D. Northa, jednego z najbardziej prominentnych przedstawicieli tego nurtu, instytucje stanowią wykształcone w obrębie społeczeństw reguły (przymusy), według których przebiegają złożone interakcje społeczne, polityczne i ekonomiczne. Dzięki nim następuje zmniejszanie poziomu niepewności i wysokości kosztów działań podejmowanych przez ludzi, co sprzyja wzrostowi skłonności do podejmowania tych działań, w tym gospodarczych, oraz wzrostowi ich efektywności. Z uwagi na różnice w sposobie i sile ich oddziaływania wyróżnia się instytucje nieformalne i formalne oraz system „wzmocnień”, który stoi na straży przestrzegania obowiązujących reguł. Reguły bądź przymusy nieformalne to dominujące w danej przestrzeni ekonomicznej zwyczaje, tradycje, normy czy kodeksy zachowań. Mają one charakter pierwotny wobec reguł bądź przymusów formalnych, które określone są przez system obowiązujących w danej przestrzeni gospodarczej praw. System wzmocnień określa sposoby narzucania i egzekwowania obowiązujących (dominujących) reguł formalnych i nieformalnych, na których straży stoi państwo i jego system prawny. Skuteczność systemu wzmocnień zależy zarówno od charakteru instytucji formalnych, jak i od stopnia rozbudowy infrastruktury niezbędnej do wymuszania obowiązujących reguł postępowania.

Na instytucję upadłości składają się zatem regulacje prawne określające obowiązujące procedury upadłościowe, zakorzenione w społeczeństwie przekonania i stosunek do zjawiska upadłości¹, jak również cały aparat zapewniający osiąganie celów postępowań upadłościowych, który tworzą sędziowie orzekający w sprawach upadłościowych, syndycy zarządzający masą upadłości, nadzorcy sądowi, zarządcy itp., a także wysokość czy/i nieuchronność sankcji za łamanie obowiązujących praw w zakresie procedur upadłościowych i związany z tym cały system penitencjarny.

Modele instytucji upadłości w gospodarkach rynkowych

Potrzeba istnienia instytucji upadłości w gospodarce rynkowej nie budzi wątpliwości. J. Stiglitz, podobnie jak wielu innych autorów, zalicza upadłość do podstawowych instytucji gospodarki rynkowej, która powinna gwarantować poszanowanie praw wierzycieli i efektywną alokację środków produkcji (Stiglitz, 2005). Istotny problem stanowi jednak określenie i wybór odpowiedniego modelu upadłości, który w możliwie największym stopniu zapewniałby realizację tych dwóch zasadniczych postulatów.

W toku rozwoju prawa upadłościowego wykształciły się trzy podstawowe modele postępowania z niewypłacalnym dłużnikiem (*II szansa*, 2011):

Model A – likwidacyjny, historycznie najstarszy, w myśl którego przedsiębiorstwo niewypłacalnego dłużnika powinno zostać zlikwidowane, a jego majątek rozdzielony pomiędzy wierzycieli. To postępowanie nazywane jest egzekucją generalną, a jej podstawową funkcją jest

¹ Na przykład w Japonii upadłość przedsiębiorcy postrzegana jest jako „utrata twarzy”, podczas gdy w USA i w wielu krajach Europy Zachodniej traktowana bywa jako zwykły element gry rynkowej. Warto w tym miejscu wskazać, że według J. Northa oddziaływanie instytucji nieformalnych na zachowania ludzi jest bardzo silne, zdecydowanie silniejsze, niż się powszechnie sądzi.

uporządkowanie wzajemnych stosunków wierzycieli przy podziale majątku dłużnika. W modelu tym zakłada się wyodrębnianie upadłości o podłożu kryminalnym, tzn. celowych, od upadłości likwidacyjnych, będących wynikiem rzeczywiście nieefektywnych działań gospodarczych przedsiębiorcy.

Model B – układowy, wykształcił się w toku ewolucji prawa upadłościowego, gdy okazało się, że nie zawsze likwidacja majątku dłużnika jest najkorzystniejsza dla wierzycieli. Polega on na zapewnieniu warunków do zawarcia „układu” pomiędzy wierzycielami a dłużnikiem, w którym ci pierwsi ograniczą swoje roszczenia, aby umożliwić kontynuację działania przedsiębiorstwa dłużnika, co pozwalałoby na zaspokojenie ich roszczeń w sposób „wyższy” niż w przypadku likwidacji przedsiębiorstwa dłużnika. „Układ” przyjmowany jest większością „głosów” wierzycieli i obowiązuje wtedy wszystkich, czyli również tych wierzycieli, którzy nie głosowali za jego przyjęciem. W modelu tym koszt „odrodzenia” przedsiębiorstwa dłużnika spoczywa na wierzycielach, których roszczenia zaspokajane są w stopniu wyższym niż w przypadku upadłości likwidacyjnej.

Model C – ochronny, stosowany w celu czasowego zawieszenia praw wierzycieli do egzekwowania roszczeń, aby umożliwić dłużnikowi dokonanie restrukturyzacji własnego, nieefektywnego przedsiębiorstwa. Model ten jest popularny w USA, a od odpowiedniej części obowiązującej tam ustawy upadłościowej często określa się go jako *Chapter 11*.

Opisane powyżej bardzo ogólne modele mają charakter teoretyczny i porządkujący. W praktyce występujące w poszczególnych krajach szczegółowe procedury upadłości zawierają elementy należące do wszystkich trzech modeli. O przyporządkowaniu konkretnego rozwiązania do danego modelu decyduje generalne nastawienie ustawodawcy w odniesieniu do celów, jakie ma spełniać prawo upadłościowe. W tym sensie wyróżnić można dwa generalne modele prawa upadłościowego (Morawska, 2011):

- prolikwidacyjny,
- proukładowy.

Innym podziałem modeli upadłościowych jest podział oparty na zakresie praw przyznawanych w procesie upadłościowym dłużnikom i wierzycielom. Wyróżnia się tu modele (Mączyńska, Morawska, 2015):

- przyjazne wierzycielom (ang. *pro creditor* lub *debt-friendly*),
- przyjazne dłużnikom (ang. *pro-debtor* lub *equity-friendly*),
- mieszane (hybrydowy).

W modelu przyjaznym dłużnikom najczęściej stosowanym sposobem zaspokajania wierzycieli przez upadłego jest wybór opcji restrukturyzacyjnej, a nie likwidacyjnej przedsiębiorstwa dłużnika. Systemom tym często zarzuca się, że wierzyciele traktowani są w nich gorzej niż dłużnicy oraz, że osoby zarządzające niewypłacalną jednostką pozostawiane są u władzy częściej niż w systemach przyjaznych wierzycielom. Rozwiązanie takie uzasadnia jednak założenie, że „starzy” menedżerowie znają problemy niewypłacalnej firmy lepiej niż ewentualni „nowi” zarządcy i właśnie dlatego należałoby umożliwiać im dalsze pełnienie funkcji zarządczych. W modelu tym akcentuje się również aspekty społeczne, nawiązujące do możliwości zachowywania miejsc pracy w niewypłacalnych podmiotach.

W modelu promujący ochronę interesów wierzycieli preferowane jest usuwanie z zarządu przedsiębiorstwa dotychczasowych menedżerów, których obarcza się odpowiedzialnością za zły stan finansowy przedsiębiorstwa. W modelu tym przyjmuje się, że reorganizacje niewypłacalnego podmiotu przynoszą zazwyczaj znikome efekty. Zauważa się również, iż często, po wielu nieudanych próbach restrukturyzacji, przedsiębiorstwo i tak jest likwidowane, co

znacznie wydłuża czas jego „agonii” i generuje wysokie koszty tych działań. Ponadto w modelu tym powstają sprzyjające warunki do powstawania tzw. grup uprzywilejowanych wierzycieli, co związane jest z tym, że jedni wierzyciele zyskują lepszą pozycję przy podziale wierzycieli niż inni.

Obecnie w świecie dominuje model hybrydowy, przy czym można wyróżnić kraje o modelach bardziej lub mniej zbliżonych do jednego z wyżej opisanych. Do krajów o modelu uprzywilejowującym wierzycieli R. Bliss zalicza: Wielką Brytanię, Niemcy, Włochy, Chiny, Japonię oraz państwa skupione w ramach Brytyjskiej Wspólnoty Narodów, a wśród krajów uprzywilejowujących dłużnika wymienia: Hiszpanię, wiele krajów Ameryki Łacińskiej, Bliskiego Wschodu oraz Afryki. Do państw o modelu hybrydowym należą zaś jego zdaniem: USA, Kanada i Francja (Bliss, 2003).

Model instytucji upadłości, a przede wszystkim jego funkcje – powinny być dostosowane do poziomu rozwoju instytucjonalnego kraju, odpowiadać potrzebom społeczno-gospodarczym oraz powszechnie przyjętym w obrocie gospodarczym zwyczajom. Spełnienie tych warunków zapewnia wysoką jakość instytucji upadłości, co wyraża się w społecznie pożądanym zachowaniu podmiotów gospodarczych. Ich niespełnienie prowadzi zazwyczaj do rozwoju instytucji upadłości powodujących patologiczne konsekwencje w sferze działań gospodarczych i społecznych, np. „bezkarne” występowanie tzw. upadłości reżyserowanych, bardzo niski czy niesprawiedliwy stopień zaspokajania wierzycieli, możliwość ukrywania przez dłużnika majątku.

Infrastruktura upadłości jako istotny element instytucji upadłości

Dla prawidłowego funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw niezbędna jest instytucjonalna infrastruktura działalności gospodarczej, w tym także infrastruktura upadłości. O niezbędności dobrze działającej infrastruktury przekonują ujawniające się globalne i regionalne dysfunkcje gospodarki wynikające z mniej lub bardziej spektakularnych upadłości wielkich przedsiębiorstw, które pociągają dyfuzję zagrożeń dla innych przedsiębiorstw z efektem domina upadłości włącznie (Mączyńska, 2015a).

Infrastruktura upadłości stanowi jeden z najważniejszych elementów instytucji upadłości. Powinna ona zapewniać skuteczną realizację takich funkcji, jak: sprawne wykrywanie zagrożeń upadłością, sprawny przebieg procesów upadłościowych szybko i skutecznie oczyszczających rynek z nieefektywnych podmiotów gospodarczych, które stwarzają zagrożenia dla płynności obrotu (funkcja profilaktyczna i regulatora gospodarki wolnorynkowej), skuteczne karanie dłużników niezgłaszających lub zbyt późno zgłaszających wniosek o ogłoszenie upadłości (funkcja prewencyjna), możliwość szybkiej i „łatwej” restrukturyzacji przedsiębiorstw przeżywających jedynie przejściowe trudności finansowe czy ułatwienie im powrotu do prowadzenia normalnej działalności gospodarczej (Prusak, 2012). Znaczenie właściwej infrastruktury upadłości wynika również z niezwyklej złożoności zjawiska upadłości przedsiębiorstw i krzyżowania się w tym procesie różnych, często przeciwstawnych interesów stron w nim uczestniczących. Instytucjonalną infrastrukturę upadłości E. Mączyńska definiuje jako „całokształt warunków jurysdykcyjno-organizacyjnych, obejmujących zarazem system regulacji prawnych, jak i instytucji, które bezpośrednio lub pośrednio są angażowane w sytuacjach, gdy dochodzi do upadłości przedsiębiorstwa lub zagrożenia nią” (Mączyńska, 2012).

Instytucje stanowiące elementy infrastruktury związanej z procesami upadłości przedsiębiorstw mogą mieć różny charakter oraz charakteryzować się różnym poziomem rozwoju

i jakości pracy, co przekłada się na racjonalność przebiegu procesu upadłości. Do instytucji stanowiących infrastrukturę upadłości zaliczyć można, oprócz jednostek sądu gospodarczego jako takich, prowadzących proces upadłości „bezpośrednio”, szereg instytucji o charakterze komercyjnym i niekomercyjnym, które świadczą różnorodne usługi pomocnicze, związane np. z dokonywaniem wycen, analiz zagrożenia upadłością czy weryfikacją dokumentacji finansowo-księgowej. Zaliczyć do nich można również: urzędy statystyczne, wywiadownie gospodarcze, instytucje ratingowe, biura informacji gospodarczej, firmy doradcze, placówki edukacyjne, komorników itp.

Instytucjonalna infrastruktura upadłości obejmuje zatem wszystkie materialne i niematerialne elementy niezbędne do wykonywania obowiązującego prawa upadłościowego, tzn. systemy organizacyjne i reguły działania, które mają wpływ na procedury i konsekwencje upadłości dla wszystkich zainteresowanych tym procesem stron, czyli interesariuszy procesu upadłości.

Upadłość jako instytucja ekonomiczna i prawna

Upadłość jako instytucja rozpatrywana może być w dwojakim znaczeniu – ekonomicznym i prawnym. Celem upadłości jako instytucji ekonomicznej, jak wspomniano o tym już wyżej, jest przenoszenie zasobów z miejsc o niedostatecznej efektywności ich wykorzystania do miejsc o wyższej efektywności ich wykorzystania. Następuje to przez upadki jednych, a także powstawanie i rozwój innych przedsiębiorstw, do których trafiają zasoby niedostatecznie efektywnie wykorzystywane. Procesy te przyczyniają się do wzrostu gospodarczego i zwiększania poziomu dobrobytu, są zatem niezwykle korzystne z punktu widzenia całego społeczeństwa.

Zgodnie z zadeklarowanym w polskim prawie upadłościowym celem instytucji upadłości jest (Tokarski, 2015):

- zaspokojenie wierzycieli niewypłacalnego dłużnika (funkcja windykacyjna),
- niedopuszczenie do dalszych niewypłacalności, które są następstwem niepłacenia zobowiązań przez niewypłacalnego dłużnika (funkcja profilaktyczna),
- kształcenie wśród przedsiębiorców określonych wzorów zachowań, które można określić jako postawę rzetelnego przedsiębiorcy (funkcja wychowawcza),
- w ograniczonym stopniu – funkcja oddłużeniowa.

Polski ustawodawca zdecydował także, że rozstrzyganie konfliktu interesów pomiędzy dłużnikiem i jego wierzycielami na tle niewypłacalności następuje w jednym postępowaniu sądowym.

Upadłość w znaczeniu instytucji prawnej należy rozpatrywać jako ogół przepisów prawa definiujących kryteria określania upadłości², regulujących tryb postępowania upadłościowego i działania infrastruktury upadłości. Stanowi je prawo upadłościowe, czyli te obszary/gałęzie prawa, które regulują stosunki i skutki niewypłacalnego przedsiębiorcy z jego wierzycielami (i innymi interesariuszami), oraz procedury, które umożliwiają wierzycielom zaspokojenie ich roszczeń na skutek likwidacji majątku upadłego albo przez zawarcie układu wierzycieli z upadłym (Zedler, 2009).

² Kryteria określania upadłości stanowią z jednej strony zagadnienie o kluczowym znaczeniu, z drugiej zaś strony istnieje wiele obiektywnych przesłanek powodujących, że ustalenie tych kryteriów w sposób jednoznaczny jest niezwykle trudne, czy wręcz niemożliwe. Prawo określa precyzyjnie stany ekonomiczne kwalifikujące przedsiębiorstwo jako upadłe, jednak zastosowanie tych obowiązujących reguł z praktycznego punktu widzenia w wielu przypadkach okazuje się niezwykle trudne. Należy też wspomnieć, że problemowi temu poświęcona jest obszerna literatura.

Jednym z zasadniczych celów upadłości jako instytucji prawnej jest dążenie do sprawiedliwego zaspokojenia wszystkich wierzycieli z majątku trwale niewypłacalnego dłużnika (czyli upadłego) lub, w pewnych sytuacjach, zapewnienie warunków sprzyjających „odrodzeniu się” upadłego przedsiębiorstwa. Upadłość, podobnie jak egzekucja sądowa w sprawach cywilnych, służy urzeczywistnieniu norm materialnego prawa cywilnego w zakresie stosunków zobowiązaniowych (Lewandowski, Wołowski, 2014). Według K. Flagi-Gieruszyńskiej prawną instytucją upadłości polega na odebraniu bądź ograniczeniu prawa dłużnika do korzystania ze swojego majątku oraz na rozporządzaniu nim w celu równomiernego zaspokojenia wierzycieli (Flaga-Gieruszyńska, 2012). Należy zauważyć, że charakter regulacji prawnych determinuje ekonomiczne i społeczne skutki upadłości.

W Polsce prawo upadłościowe przenika różne gałęzie prawa, szczególnie te odnoszące się do zasad prowadzenia działalności gospodarczej i dziedzin, z którymi w ramach tej działalności przedsiębiorcy mają kontakt. Podstawowym aktem normatywnym regulującym kwestie związane z upadłością jest ustawa *Prawo upadłościowe i naprawcze*. Należy wspomnieć, że od 1 stycznia 2016 r. nastąpiła istotna zmiana – kwestie upadłości likwidacyjnej reguluje *Prawo upadłościowe* (Dz.U. z 2015 r., poz. 233), a kwestie postępowań układowych i naprawczych – *Prawo restrukturyzacyjne* (Dz.U. z 2015 r., poz. 978). Powodem tej zmiany jest dążenie do dostosowania obowiązującego prawa do warunków działania przedsiębiorstw w nowoczesnych gospodarkach, jak również do wyeliminowania w możliwie największym stopniu słabości i dysfunkcji prawa obowiązującego dotychczas. Zagadnienia związane z upadłością regulowane są obecnie przez szereg innych ustaw lub częściowych zapisów w tych ustawach oraz aktami niższej rangi, których w sumie jest ok. 30. Fakt takiego rozproszenia regulacji prawnych oceniać można krytycznie, gdyż utrudnia to ich stosowanie.

Polskie prawo powinno być zharmonizowane z prawem europejskim. Do podstawowych regulacji unijnych należą:

1. *Rozporządzenie Rady (WE) Nr 1346/2000 z 29.5.2000 r. w sprawie postępowania upadłościowego* (Dz.U. WE L nr 160, s. 1);
2. *Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2001/17/WE z 19.3.2001 r. w sprawie reorganizacji i likwidacji zakładów ubezpieczeń* (Dz.U. WE L nr 110, s. 28 – obowiązywała do 31.12.2015 r.);
3. *Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2001/24/WE z 4.4.2001 r. w sprawie reorganizacji i likwidacji instytucji kredytowych* (Dz.U. WE L nr 125).
4. W obecnym stanie prawnym postępowanie upadłościowe może przybierać dwie formy (Podel, Olszewska, 2012):
 - postępowanie mające na celu likwidację majątku upadłego,
 - postępowanie z możliwością zawarcia układu.

W obu przypadkach podstawą rozpoczęcia postępowania upadłościowego jest trwale zaprzestanie regulowania przez przedsiębiorstwo swych zobowiązań bądź przekroczenie określonej przepisami prawa relacji pomiędzy zobowiązaniami i majątkiem dłużnika. Jakkolwiek przepisy prawa regulują te kwestie bardzo precyzyjnie, to praktyczne stosowanie tych przepisów nastręcza wiele trudności (Collins, 2015)³. Do najważniejszych zaliczyć można m.in. ustalenie momentu określenia upadłości w kontekście problemów związanych z szacunkami i wycenami majątku przedsiębiorstwa, oceną perspektyw działania firmy czy kwestią

³ J. Collins, podobnie jak wielu innych autorów, formułuje tezę, że ekonomiczny stan upadłości przedsiębiorstwa pojawia się w zasadzie najczęściej dużo wcześniej niż upadłość w sensie prawnym. Szerzej zob. np. Collins (2015).

dotrzymywania przez kontrahentów warunków umów⁴. Od 2016 r., gdy obowiązywać zaczęły nowe regulacje, podjęcie postępowania restrukturyzacyjnego chroniącego przedsiębiorstwo przed upadłością, będzie mogło być rozpoczynane wskutek swobodnej oceny przedsiębiorcy co do możliwości zajścia zagrożenia jego przedsiębiorstwa upadłością. Mimo że trudno jest obecnie oceniać przyszłe zainteresowanie przedsiębiorców tą formą przeciwstawiania się antycypowanym trudnościom, to niewątpliwie, bynajmniej z teoretycznego punktu widzenia, wydaje się, że rozwiązanie to posiada wiele zalet.

Zgodnie z art. 2 *Prawa restrukturyzacyjnego*, które weszło w życie od 2016 r. (*Ustawa z dnia 15 maja 2015 r. Prawo restrukturyzacyjne*, Dz.U. z 2015 r., poz. 978), przewiduje się cztery rodzaje działań restrukturyzacyjnych:

1. postępowanie o zatwierdzenie układu,
2. przyspieszone postępowanie układowe,
3. postępowanie układowe,
4. postępowanie sanacyjne.

Upadłość likwidacyjną sąd ogłasza wówczas, gdy dłużnik nie jest w stanie regulować swych zobowiązań lub suma zobowiązań przekracza majątek dłużnika oraz brak jest podstaw do ogłoszenia upadłości układowej. Ogłoszenie upadłości następuje jednak pod warunkiem, że majątek dłużnika wystarczy na pokrycie kosztów upadłości Zarząd nad majątkiem upadłego obejmuje syndyk, którego zadaniem jest wyprzedaż majątku upadłego w celu spłaty wierzycieli z uzyskanych w ten sposób kwot (Gurgul, 2010). Upadłość likwidacyjna prowadzi zasadniczo do zaprzestania działalności gospodarczej upadłego (Łodzianna, Makuch, 2005), a spłata wierzytelności następuje wskutek wyprzedaży majątku dłużnika. W momencie ogłoszenia upadłości uruchamiane są procedury ochrony majątku dłużnika mające na celu ochronę interesów wierzycieli. Najkorzystniejszym rozwiązaniem jest sprzedaż przedsiębiorstwa upadłego w całości (przedsiębiorstwa w ruchu), sprzedaż zorganizowanej części przedsiębiorstwa, a w ostateczności poszczególnych składników majątku. Postępowanie upadłościowe nadzoruje sędzia, zwany sędzią komisarzem, który do przeprowadzenia procedury upadłościowej, tzn. do sprzedaży majątku upadłego w celu jak najwyższego zaspokojenia wierzycieli, wyznacza syndyka. Pierwszym zadaniem syndyka po objęciu majątku upadłego jest sporządzenie spisu inwentarza, oszacowanie masy upadłości oraz sporządzenie planu likwidacyjnego określającego sposoby i terminy sprzedaży mienia, szacunkowy czas trwania postępowania, preliminarz kosztów likwidacji przedsiębiorstwa oraz ewentualne uzasadnienie prowadzenia działalności gospodarczej w przedsiębiorstwie upadłego. Syndyk sporządza listę wierzytelności, badając zasadność roszczeń i kontrolując płatności dokonywane w przeciągu półrocznego okresu czasu poprzedzającego ogłoszenie upadłości. Roszczenia wierzycieli są dzielone na kategorie, które zaspokajane są w określonej kolejności. Po zatwierdzeniu planów podziału następuje faktyczna likwidacja majątku, czyli jego sprzedaż w drodze przetargu lub z wolnej ręki. Po spieniężeniu masy upadłości następuje podział uzyskanych funduszy, jednorazowo lub kilkukrotnie w miarę postępów w sprzedaży. Całkowite zlikwidowanie masy upadłości kończy postępowanie upadłościowe.

Upadłość układową sąd ogłasza wtedy, gdy istnieją racjonalne przesłanki na uratowanie firmy oraz gdy zostanie uprawdopodobnione, że w drodze układu wierzyciele zostaną zaspokojeni w stopniu wyższym, niż zostaliby zaspokojeni po przeprowadzeniu postępowania upadłościowego obejmującego likwidację majątku dłużnika (Tokarski A., Tokarski M., 2014).

⁴ Ostatnia z wymienionych kwestii rozpatrywana może być w ramach tzw. kontraktualnej teorii firmy.

Celem upadłości układowej jest zatem zaspokojenie wierzycieli uprawdopodobnionymi przyszłymi zyskami przedsiębiorstwa. Oznacza to dalsze funkcjonowanie podmiotu i uczestnictwo w obrocie gospodarczym oraz utrzymanie zatrudnienia. Warunkiem koniecznym ogłoszenia upadłości z możliwością zawarcia układu jest przedstawienie realnych propozycji układowych zapewniających spłatę zobowiązań dłużnika w wysokości nie niższej niż w przypadku likwidacji jego majątku. Propozycje układowe przedstawia dłużnik i uzasadnia je dołączoną do nich analizą sytuacji majątkowo-finansowej przedsiębiorstwa, jego pozycji konkurencyjnej, przewidywaniami dotyczącymi sytuacji rynku, na którym działa jednostka, oraz analizą struktury ryzyka. Zasadniczym elementem propozycji układowych jest sposób restrukturyzacji zadłużenia przedsiębiorstwa, który może obejmować zmniejszenie sumy zobowiązań, rozłożenie ich na raty, odłożenie w czasie terminu spłaty, konwersję wierzytelności na udziały i akcje (*Ustawa z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe i naprawcze*, Dz.U. z 2009 r. nr 175, poz. 1361, art. 270). Układ, po przyjęciu go przez zgromadzenie wierzycieli, jest zatwierdzany przez sędziego komisarza. Przedsiębiorstwo upadłego jest zarządzane przez jego dotychczasowy zarząd pod nadzorem powołanego nadzorca sądowego lub, w sytuacji odwołania dotychczasowego kierownictwa, przez zarządcę. Po wydaniu postanowienia o zawarciu układu i jego realizacji, czyli spłacie zobowiązań zgodnie z przyjętym harmonogramem, sąd wydaje postanowienie o wykonaniu układu, który stanowi podstawę wykreślenia z ksiąg wieczystych i rejestrów wpisów dotyczących upadłości. Jeżeli układ nie jest realizowany, sędzia może zdecydować o zamianie trybu postępowania na upadłość likwidacyjną (Świeboda, 2003).

Podmioty zaangażowane w proces postępowania upadłościowego przedsiębiorstw – główni interesariusze i obszary ich zainteresowań

W postępowaniu upadłościowym bierze udział zazwyczaj wielu uczestników, którzy mają różne, często sprzeczne ze sobą motywy postępowania („interesy”). Podstawowym podziałem podmiotów postępowania upadłościowego jest ich podział na organy oraz uczestników postępowania. Do organów postępowania upadłościowego zalicza się organy sądowe w postaci sądu i sędziego komisarza oraz organy pozasądowe, którymi są: syndyk, nadzorca sądowy i zarządca (Marszałkowska-Krześ, Gil, 2011).

Uczestnikami postępowania upadłościowego są: dłużnik, czyli podmiot, wobec którego wydano postanowienie o ogłoszenie upadłości, oraz wierzyciele, czyli każdy podmiot uprawniony do zaspokojenia z masy upadłości swych wierzytelności, choćby wierzytelności takie nie wymagały zgłoszenia.

W postępowaniu upadłościowym biorą również zazwyczaj udział tzw. podmioty incydentalne, tj.: biegli sądowi, komornicy sądowi, notariusze, oraz podmioty służące syndykowi pomocą, do których zalicza się zatrudnianych przez niego księgowych, rzeczoznawców, personel biurowy, ochronę itp.

Wymienione powyżej podmioty związane są z postępowaniem upadłościowym w sposób bezpośredni. Postępowanie upadłościowe dotyczy jednak jeszcze innych „zainteresowanych”. Dla przedstawienia ogółu mniej lub bardziej powiązanych z procesem upadłościowym „stron” wprowadzić można poniższy podział.

Charakter prowadzonego postępowania upadłościowego różnicuje w pewnej mierze rolę i „interesy” głównych aktorów postępowania upadłościowego. W przypadku postępowania upadłościowego głównym „aktorem” jest sąd, sędzia komisarz i syndyk, którego głównym

i jedynym w zasadzie zadaniem jest jak najszybsze spieniężenie majątku i zaspokojenia wierzycieli (Wardzińska, 2013). Cała procedura upadłości odbywa się pod nadzorem sędziego komisarza, który sprawuje nadzór nad legalnością i racjonalnością postępowania syndyka sprawującego zarząd nad upadłym przedsiębiorstwem. W przypadku upadłości z możliwością zawarcia układu, jakkolwiek czynności kontrolne nad legalnością i racjonalnością postępowania nadal sprawuje sędzia komisarz i nadzorca sądowy, to bieżący zarząd sprawowany może być (choć nie musi) przez dotychczasowe organy przedsiębiorstwa, a propozycje co do sposobu restrukturyzacji zadłużenia mogą zależeć w dużej mierze od wierzycieli. Z racji odmienności zasadniczych celów postępowania w obu przypadkach odmiennie kształtują się motywy i podstawowe cele działania („interesy”) głównych „aktorów” procesu upadłościowego.

W przypadku postępowania likwidacyjnego, jeśli chodzi o działanie sądu, dominujące znaczenie ma nadzór nad legalnością podejmowanych w trakcie likwidacji działań, podczas gdy w przypadku postępowania upadłościowego niepomrotnie wzrasta znaczenie sądu jako organu kontrolującego racjonalność ekonomiczną i sprawiedliwość toczących się procedur⁵. Wyrazem tego jest istnienie instytucji, tzw. rady wierzycieli, która może wpływać na kształt zawieranego układu.

Jak wspomniano powyżej, upadłość podmiotu gospodarczego jest zdarzeniem, które pociąga za sobą wiele różnorodnych konsekwencji i kosztów dla znacznej grupy osób i instytucji powiązanych w różny sposób z upadłym przedsiębiorstwem. Ich postawy i zachowania w procesie upadłości kształtowane są przez dostrzegane przez nich „interesy”, tzn. postrzegane korzyści i zagrożenia związane z charakterem prowadzonego postępowania.

Modelowy układ „interesów” głównych „aktorów” postępowania opisać można ogólnie w sposób następujący (Morawska, Roszkowska, 2011; Tokarski A., Tokarski M., 2013):

Właściciele dążą najczęściej do utrzymania działalności zadłużonej jednostki i odzyskania jak największej kwoty środków pieniężnych zainwestowanych w przedsiębiorstwo⁶. W hierarchii podmiotów uprawnionych do podziału masy upadłościowej zajmują jednak ostatnie miejsce. W praktyce, jak pokazują to wyniki licznych badań, w przypadku typowej procedury likwidacyjnej, rzadko udaje im się odzyskać choćby część zainwestowanego kapitału. Sytuacja ta rodzi zatem naturalne zainteresowanie wspomnianą w przypisie minimalizacją strat przez formalne i nieformalne działania w okresie poprzedzającym upadłość w celu ukrycia faktycznego majątku przez zmiany form prawnych czy tworzenie nowych podmiotów i transferowanie do nich majątku. Są to działania naruszające w istotny sposób interesy wierzycieli i względnie trudno kontrolowalne przez sąd w trakcie postępowania upadłościowego.

Menedżerowie upadłego przedsiębiorstwa z racji pełnionej funkcji posiadają oni najpełniejszą wiedzę o faktycznym stanie upadającego przedsiębiorstwa. Motywem ich działania w okresie poprzedzającym upadłość lub gdy uczestniczą w procesie upadłościowym, jest uzyskiwanie możliwie najwyższego wynagrodzenia. Uwzględniając swoją sytuację i rozważając

⁵ Chodzi głównie o kontrolowanie sprawiedliwego rozdziału kosztów i korzyści dla różnych grup wierzycieli wynikających z realizowanego układu pomiędzy upadłym a wierzycielami.

⁶ Rodzić to może skłonność do podejmowania mniej lub bardziej legalnych działań mających na celu ochronę własnego majątku, takich jak jego przemieszczanie do innych podmiotów, zbywanie na rzecz rodziny itp. Działania te mogą być podejmowane zarówno w trakcie samego procesu upadłościowego, co jednak z racji nadzoru organów sądowych jest znacznie utrudnione lub wręcz niemożliwe, jak i, przede wszystkim, w okresie przed „otwarcie” postępowania upadłościowego. W związku z powyższym w celu zapobiegania takim praktykom upadły musi przedstawiać sądowi zakres swych działań finansowych dokonywanych w ciągu sześciu miesięcy poprzedzających upadłość. Przedmiotem dyskusji można uczynić to, czy jest to okres „wystarczająco” długi. Jest to szczególnie istotne w przypadku, wcale nierzadkich w warunkach polskich, tzw. upadłości reżysersowanych.

skutki dla przedsiębiorstwa, mają oni, w pewnych granicach, możliwości wpływania na ocenę zasadności i moment złożenia wniosku o wszczęcie postępowania upadłościowego, biorąc w swych kalkulacjach pod uwagę możliwe skutki, w tym sankcje finansowe i karne, jak również wynikające z ich decyzji skutki dla przedsiębiorstwa, określone „głębokością” zapaści finansowej i ewentualnymi szansami prowadzenia postępowania układowego⁷. Formalnym ich obowiązkiem jest przeciwdziałanie upadłości przedsiębiorstwa, co związane jest z utrzymaniem stanowiska pracy, prestiżem w środowisku zawodowym czy realizacją własnych ambicji. Na gruncie zdecydowanie bardziej realistycznych założeń behawioralnych, formułowanych w ramach tzw. nowej ekonomii instytucjonalnej, przyjmować jednak należy, że równie powszechnymi typami zachowań są różne odmiany oportunistu, co skutkuje tym, że partykularne interesy menedżera stają się nadrzędne wobec interesów przedsiębiorstwa i właścicieli⁸.

Administratorzy postępowania upadłościowych, tzn. syndycy, nadzorcy, zarządcy, działając w ramach względnie rygorystycznych przepisów prawa i pod nadzorem sądu, również jako „agenci”⁹, zainteresowani są maksymalizowaniem swych wynagrodzeń. Utrzymując założenie o oportunistycznej naturze ludzkich zachowań, cel ten, podobnie jak w przypadku działań menedżera, może być względnie łatwo realizowany¹⁰. Z racji ich usytuowania i charakteru wykonywanych w procesie upadłościowym zadań (spełniają w praktyce funkcje zarządcze/menedżerskie) administratorzy postępowania upadłościowych mają wręcz decydujący wpływ na przebieg i efektywność postępowania upadłościowego. Sprawność przebiegu postępowania upadłościowego, mierzona np. czasem jego trwania, kosztem prowadzonych działań (na które znaczący wpływ może wywierać wynagrodzenie syndyka) czy skutecznością zaspokojenia wierzycieli determinowana jest istnieniem dobrego i sprawnie działającego systemu motywacji łączącego materialne efekty pracy tej grupy interesariuszy z efektywnością postępowania upadłościowych¹¹.

Kredytodawcy, pożyczkodawcy oraz inwestorzy są zainteresowani bezpieczeństwem i pewnością zwrotu zainwestowanych środków. W zależności od oceny sytuacji upadającego przedsiębiorstwa zainteresowani mogą być działaniami na rzecz „wzmocnienia” i polepszenia sytuacji finansowej upadającego przedsiębiorstwa lub możliwie najszybszym i pełnym odzyskaniem zainwestowanych środków. W fazie postępowania upadłościowego jest to w zasadzie dominujący i jedyny motyw ich działania. Należy zauważyć, że często właśnie oni, jako pierwsi, składają wnioski o upadłość dłużnika, kierując się interesem własnym, w małym zaś stopniu interesem upadłego. Pozytywną stroną takiego stanowiska jest uruchamianie i podtrzymywanie działania ściśle ekonomicznego mechanizmu weryfikacji upadłego.

Dostawcy i odbiorcy poprzez wczesną identyfikację kłopotów finansowych swojego kontrahenta mogą podjąć decyzję, czy dalsza współpraca z nim ma sens, gdyż z punktu widzenia dostawcy może on nie zapłacić za zakupione materiały lub z punktu widzenia odbiorcy może nie dostarczyć zamówionych produktów. Kłopoty upadającego mogą przenieść się na kondycję finansową dostawców i odbiorców. Gdy zorientują się oni, że kontrahent nie jest wiarygodny, mogą zacząć szukać dla siebie innych odbiorców swoich produktów (dostawcy) lub innych dostawców (odbiorcy). Realne możliwości zamiany dostawców/odbiorców zależą jednak od

⁷ Podobne kwestie analizowane są np. w teorii agencji.

⁸ Wskazuje to na znaczenie organów nadzorczych zapobiegających np. tzw. upadłościom reżyserowanym, których celem jest realizowanie interesów partykularnych niezgodnych z interesem przedsiębiorstwa czy jego właścicieli.

⁹ Nawiązujemy tu do terminologii związanej z teorią agencji.

¹⁰ Przykładem działania oportunistycznego może być dążenie do zawyżania szacunków masy upadłościowej czy przedłużanie procedury likwidacyjnej, co wywiera korzystny wpływ na wysokość wynagrodzenia.

¹¹ Analiza bardziej szczegółowych relacji pomiędzy sędzią komisarzem a syndykiem, analogiczna pod pewnymi względami do relacji organ nadzoru – menedżer, może być prowadzona w kategoriach teorii agencji.

wielu czynników i w zasadzie konkretny ich układ determinuje zachowanie kontrahenta upadającego przedsiębiorstwa – może być on zarówno mocno zainteresowany wspomżeniem upadającego przedsiębiorstwa (bynajmniej do momentu ukończenia kontraktu) lub całkowicie niezainteresowany losem przedsiębiorstwa, w przypadku możliwości i łatwości dokonania zmiany kontrahenta. Charakter i siłę pojawiających się motywacji u dostawców i odbiorców kojarzyć można m.in. ze strukturą rynku, fazą zaawansowania kontraktu, unikalnością czy poziomem technologicznym dostaw.

Państwo pod postacią Skarbu Państwa, ministerstw czy innych instytucji państwowych angażuje się z reguły w postępowania upadłościowe wielkich korporacji ze względów ekonomicznych lub/i społecznych. Upadek gigantów (np. GM w USA) zagrażać może powstaniem „domina upadłości”, co negatywnie mogłoby wpływać na stan całej gospodarki, wzrost bezrobocia, niezadowolenia społecznego itp. Wobec tej sytuacji państwo staje zazwyczaj „po stronie upadającego”. Podejście to, jakkolwiek budzi szereg dyskusji i kontrowersji, jest w zasadzie powszechnie stosowane. Towarzyszy temu nie tylko syndrom „za duży, żeby upaść”, lecz także syndrom „zbyt powiązany, zbyt zglobalizowany, żeby upaść” (Mączyńska, 2015a).

Władze lokalne zainteresowane są utrzymywaniem „przy życiu” upadłych przedsiębiorstw, co wynika z dążenia władz do zmniejszania poziomu bezrobocia w regionie. Likwidacja przedsiębiorstw pociąga z reguły za sobą również upadłość mniejszych kooperantów, co zwiększa skalę problemów gospodarczych regionu. Spadają bowiem wpływy do budżetów lokalnych i zwiększa się poziom ubóstwa. Formami wsparcia udzielanego upadającym przedsiębiorstwom przez władze lokalne są: dotacje, subsydia, ulgi czy obniżanie podatków lokalnych

Pracownicy są zainteresowani istnieniem przedsiębiorstwa bankruta, mając nadzieję na utrzymanie swych miejsc pracy.

Wierzyciele – najważniejsze jest dla nich jak najszybsze odzyskanie możliwie jak najwyższej kwoty wierzytelności. Ze względu na występowanie różnych klas uprzywilejowania i wysokość zagrożonych wierzytelności siła tej motywacji może być różna.

Sądy i sędziowie komisarze – działanie sądów i siła motywacji sędziów do efektywnego odgrywania przewidzianej dla nich roli determinowana jest w istocie jakością systemu oceny ich pracy. Dobór odpowiednich kryteriów oceny efektywności postępowania upadłościowego wraz z odpowiednim systemem stymulacji materialnej i pozamaterialnej stanowi w tym przypadku kwestię o znaczeniu fundamentalnym¹². Sąd i sędziowie stosują obowiązujące prawo, co jednak niewątpliwie ogranicza możliwość wprowadzania w pełni menedżerskiego podejścia do tworzenia systemu motywacji. Sądy i sędziowie stają nierzadko wobec dylematów wynikających z faktu, że dostrzegają oni niedostosowanie obowiązujących regulacji prawnych do konkretnie rozpatrywanych sytuacji.

Instytucje rządowe (urzędy skarbowe, ZUS) dbają o interes państwa głównie przez ściąganie należności podatkowych przedsiębiorstwa. Podobnie jak w przypadku sądów „stosują one prawo”, choć mają większy zakres swobody w jego stosowaniu. W swych działaniach mogą zatem kierować się w większym stopniu „logiką ekonomiczną” niż „ślepą egzekucją” prawa przy ściąganiu należności.

Audytory, przedsiębiorstwa doradcze, kancelarie prawne i podatkowe itp. kierują się w swych działaniach przepisami prawa oraz wypracowanym prestiżem i etyką zawodową. Działają w zasadzie w sposób „bezpstronny”, jakkolwiek i w stosunku do nich odnosi się

¹² Przykładowo, przyjęcie jako podstawowego kryterium oceny liczby prowadzonych czy zakończonych postępowań upadłościowych może powodować, że sąd będzie preferował „mniejsze” upadłości kosztem „większych”, co może mieć odzwierciedlenie w jakości postępowań przy „dużych upadłościach”.

przytaczana już powyżej teoretyczna teza o powszechności oportunistów w praktycznym postępowaniu ludzi. Rezultaty ich pracy mają bardzo duże znaczenie, gdyż w procesie upadłościowym stanowią podstawę, na której sąd opiera swe decyzje. W zakresie działań tej grupy interesariuszy wchodzi sporządzanie i dokonywanie weryfikacji sprawozdań finansowych, dokonywanie wycen, orzekanie o sytuacji prawnej itp. Koszty tych prac mogą stanowić znaczące części kosztów z procedury upadłościowej.

Urzędy statystyczne generują i dostarczają informacje związane z oceną kondycją całej gospodarki lub określonej branży. Nie kierują się „żadnym” interesem własnym.

Liczba uczestników postępowania upadłościowego, jak wynika z przedstawionego wyżej niepełnego zestawienia, jest znacząca. Każdy z uczestników (interesariusz) kieruje się w swych działaniach „własnym interesem”, który może być zbieżny lub rozbieżny z interesami pozostałych uczestników tegoż postępowania. Niektóre z wymienionych podmiotów dążą do realizacji celów ambiwalentnych – zarówno ekonomicznych, jak i społecznych.

Instytucja upadłości w polskiej gospodarce

Skala zjawisk upadłości w Polsce, zarówno w ujęciu regionalnym, jak i na tle tego zjawiska w innych krajach stanowi przedmiot licznych publikacji¹³, a także szczegółowych statystyk w postaci sprawozdania w sprawach upadłościowych i naprawczych według właściwości rzeczowych publikowanych przez Ministerstwo Sprawiedliwości, GUS, Bank Światowy – raport *Doing Business* oraz instytucji komercyjnych, takich jak Centralny Ośrodek Informacji Gospodarczej, Coface Poland, Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych i inne¹⁴. Nie wydaje się zatem konieczne przytaczanie w tym względzie szczegółowej ilustracji tego zjawiska. Z uwagi na charakter prezentowanego artykułu autorzy chcieliby jedynie w zakończeniu przedstawić syntetyczną ocenę tej instytucji.

Badania prowadzone pod kierunkiem prof. E. Mączyńskiej wskazują, że instytucja upadłości w Polsce jest niskiej jakości. Autorzy tych badań stwierdzają m.in., że „upadłością nie są [...] zainteresowani wierzyciele – kalkulują bowiem czas, koszty postępowań oraz możliwość odzyskania wierzytelności. Dłużnicy pomimo prawnego obowiązku nie składają wniosków o ogłoszenie upadłości, a sankcje wobec nich nie są egzekwowane” (Babiarz-Mikulska, Czarpacka, Morawska, 2012).

Sądowy model rozstrzygania sporów i konfliktu interesów w postępowaniach upadłościowych nie jest efektywny ze względu na wysoki poziom formalizmu i brak bodźców do szybkiego kończenia postępowań. Sąd i sędzia komisarz są agentami wierzycieli reprezentującymi ich interesy. Zobligowani są oni do ścisłego przestrzegania reguł postępowania upadłościowego, co w niektórych przypadkach może być źródłem nieefektywności działań. Podstawowym miernikiem oceny i ewentualnych stymulacji finansowych sądu i sędziego komisarza (podobnie jak nadzorcy i syndyka) jest przede wszystkim, co jest całkowicie zrozumiałe,

¹³ Zob. *Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON* (2014); *Informacje i opracowania statystyczne GUS* (2015); Antoniewicz (2010); Mazurek (2009, 2013).

¹⁴ https://isws.ms.gov.pl/Data/Files/_public/isws/jednoroczne/2014/spr_zbior_2014/ms-s20un_2014.pdf; <http://www.coig.com.pl/lista-upadlosci-firm.php>; http://www.kuke.com.pl/upadlosci_firm.php; <http://www.krupu.pl>; <http://www.coface.pl>; <http://www.egospodarka.pl/129143,upadlosci-firm-w-polsce>; <http://www.windykacja.pl/raporty,wzrost-liczby-upadlosci-polskich-przedsiębiorstw>; <http://www.eulerhermes.pl/analizy-ekonomiczne/economic-publications/Pages/Raporty-o-upad%C5%82o%C5%9Bciach.aspx>.

przestrzeganie procedur prawa, nawet w sytuacji oczywistego braku logicznego uzasadnienia ich stosowania (np. przesłuchanie 15 tys. świadków czy „równe” proceduralnie traktowanie dłużnika zgłaszającego wierzytelność w kwocie 57 zł i 2 mln zł, wielokrotne korekty list wierzytelności). Sąd i sędzia rozliczani są przede wszystkim z przestrzegania przepisów proceduralnych, a w zdecydowanie mniejszym stopniu z szybkiego i „efektywnego” kończenia postępowań. Podobnie ma się rzecz z syndykami. Wskazuje to na potrzebę usprawnienia działania instytucji upadłości.

Profesor Morawska dowodzi, że instytucja upadłości w Polsce oparta jest z jednej strony na anachronicznych, sztywnych regulacjach prawnych, wymuszających automatyzm w podejmowaniu decyzji o upadłości, z drugiej zaś strony jej trzon stanowi zbiurokratyzowana organizacja wymiaru sprawiedliwości. Sądownictwo upadłościowe zostało ukierunkowane na przestrzeganie reguł proceduralnych, a nie na racjonalność ekonomiczną rozstrzygnięcia (Morawska, 2013).

Według prof. Mączyńskiej w Polsce wyraźny jest niedorozwój instytucjonalnej, tzn. sądowej, badawczej czy informacyjnej, infrastruktury upadłości. Tym uzasadnia ona postulat szerszego wykorzystywania w praktyce modeli wczesnego ostrzegania przed zagrożeniami w biznesie oraz postulat rozwoju instytucjonalnej infrastruktury upadłości, ukierunkowanej na monitoring upadłości i przeciwdziałanie jej. Jest to istotne tym bardziej, że współcześnie funkcjonowanie przedsiębiorstw charakteryzują rosnące napięcia, rosnący stopień ryzyka i niepewności, co skutkuje rosnącym zagrożeniem upadłością (Mączyńska, 2014).

Pomimo rosnącej w gospodarce globalnej złożoności powiązań gospodarczych przedsiębiorstw i ich „usiecznienia” oraz istnienia zjawiska efektu domina bankructw w Polsce nie istnieje ośrodek, który zajmowałby się badaniem tej problematyki kompleksowo i interdyscyplinarnie (Mączyńska, 2011). Ośrodki badań bankructw istnieją w innych krajach. Szczególnie pouczające są doświadczenia USA, gdzie istnieje Instytut Bankructwa – The American Bankruptcy Institute (ABI), utworzony w 1982 r. w celu zapewnienia obiektywnych analiz dotyczących upadłości. Zrzesza on ponad 11 500 adwokatów, licytatorów, syndyków, bankierów, sędziów, kredytodawców, profesorów, księgowych i innych specjalistów. ABI stanowi centrum edukacji badań i rozwoju wiedzy na temat upadłości, którego osiągnięcia są regularnie publikowane (Mączyńska, 2009).

Na brak w Polsce takiego typu jednostek analitycznych nakładają się białe plamy w statystyce upadłości. Jakkolwiek istnieją statystyki ilościowe, brak jest kompleksowych statystyk i pogłębionych analiz ekonomiczno-finansowych dotyczących problemów upadłości przedsiębiorstw (Mączyńska, 2014). Potrzeba tworzenia tego typu baz danych staje się również coraz bardziej widoczna, gdyż coraz bardziej złożone struktury grup kapitałowych implikują to, że bankructwo jednego z przedsiębiorstw grupy może z jednej strony wywołać łańcuch upadłości, a z drugiej – może być kamuflowane i ukrywane w skomplikowanej, gęstej sieci powiązań biznesowych, co nie sprzyja jasności i jednoznaczności dostarczanych przez rynek sygnałów.

Zakończenie

Współczesna teoria ekonomii, zarówno w ujęciu mikro, jak i makro, zaczyna przykładać coraz większe znaczenie do ról odgrywanych przez instytucje formalne i nieformalne oraz otoczenie instytucjonalnego procesów gospodarczych (Gruszecki, 2008). Dlatego też takie podejście powinno zostać uwzględnione przy opracowywaniu zasad prowadzenia postępowań upadłościowych. Odgrywa to niezwykle doniosłą rolę dla właściwego kształtowania przebiegów

procesów gospodarczych, w tym zjawisk upadłości, które stanowią istotny element tych procesów.

Gospodarka dysponuje ograniczonymi zasobami, które mogą mieć alternatywne zastosowania w przypadku niepowodzenia działalności gospodarczej w niektórych jej podmiotach. Dlatego ważne jest istnienie systemu prawnego wymuszającego prowadzenie uczciwych i efektywnych z punktu widzenia ekonomicznego postępowań upadłościowych i naprawczych, które są neutralnymi instrumentami „oczyszczającymi” obrót gospodarczy z niewypłacalnych przedsiębiorstw. Znaczenie instytucji upadłości w gospodarce rynkowej polega zatem na tym, że jej sprawne działanie wpływa pozytywnie na wzrost gospodarczy i rozwój społeczno-ekonomiczny. Upadłość to jedna z najważniejszych instytucji gospodarki rynkowej. Prawdopodobnie skonstruowana normatywnie i prawidłowo wdrożona instytucjonalnie gwarantuje skuteczną ochronę wierzycieli i efektywną alokację środków produkcji (Tokarski, 2015).

Na instytucje upadłości składają się zarówno regulacje prawne zawierające wytyczne dotyczące procedury, jak i cały aparat zapewniający realizację celów postępowań upadłościowych, który tworzą sędziowie orzekający w sprawach upadłościowych, syndycy zarządzający masą upadłości, nadzorcy sądowi, zarządcy. Upadłość przedsiębiorstw stanowi nieodłączny dla gospodarki rynkowej mechanizm selekcji nieefektywnych podmiotów gospodarczych. Niezwykle ważne staje się zatem to, aby system/procedury upadłościowe zapewniały sprawny i efektywny (w różnych wymiarach) przebieg tego zjawiska, co sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości (Lee i in., 2011). Niezbędnym tego warunkiem, jak podkreśla E. Mączyńska, jest konieczność rozbudowy w Polsce nieadekwatnej obecnie do warunków gospodarowania szeroko rozumianej instytucjonalnej infrastruktury upadłości (Mączyńska, 2004).

Niedorozwój instytucjonalnej infrastruktury upadłości wiąże się w dużym stopniu z tym, że bankructwo to problem, który w Polsce nie został dostatecznie zdiagnozowany, a problematyka upadłości nie doczekała się zwartej, kompleksowej teorii (Mączyńska, 2013). Wynika to częściowo z ogromnego zróżnicowania i zmienności przyczyn bankructw i tego, że upadłości przedsiębiorstw nie stanowią centralnego elementu żadnego ze znanych nurtów teorii ekonomii. Brak teorii bankructwa jest coraz bardziej dotkliwie odczuwany w praktyce gospodarczej. Stąd też różne ośrodki podejmują wieloprzekrojowe badania, w których wyniku powstają pierwsze uogólnienia, syntezy, które można uznać za elementy stopniowo kształtującej się pozytywnej i normatywnej teorii bankructwa.

W przeszłości podejście normatywne ukierunkowane było przede wszystkim na zagwarantowanie wierzycielom niewypłacalnego przedsiębiorcy maksymalnego zaspokojenia ich wierzytelności. Obecnie większą wagę przywiązuje się do przywrócenia efektywności rynkowej przedsiębiorstw zagrożonych upadłością. Dlatego też w unormowaniach bankructwa preferuje się umożliwianie podejmowania działań naprawczych. Znajduje to swój wyraz w propagowaniu wobec upadających przedsiębiorstw tzw. polityki drugiej szansy.

Dostosowane do wymogów współczesnej gospodarki rozwiązania instytucjonalne, w tym instytucjonalno-ustrojowe, powinny sprzyjać racjonalizacji funkcjonowania przedsiębiorstw i przeciwdziałać ich upadłościom, zaś w przypadku ich wystąpienia łagodzić ich następstwa ekonomiczne i społeczne.

Literatura

References

- Adamska, A., Mączyńska, E. (red.). (2013). *Upadłości, bankructwa i naprawa przedsiębiorstw. Wybrane zagadnienia*. Warszawa: SGH.
- Antoniewicz, P. (2010). *Procesy upadłościowe przedsiębiorstw w Polsce. Raport z badań, KPF w Polsce*. Warszawa–Gdańsk.
- Babiarz-Mikulska, K., Czapracka, A., Morawska, S. (2012). *Ocena efektywności procedur upadłościowych wobec przedsiębiorców. Aspekty prawne, ekonomiczne i organizacyjne*. Warszawa: Difin.
- Bauer, K. (2009). Wiarygodność informacji tworzonych przez jednostki w stanie upadłości likwidacyjnej. W: pracownicy Katedry Rachunkowości SGH (red.), *Problemy współczesnej rachunkowości*. Warszawa: SGH.
- Bliss, R.R. (2003). Bankruptcy law and large complex financial organization: A primer. *Federal Reserve Bank of Chicago, Economic Perspectives*, 48(1Q), 48–58.
- Collins, J. (2015). *Jak upadają giganci*. Warszawa: MT Biznes.
- II szansa dla przedsiębiorców. Raport z badań* (2011). Warszawa: PARP.
- Flaga-Gieruszynska, K. (2012). *Prawo upadłościowe i naprawcze*. Warszawa: C.H. Beck.
- Gawel, T., Klimczak, M. (2005). Pojęcie instytucji w prawie i ekonomii. W: B. Polszakiewicz, J. Boehlke (red.). (2005). *Ład instytucjonalny w gospodarce*. Toruń: UMK.
- Gruszecki, T. (2008). Instytucjonalne aspekty w teorii przedsiębiorstwa. W: E. Mączyńska (red.), *Bankructwa przedsiębiorstw. Wybrane aspekty instytucjonalne*. Warszawa: SGH.
- Gurgul, S. (2010). *Prawo upadłościowe i naprawcze – komentarz*. Warszawa: C.H. Beck.
- Informacje i opracowania statystyczne GUS* (2015). Warszawa: GUS.
- Lee, S.-H., Yamakawa, Y., Peng, M., Barney, J. (2011). How do bankruptcy law affect entrepreneurship development around the world? *Journal of Business Venturing*, 26.
- Lewandowski, R., Wołowski, P. (2014). *Prawo upadłościowe i naprawcze*. Warszawa: C.H. Beck.
- Łodzianna, A., Makuch, B. (2005). *Upadłość likwidacyjna. Praktyczny poradnik dla syndyków*. Warszawa: Difin.
- Marszałkowska-Krześ, E., Gil, I. (2011). *Postępowanie w sprawach upadłościowych i rejestrowych*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Mazurek, S. (2009). Liczba wniosków o upadłość jako miara zjawiska upadłości w Polsce. W: D. Zarzecki, Zarządzanie finansami: aktualne wyzwania teorii i praktyki. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 533.
- Mazurek, S. (2013). Statystyka upadłości podmiotów biznesowych. W: D. Zarzecki, Zarządzanie finansami: mierzenie wyników przedsiębiorstw i ocena efektywności inwestycji. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 760, 201–210.
- Mączyńska, E. (2009). *Meandry upadłości przedsiębiorstw. Klęska czy druga szansa?* Warszawa: SGH.
- Mączyńska, E. (2011). Bankructwa przedsiębiorstw a nadzór właścicielski. W: E. Mączyńska (red.), *Cykle życia i bankructwa przedsiębiorstw*. Warszawa: SGH.
- Mączyńska, E. (2012). Ekonomiczno-instytucjonalne uwarunkowania bankructw i upadłości. W: S. Morawska (red.), *Ekonomia i prawo upadłości przedsiębiorstw*. Warszawa: SGH.
- Mączyńska, E. (2013). Wprowadzenie. W: E. Mączyńska (red.), *Procesy upadłościowe i naprawcze w Polsce na tle doświadczeń Unii Europejskiej*. Warszawa: SGH.
- Mączyńska, E. (2014). *Bankructwa przedsiębiorstw. Wybrane aspekty ekonomiczne i prawne*. Warszawa: SGH.
- Mączyńska, E. (2015a). Wprowadzenie. W: E. Mączyńska (red.), *Bankructwa, upadłości i procesy naprawcze przedsiębiorstw. Wybrane aspekty regulacyjne*. Warszawa: SGH.
- Mączyńska, E. (2015b). Wprowadzenie. *Biuletyn PTE*, 1.
- Mączyńska, E., Morawska, S. (2015). *Efektywność procedur upadłościowych*. Warszawa: SGH.

- Morawska, S. (red.). (2011). *Modele postępowań upadłościowych w Polsce i wybranych krajach UE*. Warszawa: Wiedza i Praktyka.
- Morawska, S. (2013a). Efektywność oraz skuteczność postępowań upadłościowych na tle praktyki sądowej – perspektywa wierzycieli, *Biuletyn PTE*, 1.
- Morawska, S. (2013b). *Przedsiębiorca w obliczu upadłości*. Warszawa: SGH.
- Morawska, S., Roszkowska, P. (2011). Interesariusze w procesie upadłości przedsiębiorcy. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 2.
- North, D. (1991). Institutions. *Journal of Economic Perspectives*, 1.
- Podel, W., Olszewska, M. (2012). *Upadłość w praktyce*. Warszawa: Difin.
- Prusak, B. (2012). Charakterystyka procesów upadłościowych przedsiębiorstw w Polsce. W: B. Prusak (red.), *Przedsiębiorstwo w czasach kryzysu*. Gdańsk: Politechnika Gdańska.
- Stankiewicz, W. (2012). *Ekonomika instytucjonalna, Zarys wykładu*. Warszawa: PWSBiA.
- Stiglitz, J.E. (2005). *Globalizacja*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Świeboda, Z. (2003). *Prawo upadłościowe i naprawcze, Komentarz*. Warszawa: Lexis Nexis.
- Tokarski, A. (2015). Kierunki ewolucji systemu upadłościowego w Polsce. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11.
- Tokarski, A., Tokarski, M. (2013). Conflicts of participants in insolvency proceeding. W: *Globalizacja a jej socjalno-ekonomiczne dosledky*. Žilina: Žilinska Univerzita.
- Tokarski, A., Tokarski, M. (2014). *Models of bankruptcy system in Poland – characteristics*, 14th International Scientific Conference under the Auspices of Ministry of Finance of the Slovak Republic, Žilina: University of Žilina.
- Ustawa z dnia 23 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe i naprawcze* (Dz.U. z 2009 r. Nr 175, poz. 1361).
- Ustawa z dnia 15 maja 2015 r. Prawo restrukturyzacyjne* (Dz.U. z 2015 r., poz. 978).
- Wardzińska, E. (2013). Syndyk jako zarządca i likwidator w postępowaniu upadłościowym w Polsce. W: A. Adamska, E. Mączyńska (red.), *Upadłości bankructwa i naprawa przedsiębiorstw. Wybrane zagadnienia*. Warszawa: SGH.
- Zedler, F. (2009). *Prawo upadłościowe i naprawcze w zarysie*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON* (2014).

Andrzej Tokarski, dr nauk ekonomicznych, adiunkt w Katedrze Finansów i Rachunkowości Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na zagadnieniach związanych z oceną kondycji ekonomiczno-finansowej podmiotu gospodarczego w aspekcie zagrożenia kontynuacji działalności oraz upadłością przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej. Autor lub współautor ok. 100 publikacji z zakresu rachunkowości, analizy finansowej i finansów przedsiębiorstw.

Andrzej Tokarski, PhD in economics, an employee of the Department of Finance and Accounting of the School of Banking in Torun. His research interests focus on issues related to the assessment of economic and financial economic operator in terms of business continuity risks and bankruptcy of enterprises in the market economy. Author or co-author of about 100 publications in the fields of accounting, financial analysis and corporate finance.

Adres/Address:

Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu
Katedra Finansów i Rachunkowości
ul. Młodzieżowa 31A
87-100 Toruń, Polska
e-mail: andrzej.tokarski@wsb.torun.pl

Marek Matuszak, dr nauk ekonomicznych, adiunkt w Katedrze Zarządzania Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu. Jego zainteresowania badawcze skupiają się wokół zagadnień transformacji polskich przedsiębiorstw oraz wokół upadłości przedsiębiorstw. Autor lub współautor ponad 40 publikacji naukowych.

Marek Matuszak, PhD in economics, an employee of the Department of Management in the School of Banking in Torun. His research interests focus on issues related to the transformation of Polish enterprises and enterprises bankruptcy. Author or co-author of over 40 scientific publications.

Adres/Address:

Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu
Katedra Zarządzania
ul. Młodzieżowa 31A
87-100 Toruń, Polska
e-mail: marek.matuszak@wsb.torun.pl

Artykuł powstał w ramach projektu badawczego zatytułowanego *Uwarunkowania upadłości przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego z uwzględnieniem oceny efektywności procedur upadłościowych*, finansowanego ze środków statutowych nr 73/2014 WSB w Toruniu.

MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Czynniki warunkujące atrakcyjność dokonywania zakupów na placach targowych Krakowa

Conditions of the Attractiveness of Purchases at the Markets in Cracow

Streszczenie: Artykuł prezentuje diagnozę preferencji konsumentów w zakresie najczęściej wybieranych miejsc dokonywania zakupów, skategoryzowanych według form prowadzonego handlu. Wskazano w nim również czynniki warunkujące decyzje o wyborze placu targowego na miejsce dokonywania zakupów. W tym celu przeprowadzono badania bezpośrednie z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu, które objęły swoim zasięgiem 22 place targowe zlokalizowane w obszarze granic administracyjnych miasta Krakowa. Badania prowadzone były w wyznaczonych punktach miasta – powszechnie uczęszczanych oraz charakteryzujących się znaczną bliskością położenia względem badanych targowisk. W badaniach uczestniczyło 502 respondentów, w przeważającej części będących mieszkańcami Krakowa. Uzyskane wyniki badań pozwalają domniemywać, że głównymi przesłankami towarzyszącymi zakupom na placach targowych są: aspekt zdrowotny (megatrend w zachowaniach konsumentów polegający na coraz większej koncentracji na zdrowym odżywianiu) i aspekt ekonomiczny. Klienci placów targowych szukają produktów świeżych, zdrowych i niewytwarzanych hurtowo, a także tanich.

Abstract: In the article authors present the diagnosis of consumer preferences in terms of the most popular shopping destinations, categorized according to the forms of trade. Also there is an indication of the factors of the choice of markets as a place of purchases. For that purpose, the research was carried out with the use of a questionnaire interview. The research concerned 22 markets located in Cracow. The survey was conducted in the indicated places of the city – widely attended and characterized by a considerable proximity to the markets. 502 respondents took part in the survey. In the majority they were residents of Cracow. The obtained results allow to presume that the main premise accompanying purchases at the markets are two factors: the health aspect (megatrend of the consumers' behavior as a growing focus on healthy diet) as well as the economic aspect. Consumers at markets look for fresh, healthy, non-wholesale produced, but also cheap products.

Słowa kluczowe: handel; Kraków; place targowe; preferencje; przedsiębiorca; targowiska; zachowania konsumentów; zakupy

Key words: consumer behaviour; Cracow; entrepreneur; markets; preferences; purchases; trade

Otrzymano: 20 listopada 2015

Received: 20 November 2015

Zaakceptowano: 16 marca 2016

Accepted: 16 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Płaziak, M., Szymańska, A. (2016). Czynniki warunkujące atrakcyjność dokonywania zakupów na placach targowych Krakowa. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 217–232.

Wstęp

Artykuł w pierwszej części obejmuje krótką charakterystykę sytuacji handlu targowiskowego w Polsce i Krakowie w ujęciu historycznym oraz współczesnym. Natomiast część zasadnicza zawiera opis i wnioski badań empirycznych dotyczących preferencji mieszkańców Krakowa w zakresie dokonywania zakupów według różnych form handlu, ze szczególnym uwzględnieniem placów targowych. W analizach wzięto pod uwagę strukturę wiekową respondentów.

Zasadniczym celem badań była identyfikacja czynników warunkujących decyzje respondentów o wyborze placu targowego jako miejsca dokonywania zakupów lub braku takich decyzji. Postawiono dwa pytania badawcze:

1. Czy i w jaki sposób struktura wieku respondentów wiąże się z preferencjami zakupowymi w zakresie najczęściej wybieranych form handlu?
2. Jakie są powody (czynniki) wyboru placów targowych jako miejsca dokonywania zakupów (lub braku tego wyboru) wśród respondentów?

Ponadto analiza objęła częstotliwość odwiedzin placów targowych przez respondentów oraz preferencje w zakresie nabywanych tam produktów. Dokonano również oceny zmian, które w opinii ankietowanych zaszły na placach targowych w ciągu ostatnich lat.

Specyfika handlu targowiskowego w Polsce

Place targowe, zwane również targowiskami, od zarania stanowią nierozdzielny fragment polskich miast. Dawniej zlokalizowane były w samych centrach miast i miasteczek, czyli w rynkach miejskich. Właśnie tam w specjalnie wyznaczone dni targowe odbywały się targi. Na placach toczyło się życie codzienne mieszkańców i przybyszów, kwitł miejski handel, funkcjonowało rzemiosło. Lokalizowano tam kramy kupieckie, jatki, a nawet sukiennice. W wielu przypadkach to właśnie funkcje targowe stały się załącznikiem centralnego miejsca w osadzie, a następnie tworzącego się tam miasta. Przyczynił się do tego fakt, że w średniowieczu miasta i miasteczka targowe uzyskiwały specjalne przywileje, co dawało możliwość rozwoju tych miejscowości oraz przynosiło zyski zarówno mieszkańcom, jak i władzom miejskim pobierającym opłaty targowe. Niektóre miejscowości uzyskały swoje nazwy związane z funkcjami targowymi lub dniami, w których targi się odbywały, np. Nowy Targ, Targowica, Targowisko, Targowiska, Środa Śląska, Piątek i in. W przestrzeni ukształtowanego już miasta plac targowy był miejscem, gdzie zazwyczaj znajdował się ratusz miejski.

Jednakże, w wielu miastach, wraz z zapotrzebowaniem na większą powierzchnię handlową oraz celami reprezentacyjnymi rynku funkcje targowe przenoszono do innych miejsc. Choć nie były to tak prestiżowe lokalizacje jak poprzednie, handel targowiskowy nadal kwitł, a targowiska współtworzyły charakter przestrzeni miast.

W okresie II Rzeczypospolitej odbywały się tzw. targi gminne. Określano nimi targi odbywające się w lokalach oraz innych miejscach urządzonych przez gminę w formie targowiska.

Zasady organizacji i prowadzenia tych targów, które dzielono na targi małe (zwykłe i tygodniowe) i targi wielkie (powiatowe, wojewódzkie, odpustowe, kiermasze i jarmarki), poddano ścisłej reglamentacji prawnej. Podstawowym warunkiem, którego spełnienie umożliwiało zorganizowanie i prowadzenie targowiska jako miejsca odbywania się targów gminnych, było uzyskanie przez gminę uprawnień targowych (Szafrński, 2002).

W Polsce w okresie gospodarki centralnie sterowanej place targowe funkcjonowały stosunkowo dobrze. To tam można było dostać produkty niedostępne w ubogo zaopatrzonych sklepach, także towary przemycane zza żelaznej kurtyny.

Intensywny rozwój handlu na targowiskach nastąpił ponownie wraz z początkiem transformacji ustrojowej i społeczno-ekonomicznej po 1989 r. Zaznaczył się wówczas ogólny wzrost aktywności handlowej Polaków. Zmieniały się ich potrzeby zakupowe oraz lawinowo rosła różnorodność towarów produkowanych w kraju i dostępnych z zagranicy. Na masową skalę pojawiło się zjawisko tzw. turystyki handlowej – zza wschodniej granicy Polski przybywały osoby handlujące różnorodnym asortymentem. Kilka lat później Polska stała się krajem, do którego masowo przyjeżdżali Rosjanie, Białorusini, Ukraińcy i Litwini, dokonujący zakupów w sklepach. Jednocześnie notowano bardzo częste przyjazdy Niemców, którzy jako miejsce dokonywania zakupów wybierali zwłaszcza bazy (Kropiwnicki, 2003; Powęska, 2002).

Najśłynniejszym targowiskiem tamtych czasów był Stadion Dziesięciolecia, wybudowany w 1955 r., na którym do końca epoki PRL-u odbywały się najważniejsze imprezy sportowe w kraju. W zamian za utrzymanie obiektu stadion został w 1989 r. wydzierżawiony przez miasto stołeczne Warszawa do celów handlowych firmie Damis, która założyła na jego koronie „Jarmark Europa”, liczący ponad 5 tys. podmiotów gospodarczych i będący wówczas jednym z największych targowisk Europy. Z pracy na Stadionie utrzymywało się ok. 250 tys. osób. W 1997 r. obroty targowiska wyniosły 1,9 mld zł, a wartość eksportu – 400 tys. USD. Stawiało to Stadion w rzędzie 5 największych przedsiębiorstw w Polsce. W Małopolsce natomiast zasłynął plac targowy Tomex znajdujący się w Krakowie – Nowej Hucie. Założono go w 1990 r. Liczył on ok. 700 punktów handlowych i 2 tys. podmiotów gospodarczych (Dzieszyński, Franczyk, 2006).

Rozwijające się w okresie transformacji bazy miały pewne znaczenie makroekonomiczne dla polskiej gospodarki, gdyż, jak pisze J. Kropiwnicki (2003), wywarły silny wpływ na wielkość polskiego eksportu oraz saldo obrotów bieżących z zagranicą, wpłynęły znacząco na wzbogacenie ofert dóbr na rynku, generowały miejsca pracy, odegrały ważną rolę w rozwoju sektora małych i średnich przedsiębiorstw, a także miały znaczący wpływ na produkcję dóbr i usług, a co za tym idzie – na wielkość PKB. Jednocześnie charakteryzowały się nagromadzeniem niekorzystnych zjawisk, takich jak patologie życia gospodarczego i społecznego, np. przemysł narkotyków i kradzionych samochodów, nielegalna imigracja, zorganizowana przestępczość.

Współcześnie większość placów targowych działa codziennie. Zwiększa się różnorodność asortymentowa: nie tylko rolnicy sprzedają na nich swoje płody rolne, a rzemieślnicy swoje wyroby, ale coraz częściej na terenie placów targowych znajdują się stałe, zadaszone stragany lub hale ze stoiskami, a także małe sklepy, w których handel jest prowadzony niekoniecznie przez właścicieli lub najemców obiektów, ale również przez pracowników.

Place targowe jako przedmiot badań

W literaturze przedmiotu w celu odróżnienia tradycyjnych placów targowych, na których w przeszłości obrót towarami związany był z odbywającym się targiem, od placów z handlem

codziennym, o urozmaiconej strukturze sprzedawanych towarów i rodzaju obiektów handlowych, można znaleźć określenie bliższe realiom współczesnym – plac handlowy lub bazar (Gołąb-Korzeniowska, 1997). Biorąc jednakże pod uwagę fakt, że na niektórych placach nadal funkcjonuje określenie „dni targowe”, czyli dni, w których handel jest nieco wzmożony, oraz z racji współwystępowania form handlu prowadzonego przez rolników sprzedających własne plony i produkty, jak i rzemieślników handlujących własnymi wyrobami, oraz przedsiębiorców prowadzących regularną sprzedaż, na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto terminologię: plac targowy, targowisko, plac handlowy i bazar. Nazwy te są traktowane jako synonimy i używane zamiennie.

Zgodnie z definicją Głównego Urzędu Statystycznego wyróżnia się targowiska i targowiska sezonowe. Targowiska są to „wyodrębnione tereny lub budowle (plac, ulica, hala targowa) ze stałymi, względnie sezonowymi punktami sprzedaży drobnodetalicznej lub urządzeniami przeznaczonymi do prowadzenia handlu, codziennie lub w wyznaczone dni tygodnia”. Natomiast za targowiska sezonowe uważa się „place i ulice, gdzie uruchamiane są na okres do 6 miesięcy punkty handlowe, w związku ze wzmożonym ruchem nabywców (np. nadmorski ruch urlopowy) i działalność ta jest ponawiana w kolejnych sezonach” (*Rynek wewnętrzny w 2012 r.*, 2013). Niniejsze opracowanie odnosi się do pierwszego z powyższych pojęć, czyli targowisk.

Tematyka placów targowych, z uwagi na jej uniwersalny charakter, jest poruszana i stanowi przedmiot badań w ramach różnych dziedzin nauki. Geografowie w pracach poświęconych placom targowym koncentrują się głównie na funkcjach i roli targowisk w strukturze przestrzennej i ekonomicznej miast oraz regionów (Płaziak, Szymańska, 2015b; Płaziak, Szymańska, 2014; Powęska, 2002a; Werwicki, 2001; Zuzańska-Żyśko, Sitek, 2011). Ich badania dotyczą także turystyki handlowej oraz roli targowisk w przemianach zachodzących na obszarach przygranicznych (Powęska, 1995; Powęska, 2002b). Ekonomisci analizują najczęściej handel odbywający się na targowiskach jako element systemu ekonomicznego kraju, badają rolę szarej strefy w handlu targowiskowym oraz rozwój drobnej przedsiębiorczości, w tym – firm rodzinnych (Ciechomski, 2014; Dąbrowski, 1996; Peterlik, 2000; Tomalak, Wyżnikiewicz, 1999; Urban, Michałowska, 2013; Wojdacki, 2011). Architekci bardzo często rozpatrują miejsce placów targowych w układach urbanistycznych (Barek, 2010; Gołąb-Korzeniowska, 1995, 1997). Socjologowie natomiast w badaniach związanych z placami targowymi traktują te miejsca jako przestrzeń publiczną i rozpatrują zjawiska zachodzące w tej przestrzeni (Madanipour, 2003).

Analiza literatury tematu wskazuje na niewielką liczbę opracowań poświęconych zagadnieniom atrakcyjności dokonywania zakupów i prowadzenia handlu na placach targowych Krakowa. Niewiele napisano prac obejmujących badaniami wszystkie place targowe Krakowa (Dziechciarz, 1992a). Powstają raczej pojedyncze studia dotyczące wybranych placów, spośród których wymienić należy opracowania T. Dziechciarza (1992b) i Z. Szromba-Rysowej (1993). Częściej natomiast podejmowana jest tematyka dotycząca roli i znaczenia placów targowych w strukturze przestrzennej miasta. Na uwagę w tym zakresie zasługują prace M. Gołąb-Korzeniowskiej (Gołąb-Korzeniowska, 1995; 1997).

Charakterystyka handlu targowiskowego w Krakowie

W roku 2013 w Krakowie funkcjonowało 27 targowisk, z czego 16 znajdowało się na terenach należących do gminy, a 11 na terenach prywatnych (dane za rok 2013, na podstawie: *Raport o stanie miasta 2013, 2014*) (tab. 1). Natomiast targowisk sezonowych w roku 2012 zanotowano 1146 (*Rocznik Statystyczny Krakowa 2013, 2013*).

Tab. 1. Place targowe Krakowa

Nazwa placu targowego (opcjonalne nazwy)	Lokalizacja	Powierzchnia (m ²)	Właściciel – gmina miejska/ prywatny	Dzielnica
Rynek Kleparski (Stary Kleparz)	ul. św. Filipa	6 079	gmina miejska	Dzielnica I Stare Miasto
Nowy Kleparz	ul. Długa	4 348	gmina miejska	
Plac Nowy	ul. Estery	2 855	gmina miejska	
Krakowskie Kwiaciarki	Rynek Główny	310	gmina miejska	
Unitarg (Hala Targowa)	ul. Grzegórzecka	5 409	gmina miejska	Dzielnica II Grzegórzki
Plac Imbramowski	pl. Imbramowski	21 810	gmina miejska	Dzielnica IV Prądnik Biały
Azory	ul. Chelmońskiego	584	gmina miejska	
Plac Nowowiejski („Novum Plac”)	ul. J. Lea	2 206	gmina miejska	Dzielnica V Krowodrza
Giełda Rotunda	ul. Oleandry	1 730	prywatny	
Plac Rydla	ul. Młodej Polski i Jadwigi z Łobzowa	1 813	gmina miejska	Dzielnica VI Bronowice
Plac Targowy KPPU (Centrum Giełdowo-Handlowe Balicka)	ul. Balicka	80 602	prywatny	
Plac na Stawach	ul. Senatorska	3 211	gmina miejska	Dzielnica VII Zwierzyniec
Rynek Dębnicki	Rynek Dębnicki	1 599	gmina miejska	Dzielnica VIII Dębni
Targowisko Borek	ul. Orzechowa	4 802	prywatny	Dzielnica IX Łagiewniki – Borek Fałęcki
Manhattan	ul. Białoruska	3 120	prywatny	Dzielnica XI Podgórze Duchackie
Beskidy	ul. Beskidzka/Witosa	3 360	prywatny	
Targowisko	ul. Na Kozłowie	744	gmina miejska	Dzielnica XII Bieżanów – Prokocim
Jerzmanowskiego – Nowy Prokocim	ul. E. Jerzmanowskiego	3 820	prywatny	
Tandeta	ul. Krzywda	26 312	prywatny	Dzielnica XIII Podgórze
King	ul. Krzywda	3 584	prywatny	
Efekt SA	ul. Półnaki	72 590	prywatny	
Centrum – Kalicki	ul. Ch. Botewa	2 200	prywatny	
Złoty Wiek	ul. ks. K. Jancarza i ul. Nagłowicka	2 886	gmina miejska	Dzielnica XV Mistrzejowice
Piastów	os. Piastów	4 176	gmina miejska	
Tomex	ul. Bieńczycka	21 588	prywatny	Dzielnica XVI Bieńczyce
Bieńczyce (Bieńczycki Plac Targowy)	ul. Kocmyrzowska	5 730	prywatny	
Bulwar (Mogilski Plac Targowy)	os. Wandy	4 193	gmina miejska	Dzielnica XVIII Nowa Huta

Źródło: opracowanie na podstawie Raportu o stanie miasta 2013 (2014)

W ostatnich kilkunastu latach liczba targowisk oraz łączna powierzchnia sprzedażowa na placach targowych w Krakowie systematycznie maleją (tab. 2). Towarzyszy temu jednoczesny przyrost liczby super- i hipermarketów. Przykładowo, w latach 2009–2012 liczba supermarketów w granicach miasta Krakowa wzrosła z 66 do 88 (wzrost powierzchni sprzedażowej z 52,1 tys. m² do 69,9 tys. m²), natomiast liczba hipermarketów zwiększyła się z 18 do 21 (wzrost powierzchni sprzedażowej z 161,3 tys. m² do 177,7 tys. m²) (*Rocznik Statystyczny Krakowa 2011, 2011*).

Tab. 2. Liczba i powierzchnia sprzedażowa krakowskich placów targowych w latach 2000–2012

Wyszczególnienie*	2000	2005	2009	2010	2011	2012
Liczba targowisk stałych	33	18	17	17	16	16
Powierzchnia sprzedażowa targowisk stałych (tys. m ²)	120,9	92,6	84,6	85,2	83,9	83,3

*Dotyczy targowisk na terenach gminnych.

Źródło: *Roczniki Statystyczne Krakowa* z lat 2011 i 2012

Rozwój handlu wielkopowierzchniowego stanowi dla funkcjonowania placów targowych zasadniczą konkurencję, której handlujący na krakowskich targowiskach starają się opierać. Nie zawsze jednak skutecznie, gdyż jak wskazały badania przeprowadzone w ramach „CENTRAL MARKETS. Rewitalizacja i promocja tradycyjnych placów targowych w Europie Centralnej”, klientów na placach targowych Krakowa ubywa (www.centralmarkets.eu).

Władze miasta Krakowa doceniają rolę targowisk w kształtowaniu struktury miejskiej i specyficznej atmosfery miejsca w mieście o szczególnych walorach turystycznych. W 2013 r. podpisały umowę partnerską dotyczącą projektu „CENTRAL MARKETS. Rewitalizacja i promocja tradycyjnych placów targowych w Europie Centralnej”. Celem projektu były rewitalizacja, wzmocnienie i integracja placów targowych oraz partnerów projektu przez poszerzenie wiedzy, wprowadzenie innowacyjnych działań wynikających ze współpracy międzynarodowej. Projekt był finansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (European Regional Development Fund – ERDF); Priorytet 4 – Podniesienie konkurencyjności oraz atrakcyjności miast i regionów; Działanie 4.1 – Rozwój policentrycznych struktur osadniczych oraz współpracy terytorialnej. W ramach projektu w 2013 r. zrealizowano m.in. badania ankietowe placów targowych wśród sprzedających i kupujących, zorganizowano pierwszą edycję Festiwalu Placów Targowych Krakowa „Krakowskim targiem”, która została oceniona pozytywnie przez spółki kupieckie zarządzające targowiskami, kupujących i media, przeprowadzono grę miejską o targowiskach „Krakowskim targiem”, w której udział wzięło ponad 200 uczestników, wykonano materiały promocyjne dla turystów krajowych i zagranicznych, w tym niestandardową propozycję zwiedzania placów w formie tzw. Questu – zwiedzanie połączone z rozwiązywaniem zagadek, zespół projektowy wziął udział w spotkaniach partnerów projektu w Peczku, Ustii i Turynie, prezentując Kraków i krakowskie rozwiązania w zakresie promowania targowisk i zarządzania nimi (www.centralmarkets.eu). Celem przystąpienia do projektu była przede wszystkim promocja krakowskich targowisk wśród mieszkańców i turystów.

Jak wskazały badania prowadzone w ramach projektu, na analizowanych placach targowych: Stary Kleparz, Nowy Kleparz, Plac na Stawach, Rynek Dębnicki, Hala Targowa, Plac

Nowy dla kupujących niekoniecznie najważniejsza jest niska cena. Jest ona dla respondentów istotna, jednakże w połączeniu z jakością produktów i ich świeżością. Dla klientów placów bardzo ważne jest to, że znają osobiście rolnika, od którego kupują produkty, oraz fakt, że mogą z nim porozmawiać. Chcą mieć pewność, że to, za co placą, rzeczywiście jest zdrowe i ekologiczne, a nie pochodzi z hurtowni (www.centralmarkets.eu).

Metodologia badań własnych

Badania empiryczne autorek niniejszej publikacji prowadzone były w wybranych miejscach Krakowa, a uczestniczyli w nich przede wszystkim mieszkańcy Krakowa. Łącznie wzięło w nich udział 502 respondentów dobranych metodą losową. Jako narzędzie badawcze wykorzystano metodę kwestionariusza wywiadu zawierającego łącznie 9 grup pytań. Badania rozpoczęto w okresie maj–czerwiec 2014 r. i kontynuowano do stycznia 2015 r. Kryterium doboru punktów przeprowadzenia wywiadów stanowiła duża liczba osób odwiedzających wyznaczone miejsca, jak również bliskie położenie względem analizowanych placów targowych (odległość do 1 km od wyznaczonego placu targowego). Badania odnosiły się do 22 placów targowych zlokalizowanych w granicach administracyjnych miasta Krakowa. Były to następujące place targowe: Stary Kleparz, Nowy Kleparz, Plac Targowy przy ul. Brodowicza, Hala Targowa, Plac Rydla, Manhattan, Beskidy, Złoty Wiek, Centrum Giełdowo-Handlowe Balicka, Plac Imbramowski, Rynek Dębnicki, Plac Nowowiejski, Jerzmanowskiego – Nowy Prokocim, Tandeta, Targowisko Borek, Plac Na Stawach, Mogiński Plac Targowy, Bieńczycki Plac Targowy, Tomex, Piastów, Złoty Wiek, Plac Targowy w os. Kalinowym. Należy zaznaczyć, że 2 place targowe: Plac Targowy przy ul. Brodowicza oraz Plac Targowy w os. Kalinowym oficjalnie, czyli zgodnie ze spisem Urzędu Miasta Krakowa, nie są traktowane jako targowiska. Jednakże są to nagromadzenia sklepów o fizjonomii targowiska, dlatego zostały uwzględnione w badaniach autorek.

Przeprowadzono również badania empiryczne mające na celu określenie preferencji respondentów w zakresie wyboru określonych form handlu oraz miejsca dokonywania zakupów. Prowadzono je na obszarze całego Krakowa, a uczestniczyło w nich łącznie 356 respondentów, w przeważającej większości będących mieszkańcami tego miasta. Próba badawcza dobrana została metodą losową, przy czym należy zwrócić uwagę, że kobiety znacznie chętniej uczestniczyły w badaniach niż mężczyźni.

Atrakcyjność dokonywania zakupów na placach targowych Krakowa w opinii respondentów – wyniki badań

Respondenci uczestniczący w badaniach w przeważającej większości byli mieszkańcami Krakowa (78%). W 60% były to kobiety, z dużym udziałem kobiet mających średnie wykształcenie (ponad 47%).

Analizując preferencje respondentów w różnych grupach wiekowych w zakresie najczęściej wybieranych form handlu, zaobserwowano pewne prawidłowości. Im starsi byli respondenci, tym chętniej wybierali place targowe jako miejsce dokonywania zakupów (tab. 3).

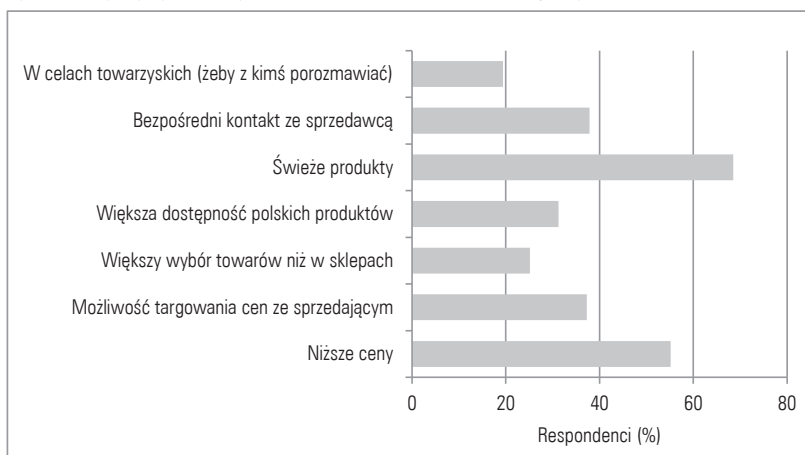
Tab. 3. Preferencje respondentów w poszczególnych grupach wiekowych w zakresie dokonywania zakupów według form handlu

Wiek respondentów	Liczba respondentów (N = 356)	Preferencje respondentów według form handlu (%)						
		centrum handlowe	hiper- lub supermarket	sklep osiedlowy	dyskont	hurtownia	plac targowy	sklep internetowy
16–20	34	50,0	23,5	8,8	29,4	5,9	2,9	64,7
21–30	119	63,9	42,9	22,7	42,0	8,4	18,5	51,3
31–40	84	70,2	51,2	32,1	47,6	2,4	21,4	47,6
41–50	46	56,5	26,1	52,2	60,9	13,0	34,8	19,6
51–60	39	25,6	28,2	64,1	51,3	7,7	53,8	2,6
powyżej 60 lat	34	11,8	14,7	70,6	29,4	2,9	64,7	2,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Jak wcześniej zasygnalizowano, autorki przeprowadziły osobne badania dotyczące wyłącznie placów targowych. Spośród 502 respondentów uczestniczących w tych badaniach niemal 66% dokonuje zakupów właśnie na placach targowych. Ankietowani pytani o przyczyny dokonywania tam zakupów najczęściej jako powód podawali większą dostępność świeżych produktów (68,5%), niższe ceny (55,2%) oraz bezpośredni kontakt ze sprzedawcą (37,9%). Konsumenty cenią sobie wysoką jakość nabywanych produktów oraz bezpośredni kontakt ze sprzedawcą, który może poinformować o pochodzeniu produktu, i z którym można też bezpośrednio uzgodnić ostateczną cenę.

Ryc. 1. Przyczyny dokonywania zakupów na placach targowych Krakowa



Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

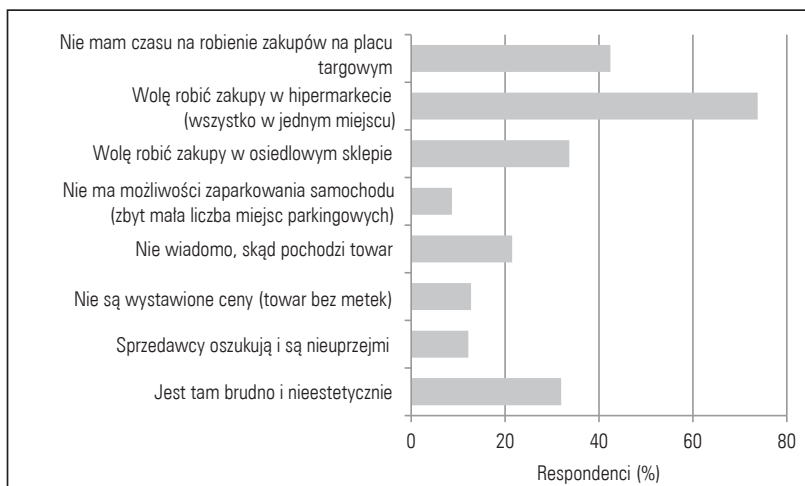
Tab. 4. Przyczyny dokonywania zakupów na placach targowych Krakowa według grup wiekowych (w %)

Wiek	Liczba respondentów (N = 320*)	Niższe ceny	Możliwość targowania cen ze sprzedającym	Większy wybór towarów niż w sklepach	Większa dostępność polskich produktów	Świeże produkty	Bezpośredni kontakt ze sprzedawcą	W celach towarzyskich (żeby z kimś porozmawiać)
16-20	31	23,5	19,1	13,2	11,8	27,9	13,2	2,9
21-30	46	25,9	12,1	5,2	9,5	27,6	14,7	6,9
31-40	53	32,5	26,5	30,1	21,7	39,8	20,5	8,4
41-50	74	44,2	27,4	11,6	25,3	63,2	30,5	7,4
51-60	51	45,2	32,3	22,6	40,3	56,5	38,7	19,4
powyżej 60 lat	65	50,0	45,0	16,7	26,7	60,0	40,0	45,0

* W badaniu uczestniczyło łącznie 502 respondentów, spośród których 320 deklarowało dokonywanie zakupów na placach targowych

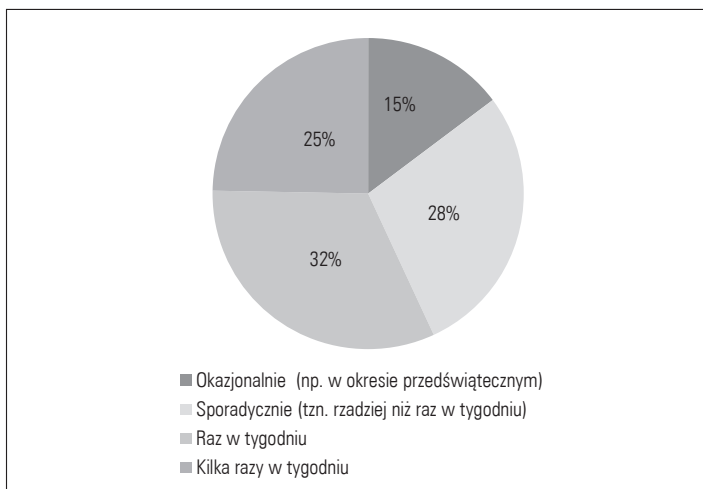
Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Ryc. 2. Przyczyny niepodejmowania decyzji o zakupach na placach targowych Krakowa



Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Ryc. 3. Częstotliwość dokonywania zakupów na placach targowych Krakowa



Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Analiza przyczyn dokonywania zakupów w poszczególnych grupach wiekowych wykazała, że respondenci mający 51–60 lat i powyżej 60 lat w największym stopniu doceniają walory placów targowych. Szczególnie zwracają oni uwagę na świeżość produktów dostępnych na placach (odpowiednio 56,5% i 60,0%), niskie ceny (45,2% i 50,0%) oraz bezpośredni kontakt ze sprzedawcą (38,7% i 40,0%). Respondenci w wieku 51–60 lat zwracają również uwagę na większą dostępność polskich produktów na placach targowych.

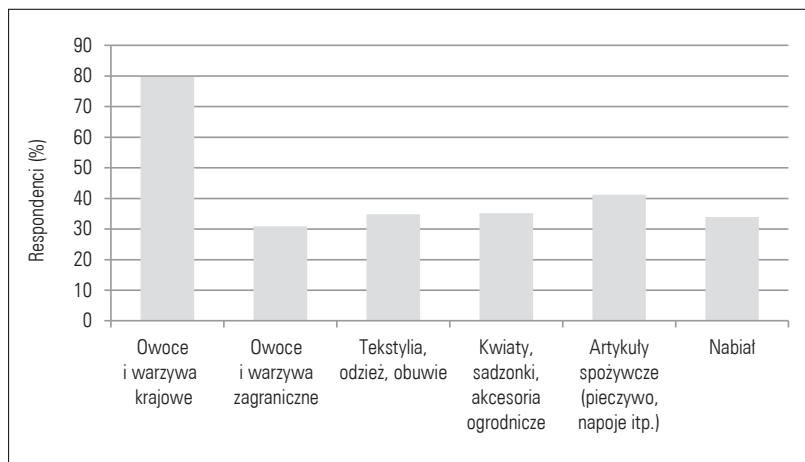
Nieco ponad 34% respondentów deklaruje, że nie odwiedza placów targowych. Wolą oni zazwyczaj dokonywać zakupów w hipermarkecie, gdzie w jednym miejscu mają dostęp do

Tab. 5. Przyczyny niepodjęcia decyzji o zakupach na placach targowych Krakowa (w %)

Wiek	Liczba respondentów (N = 320)	Jest tam brudno i nieestetycznie	Sprzedawcy oszukują i są nieuprzejmi	Nie są wystawione ceny (towar bez metek)	Nie wiadomo, skąd pochodzi towar	Nie ma możliwości zaparkowania samochodu (zbyt mała liczba miejsc parkingowych)	Wolę robić zakupy w osiedlowym sklepie	Wolę robić zakupy w hipermarkecie (wszystko w jednym miejscu)	Nie mam czasu na robienie zakupów na placu targowym
16-20	31	27,7	10,6	4,3	8,5	4,3	25,5	40,4	23,4
21-30	46	16,4	6,0	9,5	14,7	4,3	21,6	38,8	24,1
31-40	53	10,8	3,6	7,2	4,8	6,0	9,6	39,8	15,7
41-50	74	6,3	4,2	1,1	7,4	1,1	3,2	15,8	10,5
51-60	51	1,6	1,6	3,2	3,2	0,0	4,8	8,1	6,5
powyżej 60 lat	65	0,0	1,4	0,0	1,4	1,4	8,6	4,3	0,0

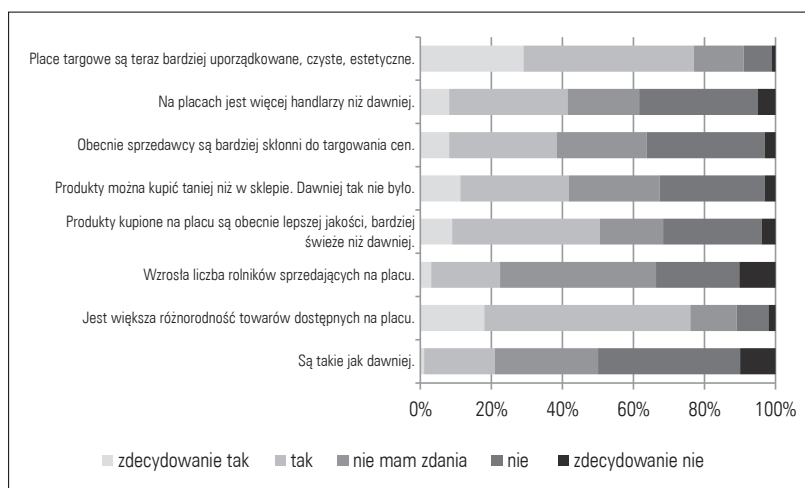
Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Ryc. 4. Produkty najczęściej kupowane na targowiskach Krakowa



Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Ryc. 5. Jak zmieniły się place targowe Krakowa według respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

produktów, które są im niezbędne (73,8%), nie mają czasu na zakupy na targowiskach (42,4%) lub też wolą osiedlowe sklepy (33,7%). Respondenci ci cenią sobie przede wszystkim wygodę i oszczędność czasu.

Analiza przyczyn rezygnacji respondentów w poszczególnych grupach wiekowych z dokonywania zakupów na placach targowych wykazała, że z tej formy handlu przede wszystkim nie korzystają osoby młode – grupy wiekowe 16–20 lat oraz 21–30 lat. Respondenci ci preferują zakupy w hipermarkecie (odpowiednio 40,4% i 38,8%) lub sklepie osiedlowym (25,5% i 21%). Zwracają również uwagę na fakt, iż na placach targowych jest brudno i nieestetycznie (27,7% i 16,4%).

Niepełna 60% respondentów twierdzi, że dokonuje zakupów na placach targowych regularnie, przynajmniej raz w tygodniu, natomiast nieco ponad 40% robi to okazjonalnie lub sporadycznie. Można stąd wnioskować, że osoby deklarujące korzystanie z placów targowych jako miejsca dokonywania zakupów, robią to często i systematycznie.

Produkty zdecydowanie najczęściej nabywane na placach targowych to owoce i warzywa krajowe (79,9%). Natomiast w mniejszym stopniu – artykuły spożywcze, jak np. pieczywo, napoje itp. (41,2%), a także kwiaty, sadzonki, akcesoria ogrodnicze, tekstylia (35,2%) oraz odzież i obuwie (34,8%).

Respondenci dokonali oceny, jak zmienił się plac targowy w ostatnich latach. Ich zdaniem obecnie „jest większa różnorodność towarów dostępnych na placu” (73,3%), „plac targowy jest teraz bardziej uporządkowany, czysty, estetyczny” (67,0%), a „produkty kupione na placu są obecnie lepszej jakości, świeższe niż dawniej” (53,9%).

Podsumowanie

Place targowe od dawna stanowią nierozzerwalny fragment przestrzeni miejskiej. Współcześnie handel na nich odbywa się właściwie codziennie, a różnorodność oferowanych produktów jest bardzo duża. Handlem na placach trudnią się już nie tylko rolnicy sprzedający swoje płody rolne czy rzemieślnicy sprzedający swoje wyroby. Coraz częściej znajdują się tam również stałe, zadaszone stragany lub hale ze stoiskami, a także małe sklepy, w których odbywa się handel, prowadzony niekoniecznie przez właścicieli lub najemców obiektów, ale również przez pracowników najemnych.

W Krakowie funkcjonuje obecnie 27 targowisk zróżnicowanych zarówno pod względem powierzchni, okresu funkcjonowania, jak i formy własności gruntu, na którym się znajdują. Badania empiryczne przeprowadzone na potrzeby niniejszego opracowania objęły swoim zasięgiem 22 place targowe zlokalizowane w granicach administracyjnych miasta Krakowa i prowadzone były w wyznaczonych miejscach miasta charakteryzujących się określonym położeniem.

Uzyskane wyniki badań przyczyniły się do udzielenia odpowiedzi na dwa postawione na wstępie pytania badawcze. W pierwszym zapytano o wpływ struktury wieku respondentów na preferencje zakupowe w zakresie najczęściej wybieranych form handlu. Przeprowadzone analizy dowodzą, że taki wpływ istnieje. Osoby starsze zdecydowanie częściej preferują tradycyjne formy handlu, jakimi są prace targowe czy sklepy osiedlowe. Na placach targowych cenią sobie one przede wszystkim świeżość dostępnych produktów, niskie ceny oraz bezpośredni kontakt ze sprzedawcą. Respondenci w wieku 51–60 lat zwracają również uwagę na większą dostępność na placach targowych produktów pochodzenia krajowego.

Pytanie drugie dotyczyło powodów (czynników) wyboru placów targowych jako miejsca dokonywania zakupów (lub braku tego wyboru) wśród respondentów. Respondenci uczestniczący w badaniach, bez względu na wiek, najczęściej podkreślali większą dostępność świeżych produktów, niższe ceny oraz bezpośredni kontakt ze sprzedawcą, który może poinformować o pochodzeniu produktu, i z którym bezpośrednio można uzgodnić ostateczną cenę.

Na podstawie uzyskanych wyników badań można stwierdzić, że głównymi przesłankami towarzyszącymi zakupom na placach targowych są dwa czynniki: aspekt zdrowotny (megatrend w zachowaniach konsumentów polegający na coraz większej koncentracji na zdrowym odżywianiu), jak również aspekt ekonomiczny – co podkreślano już we wcześniejszych

badaniach (Płaziak, Szymańska, 2014; Płaziak, Szymańska, 2015a). Klienci placów targowych szukają nie tylko produktów świeżych, zdrowych i produkowanych niehurtowo, ale także tanich, co jest szczególnie ważne w przypadku osób starszych, stanowiących 36% wszystkich odwiedzających place targowe.

Literatura

References

- Barek, R. (2010). Targowisko – przestrzeń niezbędna w środowisku zamieszkiwania. *Czasopismo Techniczne. Architektura*, 107, 5, 9–14.
- CENTRAL MARKETS. *Rewitalizacja i promocja tradycyjnych placów targowych w Europie Centralnej* (2015, 16 listopada). Pozyskano z: www.centralmarkets.eu.
- Ciechomski, W. (2014). Handel targowiskowy w Poznaniu – diagnoza stanu rozwoju, preferencje klientów, tendencje zmian. *Zeszyty Naukowe*, 28, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu, 25–46.
- Dąbrowski, J.M. (1996). *Handel targowiskowy fenomen polskiej transformacji*. Warszawa: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową.
- Dziechciarz, T. (1992a). Zróżnicowanie cen na placach targowych miasta Krakowa. *Prace Instytutu Geografii UJ. Prace Geograficzne*, 91.
- Dziechciarz, T. (1992b). Funkcjonowanie handlu na placach targowych na przykładzie Placu Nowego w Krakowie. *Folia Geographica, Series Geographica-Oeconomica*, XXV–XXVI, 81–91.
- Dzieszyński R., Franczyk J.L. (2006). *Encyklopedia Nowej Huty*, Wydawnictwo Towarzystwa Słowników w Polsce, współpraca: Głos – Tygodnik Nowohucki, Kraków: Nowohuckie Centrum Kultury.
- Gołąb-Korzeniowska, M. (1995). Place handlowe w strukturze miejskiej Krakowa. *Zeszyty Naukowo-Dydaktyczne Instytutu Projektowania Miast i Regionów 1994/95*.
- Gołąb-Korzeniowska, M. (1997). *Rola i znaczenie placów handlowych w strukturze przestrzennej miasta na przykładzie Krakowa*, praca doktorska, Biblioteka Cyfrowa Politechniki Krakowskiej.
- Kropiwnicki, J. (2003). Fenomen bazarów. *Folia Oeconomica*, 170, *Acta Universitatis Lodzensis*.
- Peterlik, M., (2000). *Handel targowiskowy w Polsce w 1999 roku*. Warszawa: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2014). Rola placów targowych w strukturze przestrzenno-społecznej i ekonomicznej Nowej Huty. W: E. Kaczmarska, P. Raźniak (red.), *Społeczno-ekonomiczne i przestrzenne przemiany struktur regionalnych*. Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM, 91–108.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2015a). Postawy ludzi młodych wobec innowacji a prosumeryzm. Na przykładzie studentów uczelni krakowskich, *Logistyka*, 2, 1028–1038.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2015b). Uwarunkowania działalności przedsiębiorców i rolników na placach targowych na przykładzie Nowej Huty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 203–217.
- Powęska, H. (1995). Development of trade and services in the eastern borderland of Poland – Problems and prospects. *Polish Eastern Border. Past and Present Problems, Conference Papers*, 22, Warszawa: IGiPZ PAN, 83–96.
- Powęska, H. (2002a). Przestrzenny wymiar handlu targowiskowego w województwie małopolskim w 2000 r. W: Z. Górka, A. Jelonek (red.), *Geograficzne uwarunkowania rozwoju Małopolski*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, 413–416.
- Powęska, H. (2002b). Przestrzenny wymiar handlu transgranicznego w Polsce w ostatniej dekadzie XX wieku, *Geopolitical Studies*, 9.
- Raport o stanie miasta 2013*. (2014). Prezydent Miasta Krakowa, Kraków.
- Rynek wewnętrzny w 2012 r. (2013). *Informacje i opracowania statystyczne*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Rocznik Statystyczny Krakowa 2011*. (2011). Kraków: Urząd Statystyczny w Krakowie.
- Rocznik Statystyczny Krakowa 2012*. (2012). Kraków: Urząd Statystyczny w Krakowie.

- Rocznik Statystyczny Krakowa 2013*. (2013). Kraków: Urząd Statystyczny w Krakowie.
- Szafrński, D. (2002). Administracyjnoprawna regulacja działalności gospodarczej o Okresie II Rzeczypospolitej. *Studia Iuridica*, XI, 231–244.
- Szromba-Rysowa, Z. (1993). Targowisko „Stary Kleparz” – targ w lokalnej kulturze społecznej. W: J. Bujak i in. (red.), *Kraków. Przestrzenie kulturowe*. Kraków: Platan.
- Tomalak, M., Wyżnikiewicz, B. (1999). *Handel targowiskowy w 1998 roku*. Warszawa: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową.
- Urban, S., Michałowska, M. (2013). Czynniki wpływające na zachowania konsumentów w zakresie wyboru targowisk jako miejsca zakupu produktów konsumpcyjnych na przykładzie województwa lubuskiego. *Roczniki Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich*, 100(2), 108–118.
- Werwicki, A. (2001). *Handel targowiskowy Aglomeracji Łódzkiej na tle jego znaczenia ogólnopolskiego w latach 1994–1997*. Łódź: ŁTN.
- Wojdacki, K.P. (2011). Przestrzenne aspekty rozwoju handlu targowiskowego w Polsce. *Handel Wewnętrzny*, 6, 23–35.
- Zuzańska-Żyśko, E., Sitek, S. (2011). Rola handlu targowiskowego w rozwoju miast. W: M. Soja, A. Zborowski (red.), *Człowiek w przestrzeni zurbanizowanej*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, 271–281.

Monika Płaziak, dr, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Zainteresowania badawcze autorki dotyczą zagadnień gospodarki przestrzennej w kontekście czynników lokalizacji przedsiębiorstw, szczególnie czynnika personalnego. Prace badawcze odnoszą się również do zagadnień współpracy jednostek naukowych i badawczo-rozwojowych z sektorem MŚP, zwłaszcza w zakresie wdrażania nowych technologii i materiałów, w tym dotyczących budownictwa energooszczędnego i pasywnego. Ponadto autorka zajmuje się problematyką poziomu i jakości życia ludności, ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich miast Polski oraz miast postsocjalistycznych.

Monika Płaziak, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. Author's research interests concern issues of the spatial development in the context of location factors of enterprises, especially – personal factor. Research works also refer to issues of the cooperation of scientific and research-developmental organizations with the sector of small and medium-sized enterprises, especially in the matter of the implementing new technologies and materials concerning the energy-efficient and passive building. Additionally, the author analyses issues of the level and quality of life, with particular reference to small and medium-sized towns in Poland, and post socialist towns.

Anna Irena Szymańska, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Absolwentka studiów z zakresu zarządzania i marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu (Katedra Analizy Rynku i Badań Rynkowych – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie). Adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania badawcze oscylują wokół problematyki potrzeb, preferencji i zachowań rynkowych konsumentów, jak również zagadnień z obszaru przedsiębiorczości i innowacyjności przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem sektora MŚP.

Anna Irena Szymańska, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. Anna Irena Szymańska graduated from the University of Economics in Cracow, MA degree in Management and Marketing, PhD degree in economic sciences in the field of management sciences (Chair of Market Analysis and Marketing Research – University of Economics in Cracow). Adjunct in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management at Pedagogical University of Cracow. Her research interests are related to the issue of consumer needs, preferences and market behavior as well as issues in the area of entrepreneurship and innovation with particular emphasis on the SME sector.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Instytut Geografii

Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej

ul. Podchorążych 2

30-084 Kraków, Polska

e-mail: mplaziak@up.krakow.pl

e-mail: aszym@up.krakow.pl

KINGA KRZESIWO

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Spółeczne i gospodarcze aspekty rozwoju turystyki narciarskiej

Social and Economic Aspects of Development of Ski Tourism

Streszczenie: Rozwój ośrodków narciarskich jest najważniejszym czynnikiem rozwoju społeczno-gospodarczego niektórych krajów i regionów górskich. Przyczynia się do wzrostu demograficznego oraz poprawy jakości usług i infrastruktury w miejscowościach górskich, jest ważnym źródłem zatrudnienia i dochodów mieszkańców, a także kreuje tzw. psychologiczną stabilność osób zamieszkujących te tereny. Celem niniejszego artykułu jest ukazanie, na podstawie danych uzyskanych z Banku Danych Lokalnych GUS, wpływu rozwoju ośrodków narciarskich na rozwój społeczno-gospodarczy 16 gmin, na terenie których leżą największe stacje narciarskie polskich Karpat. Pod względem społecznym i gospodarczym badane gminy są znacznie zróżnicowane. Przejawia się to m.in. w saldzie migracji, poziomie bezrobocia i przedsiębiorczości, a także w strukturze podmiotów gospodarczych. W zdecydowanie najkorzystniejszej sytuacji znajdują się te gminy, w których turystyka narciarska odgrywa istotną rolę w strukturze ich funkcji turystycznej. Są to przede wszystkim gminy położone w Beskidzie Śląskim i na Podhalu. Charakteryzują się one przeważnie dodatnim saldem migracji, niższym poziomem bezrobocia niż średni poziom dla Polski i wyższym od średniego poziomem przedsiębiorczości. Odwrotne cechy wykazują natomiast gminy słabiej zagospodarowane dla narciarstwa, leżące w Beskidzie Żywieckim, Beskidzie Sądeckim, Pieninach i Bieszczadach.

Abstract: The development of ski resorts is the most important factor of socio-economic development of some countries and mountain regions. It contributes to the demographic growth and improves the quality of services and the infrastructure in the mountain locations. It is also an important source of employment and income of inhabitants as well as it creates the so-called “psychological stability” of people living in these areas. The aim of this article is to show, based on data obtained from the Local Data Bank of the Central Statistical Office, the impact of development of ski resorts on the socio-economic development of 16 municipalities, where the largest ski stations of the Polish Carpathians are located. The investigated municipalities differ significantly in terms of social and economic situation. This is reflected, among others, in the balance of migration, the level of unemployment, the level of entrepreneurship as well as the structure of business entities. Definitely those municipalities where ski tourism plays an essential role in the structure of their tourism function are in the best situation. There are mainly municipalities located in the Silesian Beskid and in the Podhale region. They are mostly characterized by positive migration balance, lower than the average level of unemployment for Poland and higher than the average level of entrepreneurship. The reverse features have the municipalities which are less developed for ski tourism, located in the Żywiecki Beskid, the Sądecki Beskid, the Pieniny Mountains and the Bieszczady Mountains.

Słowa kluczowe: Karpaty Polskie; ośrodki narciarskie; rozwój społeczno-gospodarczy; turystyka narciarska

Keywords: Polish Carpathians; ski resorts; ski tourism; socio-economic development

Otrzymano: 18 października 2015

Received: 18 October 2015

Zaakceptowano: 29 marca 2016

Accepted: 29 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Krzesiwo, K. (2016). Społeczne i gospodarcze aspekty rozwoju turystyki narciarskiej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 233–244.

Wstęp

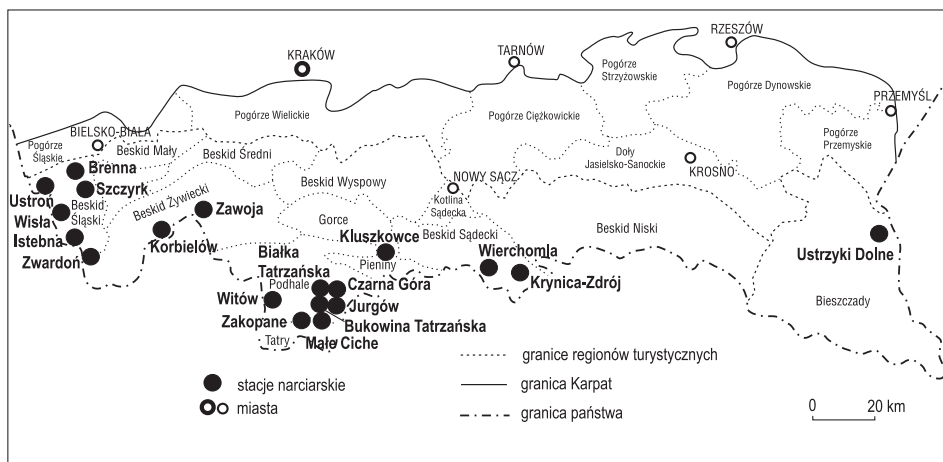
Od początku XXI w. nastąpił znaczący wzrost uczestnictwa Polaków w turystyce narciarskiej. Z badań przeprowadzonych przez Instytut Pentor wynika, że w sezonie zimowym 2003/2004 ok. 2% mieszkańców naszego kraju deklaroowało uprawianie narciarstwa, a w sezonie 2008/2009 ok. 14%, tj. ok. 5 mln osób. Wzrost ruchu turystycznego w polskich stacjach narciarskich spowodował nasilenie się procesu transformacji jakościowej istniejących urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach oraz tworzenia nowych urządzeń tego typu (Krzesiwo, 2014). Obserwuje się duże zainteresowanie rozwojem infrastruktury narciarskiej, szczególnie dla narciarstwa zjazdowego, zarówno ze strony potencjalnych inwestorów, jak i władz samorządowych. Wynika to przede wszystkim z komercjalizacji tej formy turystyki oraz oczekiwanych korzyści ekonomicznych. Masowy charakter turystyki narciarskiej i wielkość związanych z nią obrotów finansowych powodują, że miejscowości górskie upatrują w niej wzrostu zatrudnienia i dochodów miejscowej ludności oraz źródła rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. W niektórych krajach lub regionach ta forma turystyki jest najważniejszym czynnikiem rozwoju gospodarczego. Przyczynia się do wzrostu demograficznego oraz poprawy jakości usług i infrastruktury w miejscowościach górskich, jest ważnym źródłem zatrudnienia i dochodów mieszkańców, a także kreuje tzw. psychologiczną stabilność osób zamieszkujących te tereny (Barbier, 1978, 1993; Buckley, Pickering, Warnker, 2000; Christopoulou, Papastavrou, 1997; Čuka, Gregorová, 2011; Greif, 1988; Havrlant, 2011; Knafau, 1979; Krzesiwo, 2014; Kurek, 2004; Lasanta, Laguna, Vincente-Serrano, 2007; Lindberg, Andersson, Dellaert, 2001; Mika, 2014; Orens, Seidl, Weiler, 2006; Snowdon, Slee, Farr, 2000; Zimmermann, 1995).

Celem artykułu jest ukazanie wpływu turystyki narciarskiej na rozwój społeczno-gospodarczy 16 gmin, na terenie których leżą największe stacje narciarskie polskich Karpat.

Zakres przestrzenny badań obejmuje 19 miejscowości o najlepiej rozwiniętej infrastrukturze narciarskiej. Jako wartość progową decydującą o przyjęciu miejscowości do badań przyjęto łączną zdolność przewozową urządzeń wyciągowych w sezonie 2014/2015 większą lub równą 5000 os./godz. Są to takie miejscowości, jak: Brenna, Istebna, Szczyrk, Ustron i Wiśla w Beskidzie Śląskim, Zwardoń położony w Beskidzie Śląskim i Żywieckim, Korbielew i Zawoja w Beskidzie Żywieckim, Kluszkowce w Pieninach, Krynica-Zdrój i Wierchomla w Beskidzie Sądeckim, Ustrzyki Dolne w Bieszczadach, Białka Tatrzańska, Bukowina Tatrzańska, Czarna Góra, Jurgów, Małe Ciche, Witów na Podhalu oraz Zakopane, którego tereny narciarskie zlokalizowane są w Tatrach i na Podhalu (ryc. 1).

Obszar badań położony jest na terenie 3 województw: śląskiego, małopolskiego i podkarpackiego, należy do 8 powiatów: cieszyńskiego, bielskiego, żywieckiego, suskiego, tatrzańskiego, nowotarskiego, nowosądeckiego i bieszczadzkiego, oraz wchodzi w skład 16 gmin: Brenna, Ustroń, Wisła, Istebna, Szczyrk, Rajcza, Jeleśnia, Zawoja, Kościelisko, Zakopane, Poronin, Bukowina Tatrzańska, Czorsztyn, Piwniczna-Zdrój, Krynica-Zdrój i Ustrzyki Dolne (tab. 1).

Ryc. 1. Lokalizacja badanych stacji narciarskich w polskich Karpatach



Źródło: opracowanie własne

Tab. 1. Powiązania badanych stacji narciarskich z podziałem administracyjnym

Województwo	Powiat	Gmina	Stacja narciarska
śląskie	bielski	Szczyrk	Szczyrk
		Brenna	Brenna
	cieszyński	Istebna	Istebna
		Ustroń	Ustroń
		Wisła	Wisła
		Zawoja	Zawoja
małopolskie	żywiecki	Jeleśnia	Korbielów
		Rajcza	Zwardoń
	nowosądecki	Krynica-Zdrój	Krynica-Zdrój
		Piwniczna-Zdrój	Wierchomla
	nowotarski	Czorsztyn	Kluszkowce
	tatrzański	Bukowina Tatrzańska	Białka Tatrzańska
			Bukowina Tatrzańska
			Czarna Góra
			Jurgów
		Kościelisko	Witów
		Poronin	Małe Ciche
podkarpackie	bieszczadzki	Zakopane	Zakopane
		Ustrzyki Dolne	Ustrzyki Dolne

Źródło: opracowanie własne

Cel pracy został osiągnięty dzięki wykorzystaniu kilku metod badawczych. Pierwszy etap badań, przeprowadzony w latach 2010–2012, obejmował wywiady z gestorami bazy narciarskiej, przedstawicielami gmin oraz osobami zaangażowanymi w rozwój narciarstwa na temat rozwoju infrastruktury narciarskiej w miejscowościach wyposażonych w wyciągi narciarskie i koleje linowe w polskich Karpatach. W drugim etapie dokonano inwentaryzacji infrastruktury narciarskiej w sezonie zimowym 2014/2015 w polskiej części Karpat. Po wytypowaniu stacji narciarskich do badań nastąpił trzeci etap realizacji pracy, który polegał na uzyskaniu z Banku Danych Lokalnych GUS danych z 2004 r. i 2014 r. dotyczących sytuacji społecznej i gospodarczej gmin, na terenie których zlokalizowane są największe stacje narciarskie polskich Karpat oraz na opracowaniu materiałów źródłowych.

Rozwój turystyki narciarskiej w polskich Karpatach

Tradycje uprawiania narciarstwa w Polsce, jako jednej z form spędzania czasu wolnego, sięgają ostatniej dekady XIX w. i związane są z popularyzacją zimowych wędrówek górskich z przypiętymi do nóg nartami (Barabasz, 1914; Paryski, Paryska, 1994; Szatkowski, 1994, 2011; Ziemia, 1957). Uprawianie turystyki narciarskiej stało się modne w okresie międzywojennym. W tym czasie głównymi bazami dla narciarzy były: Zakopane, Wisła, Zwardoń, Szczyrk, Korbiewów, Sławsko i Worochta (Krzesiwo, 2014). Przełomowym momentem w historii polskiego narciarstwa, który zapoczątkował rozwój narciarstwa zjazdowego w naszym kraju, było uruchomienie w 1936 r. Kolei Linowej na Kasprowy Wierch w Zakopanem (Baran, 2010). Do wybuchu II wojny światowej w polskich Karpatach działało 5 urządzeń wyciągowych, w tym 3 w Zakopanem i po jednym w Krynicy oraz w Sławsku.

Po okresie wojennym, w latach 50. XX w., koleje linowe i wyciągi narciarskie zaczęto lokować w miejscowościach z tradycjami narciarskimi oraz dobrymi warunkami zagospodarowania turystycznego. Dynamiczny rozwój infrastruktury narciarskiej w polskiej części Karpat następował od początku lat 70. XX w. W latach 1970–1989 oddano do użytku ponad 240 urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach. W zachodniej części Beskidów Zachodnich baza narciarska była tworzona głównie za sprawą zakładów przemysłowych, które lokowały wyciągi i trasy narciarskie przy własnych domach wczasowych. Na pozostałym obszarze infrastruktura narciarska należała przede wszystkim do przedsiębiorstw turystycznych będących własnością Skarbu Państwa. W 1989 r. spośród 85 miejscowości wyposażonych w infrastrukturę narciarską największą rangę miały Zakopane i Szczyrk, w których działało po 30 urządzeń wyciągowych. Wysokim stopniem rozwoju charakteryzowały się także Bukowina Tatrzańska, Wisła i Korbiewów, które miały odpowiednio po 21, 20 i 12 wyciągów narciarskich. Uzupełnieniem powyższych stacji była grupa 6 miejscowości posiadających od 5 do 9 urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach. Były to: Brenna, Żabnica, Ustroń, Krynica-Zdrój, Piwniczna-Zdrój i Zwardoń (Krzesiwo, 2014).

Po 1989 r. nastąpiły zmiany w zagospodarowaniu narciarskim na obszarze polskich Karpat. Były one ściśle związane z przebiegiem procesu transformacji systemu społeczno-gospodarczego państwa. Bezpośrednim jego efektem była prywatyzacja infrastruktury narciarskiej należącej do zakładów przemysłowych i innych jednostek stanowiących mienie Skarbu Państwa. W pierwszym etapie zmian częstym zjawiskiem było oddawanie ośrodków narciarskich lub pojedynczych wyciągów w dzierżawę. Dzierżawcami stawały się przeważnie osoby lub spółki miejscowe prowadzące działalność gospodarczą. Infrastruktura narciarska zaczęła zatem funkcjonować w układzie lokalnym (Mika, 2004). Proces prywatyzacji oraz rozwój

działalności gospodarczej w sektorze turystycznym doprowadziły do zmiany struktury własnościowej infrastruktury narciarskiej w 2012 r. w porównaniu z 1989 r. Końcem 2012 r. aż 86,1% urządzeń wyciągowych znajdowała się w rękach sektora prywatnego, podczas gdy w 1989 r. jedynie 17,1%. Znaczne ograniczenie roli turystyki socjalnej stworzyło także konieczność dostosowania oferty stacji narciarskich do aktualnych potrzeb ruchu turystycznego m.in. przez modernizację infrastruktury narciarskiej, rozbudowę istniejących i budowę nowych ośrodków narciarskich, stosowanie urządzeń do naśnieżania tras narciarskich czy wzrost liczby obiektów gastronomicznych i świadczących usługi dla narciarzy (Krzesiwo, 2014).

W ostatniej dekadzie XX w. powstały jedne z największych, współcześnie funkcjonujących w Polsce, ośrodków narciarskich, takich jak: Jaworzyna Krynicka w Krynicy-Zdroju i Dwie Doliny Muszyna-Wierchomla w Wierchomli, a także Czorsztyn-ski w Kluszkowcach. Na przełomie XX i XXI w. najważniejszymi stacjami narciarskimi nadal były Zakopane i Szczyrk. Miasta te dysponowały najlepszą bazą dla narciarstwa zjazdowego. W Zakopanem działało 50 urządzeń wyciągowych, a w Szczyрку 34. Wysoką rangę miały także: Wisła, Zwardoń, Korbiewów, Bukowina Tatrzańska, Piwniczna-Zdrój i Krynica-Zdrój. Miejscowości te miały od 11 do 26 urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach. Ważne miejsce wśród stacji narciarskich zlokalizowanych w polskich Karpatach zajmowały również: Brenna, Ustroń, Zawoja, Białka Tatrzańska, i Tylicz. Pod koniec lat 90. XX w. znajdowało się w nich od 8 do 10 wyciągów narciarskich i kolei linowych (Krzesiwo, 2014).

W pierwszej dekadzie XXI w., za sprawą zwiększającej się liczby uczestników narciarskiego ruchu turystycznego w Polsce, nasilił się proces transformacji istniejących urządzeń oraz tworzenia nowej infrastruktury narciarskiej. Modernizacji podlegały przede wszystkim wyciągi orczykowe i talerzykowe, które w wielu wypadkach zastępowano krzesłkowymi kolejami linowymi. Tego typu zabiegi modernizacyjne prowadzono m.in. w ośrodkach narciarskich Ustronia, Wisły, Istebnej, Zwardonia, Krynicy-Zdrój czy Zakopanego. W tym czasie powstało też wiele nowych ośrodków narciarskich, szczególnie w regionie podhalańskim. Większość z nich była tworzona przez lokalne grupy przedsiębiorców. Pierwszym tego typu ośrodkiem, powstałym w 2001 r., była Kotelnica Białczańska w Białce Tatrzańskiej. Wzorując się na inicjatywie podjętej przez białczańską społeczność, mieszkańcy innych podhalańskich wsi również zaczęli zakładać spółki i tworzyć ośrodki narciarskie. Przykładem nowych ośrodków narciarskich są m.in.: Małe Ciche (2004 r.) w Małym Cichem, Harenda (2004 r.) w Zakopanem, Witów-ski (2006 r.) w Witowie, Koziniec (2006 r.) i Grapa-Litwinka (2010 r.) w Czarnej Górze, Jurgów-ski (2007 r.) w Jurgowie, Rusiń-ski (2009 r.) w Bukowinie Tatrzańskiej czy Suche (2012 r.) w Suchem koło Poronina. Zaletą nowo powstałych ośrodków jest ich nowoczesne wyposażenie, m.in.: w koleje linowe, snowparki, regionalne karczmy i bezpłatne parkingi (Krzesiwo, 2014).

Od początku XXI w. rozwój jakościowy infrastruktury narciarskiej następuje szybciej niż rozwój ilościowy. Świadczy o tym m.in. fakt, że w okresie między 1999 a 2012 r. liczba urządzeń wyciągowych na obszarze polskich Karpat wzrosła o 25,6%, a ich zdolność przewozowa aż o 66,7%. Wraz z rozwojem tego typu infrastruktury zmieniała się także ranga niektórych stacji narciarskich. Zdecydowanie wzrosła rola Białki Tatrzańskiej, Krynicy-Zdroju i Wisły. W każdej z tych miejscowości w pierwszej dekadzie XXI w. powstało po kilka kolei linowych i kilkanaście wyciągów narciarskich (Krzesiwo, 2014). Pojawiły się również nowe stacje narciarskie, takie jak: Czarna Góra, Jurgów, Małe Ciche i Witów na Podhalu, Kluszkowce w Piecinach, Wierchomla w Beskidzie Sądeckim i Ustrzyki Dolne w Bieszczadach.

W XXI w., głównie w Piwnicznej-Zdroju, Szczyrku i Zakopanem, nasiliły się kwestie sporne pomiędzy gestorami wyciągów narciarskich a właścicielami gruntów, po których przebiegały trasy. Wpłynęły one niekorzystnie na postrzeganie przez narciarzy tych stacji narciarskich, co w efekcie przyczyniło się do mniejszego popytu turystycznego w sezonie zimowym, a także likwidacji niektórych urządzeń wyciągowych i tras zjazdowych.

Z przeprowadzonej w sezonie zimowym 2014/2015 inwentaryzacji wynika, że pierwszoplanowe miejsce wśród stacji narciarskich w Karpatach polskich zajmują: Zakopane, Wisła, Białka Tatrzańska i Krynica-Zdrój. Każda z nich jest wyposażona w kilkadziesiąt wyciągów narciarskich i kolei linowych o łącznej zdolności przewozowej przekraczającej 25 tys. os./godz. (tab. 2). Wysokim poziomem rozwoju bazy narciarskiej dysponują także: Szczyrk, Bukowina Tatrzańska, Korbiewów i Wierchomla. W tych stacjach narciarskich znajduje się od kilkunastu do kilkudziesięciu urządzeń wyciągowych, a ich łączna zdolność przewozowa wynosi od 10 tys. do 20 tys. os./godz. Uzupełnieniem powyższych stacji jest grupa 11 miejscowości mających po kilka lub kilkanaście urządzeń przeznaczonych do transportu narciarzy po stokach. Ich łączna zdolność przewozowa mieści się w przedziale od 5 tys. do 10 tys. os./godz. Są to: Brenna, Ustron, Istebna, Zwardon, Zawoja, Witow, Male Ciche, Czarna Gora, Jurgow, Kluszkowce i Ustrzyki Dolne.

Tab. 2. Infrastruktura dla narciarstwa zjazdowego w badanych stacjach narciarskich polskich Karpat w sezonie 2014/2015

Miejscowość	Liczba urządzeń wyciągowych		Zdolność przewozowa urządzeń wyciągowych [osób/godz.]
	ogółem	w tym kolei linowych	
Białka Tatrzańska	23	8	28 395
Brenna	10	0	5 550
Bukowina Tatrzańska	21	3	15 964
Czarna Góra	7	2	7 100
Istebna	8	2	8 987
Jurgów	6	2	7 700
Kluszkowce	6	2	5 800
Korbiewów	18	4	14 945
Krynica-Zdrój	29	7	27 059
Małe Ciche	7	2	7 850
Szczyrk	30	2	18 240
Ustron	13	3	8 908
Ustrzyki Dolne	8	1	6 600
Wierchomla*	12	2	11 060
Wisła	39	5	28 793
Witów	8	1	5 100
Zakopane	44	8	29 965
Zawoja	9	1	5 924
Zwardon	16	1	8 620

*W badaniach uwzględniono także urządzenia wyciągowe położone po stronie Szczawnika, ponieważ Ośrodek Narciarski Dwie Doliny Muszyna Wierchomla funkcjonuje jako kompleks narciarski.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań terenowych

Charakterystyka społeczna i gospodarcza badanych gmin

Na możliwości rozwoju turystyki w dużej mierze ma wpływ sytuacja demograficzna. Miejscowości z dużą liczbą mieszkańców stwarzają dogodne warunki do obsługi ruchu turystycznego, gdyż dysponują zasobami siły roboczej, potencjalnie dużą liczbą obiektów noclegowych oraz dobrym wyposażeniem w infrastrukturę społeczną i techniczną. Charakteryzują się także zazwyczaj dobrą dostępnością komunikacyjną.

W 2014 r. gminy objęte badaniami zamieszkiwało łącznie 187 tys. osób, z czego w stacjach narciarskich – 114 tys. osób (61,0% badanej populacji). Spośród badanych stacji najczęściej mieszkańców liczą miasta: Zakopane (27,5 tys.), Ustroń (16,1 tys.), Wisła (11,2 tys.) i Krynica-Zdrój (11,0 tys.). Wśród miejscowości o charakterze wiejskim największą liczbą ludności odznaczają się: Zawoja (6,5 tys.), Brenna (6,1 tys.) i Istebna (5,1 tys.). Z kolei najmniej osób mieszka w sołectwach: Małe Ciche (486), Wierchomla (764 osoby), na które składają się dwie wsie – Wierchomla Wielka (674 osoby) i Wierchomla Mała (90 osób), Zwardoń (910 osób) i Jurgów (926 osób).

W latach 2004–2014 ponad 60% badanych gmin cechowało się wzrostem ogólnej liczby ludności (tab. 3). Największy przyrost mieszkańców odnotowano w gminach Brenna, Bukowina Tatrzańska i Poronin, gdzie w ciągu ostatnich 10 lat liczba osób zamieszkujących te gminy zwiększyła się odpowiednio o 1048, 872 i 852. W ujęciu procentowym zjawisko to najwyraźniej zarysowało się w gminach Brenna (wzrost o 10,5%), Kościelisko (8,5%) i Poronin (8,1%). Z kolei największy ubytek ludności nastąpił w Krynicy-Zdrój i Ustrzykach Dolnych. W ostatnim dziesięcioleciu liczba ludności w tych miastach zmniejszyła się odpowiednio o 637 i 351 osób.

Tab. 3. Struktura ludnościowa gmin, w skład których wchodziły badane stacje narciarskie

Gmina	Liczba ludności	Zmiana liczby ludności w latach 2004–2014	Przyrost naturalny (%)	Saldo migracji (%)
Brenna	11 064	1 048	0,4	8,0
Bukowina Tatrzańska	13 138	872	4,6	–0,3
Czorsztyn	7 573	427	4,5	0,5
Istebna	11 935	654	5,3	–2,0
Jeleśnia	13 426	–91	–2,2	–2,5
Kościelisko	8 639	678	1,3	1,4
Krynica-Zdrój (miasto)	10 992	–637	–4,3	–9,0
Piwniczna-Zdrój	10 667	252	1,3	–3,9
Poronin	11 422	852	5,6	b.d.*
Rajcza	9 025	–19	–3,2	–2,8
Szczyrk	5 799	146	–0,9	2,3
Ustroń	16 073	783	–2,2	1,8
Ustrzyki Dolne (miasto)	9 383	–351	0,1	–2,6
Wisła	11 198	–89	0,5	–1,9
Zakopane	27 556	4	–2,7	–2,2
Zawoja	9 072	235	0,2	–0,7

*Brak danych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS (2014)

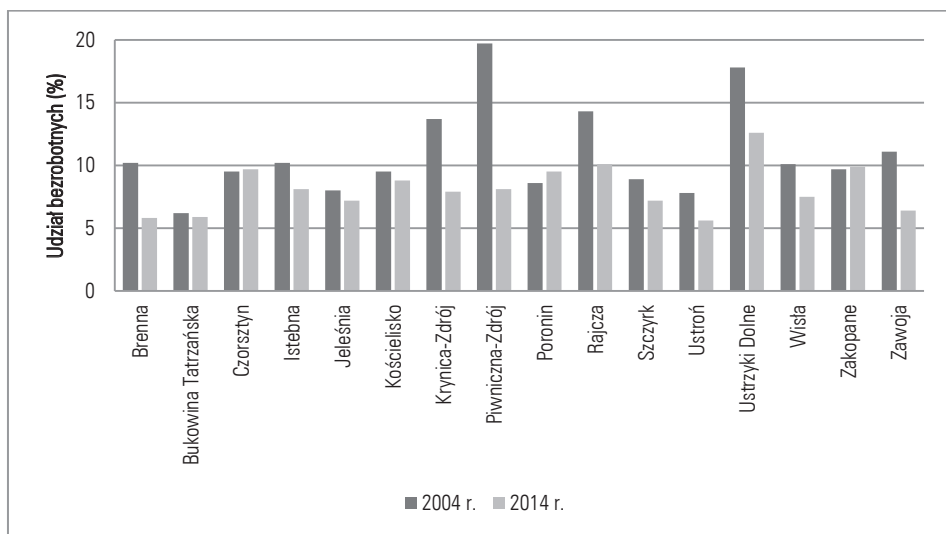
W 2014 r. najwyższe dodatnie saldo migracji notowały gminy położone w Beskidzie Śląskim. W Brennej wskaźnik ten kształtował się na poziomie 8‰, w Szczyrku 2,3‰, a w Ustroniu 1,8‰ (tab. 3). Z kolei najniższymi wartościami tego wskaźnika charakteryzowały się głównie gminy Beskidu Żywieckiego, Beskidu Sądeckiego i Bieszczad. Największe ujemne saldo migracji zanotowano w Krynicy-Zdroju (−9,0‰) i gminie Piwniczna-Zdrój (−3,9‰) oraz w gminach Rajcza (−2,8‰), Jeleśnia (−2,5‰) i w Ustrzykach Dolnych (−2,6‰).

W zakresie przyrostu naturalnego badane gminy odzwierciedlają tendencje ogólnopolskie. W 10 gminach wartości tego wskaźnika są dodatnie, a w 6 ujemne (tab. 3). Największy przyrost naturalny cechuje gminy wiejskie: Poronin (5,6‰), Istebną (5,3‰), Bukowinę Tatrzańską (4,6‰) i Czorsztyn (4,5‰), a największy naturalny ubytek ludności charakteryzuje miasta: Krynica-Zdrój (−4,3‰), Zakopane (−2,7‰) i Ustroń (−2,2‰) oraz gminę Rajczę (−3,2‰).

Pod względem gospodarczym gminy, na terenie których leżą największe stacje narciarskie polskiej części Karpat, również są znacznie zróżnicowane. Przejawia się to m.in. w poziomie bezrobocia, poziomie przedsiębiorczości oraz w liczbie i strukturze podmiotów gospodarczych.

W 2004 r. największy udział zarejestrowanych bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym notowano w gminach: Piwniczna-Zdrój (19,7%), Ustrzyki Dolne (17,8%), Rajcza (14,3%) i Krynica-Zdrój (13,7%), a najmniejszy w gminach: Bukowina Tatrzańska (6,2%), Ustroń (7,8%), Jeleśnia (8,0%) i Poronin (8,6%) (ryc. 2). W tym czasie wartość tego współczynnika dla Polski wynosiła 12,4%, co oznacza, że w 12 badanych gminach poziom bezrobocia był niższy w stosunku do średniej dla naszego kraju. Z kolei w 2014 r. największymi wartościami omawianego wskaźnika cechowały się gminy: Ustrzyki Dolne (12,6%), Rajcza (10,1%), Zakopane (9,9%) i Czorsztyn (9,7%), a najmniejszymi – Ustroń (5,6%), Brenna (5,8%), Bukowina Tatrzańska (5,9%) i Zawoja (6,4%). W 2014 r. udział zarejestrowanych bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym w Polsce wynosił 7,5%. Niższą wartość tego współczynnika zanotowano w 7 badanych gminach.

Ryc. 2. Udział bezrobotnych zarejestrowanych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym w 2004 r. i 2014 r. w gminach, na terenie których leżą badane stacje narciarskie



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS (2014)

Tab. 4. Sytuacja gospodarcza w gminach, na terenie których leżą badane stacje narciarskie, w latach 2004 i 2014

Gmina	Podmioty gospodarki narodowej					Przedsiębiorczość**		
	2004		2014			2004	2014	zmiana w latach 2004–2014 [%]
	ogółem	w tym prywatne	ogółem	w tym prywatne	sekcja H dział 49 i sekcja I*			
Brenna	959	944	1 124	1 108	160	94	102	8,5
Bukowina Tatrzańska	847	825	1 246	1 220	566	69	95	37,7
Czorsztyn	671	656	640	619	85	94	85	-9,6
Istebna	730	705	965	940	122	65	81	24,6
Jeleśnia	946	904	1 180	1 139	158	70	88	25,7
Kościelisko	696	672	961	938	288	87	111	27,6
Krynica-Zdrój	1 651	1 611	2 055	2 010	363	98	122	24,5
Piwniczna-Zdrój	702	677	913	890	115	68	86	26,5
Poronin	945	925	1 303	1 278	488	89	114	28,1
Rajcza	602	576	662	636	98	66	73	10,6
Szczyrk	816	800	978	963	263	140	169	20,7
Ustroń	2 277	2 224	2 439	2 392	351	148	152	2,7
Ustrzyki Dolne	1 544	1 474	1 633	1 558	197	87	93	6,9
Wisła	1 591	1 557	1 732	1 697	435	139	155	11,5
Zakopane	5 182	5 063	5 752	5 648	1 837	187	209	11,8
Zawoja	758	731	806	777	123	86	89	3,5

* Sekcja H dział 49 – Transport lądowy i rurociagowy, w tym obsługa wyciągów narciarskich, sekcja I – działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi.

** Podmioty wpisane do rejestru REGON na 1000 mieszkańców.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (2014)

Na przestrzeni 10 lat spadek poziomu bezrobocia nastąpił w 13 z 16 badanych gmin (ryc. 2). Największe pozytywne zmiany pod tym względem zaszły w gminach: Piwniczna-Zdrój, Krynica-Zdrój, Ustrzyki Dolne i Zawoja. W tych gminach wartość tego współczynnika zmniejszyła się odpowiednio o: 11,6%, 5,8%, 5,2% i 4,7%. Niewielki wzrost poziomu bezrobocia zanotowano w gminach: Poronin (o 0,9%), Czorsztyn (o 0,2%) i Zakopane (o 0,2%).

Według danych GUS w 2004 na terenie badanych gmin istniało łącznie 20,9 tys. podmiotów gospodarki narodowej, z których 97,3% stanowiły podmioty należące do osób prywatnych (tab. 4). W 2014 r. liczba tych podmiotów wzrosła do 24,4 tys., a udział podmiotów prywatnych wzrósł do 97,6%. Na przestrzeni 10 lat nastąpił więc wzrost liczby podmiotów gospodarki narodowej na badanym obszarze o 16,6%. Najwięcej podmiotów zarejestrowanych było w Zakopanem, Ustroniu i gminie Krynica-Zdrój. W 2014 r. ich liczba wynosiła odpowiednio 5,7 tys., 2,4 tys. i 2,1 tys. Z kolei najmniej takich podmiotów działało na terenie gmin: Czorsztyn (0,6 tys.), Rajcza (0,7 tys.) i Zawoja (0,8 tys.). Podmioty działające w sekcji H dział 49, obejmującej m.in. działalność związaną z obsługą wyciągów narciarskich i sekcji I sklasyfikowanej jako działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi, stanowią 23,2%

ogółu jednostek zarejestrowanych w systemie REGON. Największym udziałem podmiotów z tych sekcji odznaczają się gminy podhalańskie: Bukowina Tatrzańska (45,4%), Poronin (37,5%), Zakopane (31,9%) i Kościelisko (30,0%), najmniejszym zaś: Ustrzyki Dolne (12,1%), Istebna (12,6%), Piwniczna-Zdrój (12,6%), Czorsztyn (13,3%) i Jeleśnia (13,4%).

Duże dysproporcje pomiędzy badanymi gminami są widoczne także w poziomie przedsiębiorczości lokalnej, mierzonej liczbą podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców (tab. 4). Pod tym względem w 2014 r. najlepiej rozwinięte były gminy miejskie: Zakopane (209 podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców), Szczyrk (169), Wisła (155) i Ustroń (152). Najniższe wskaźniki przedsiębiorczości cechowały natomiast gminy o charakterze wiejskim: Rajcę (73), Istebną (81) i Czorsztyn (85). W latach 2004–2014 wartość tego współczynnika wzrosła w Polsce średnio o 13,8%. Natomiast w 7 z badanych gmin poziom przedsiębiorczości lokalnej wzrósł o co najmniej 25%. Największy procentowy wzrost liczby podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców nastąpił w gminach położonych na Podhalu, tj. w gminach: Bukowina Tatrzańska (wzrost o 37,7%), Poronin (28,1%) i Kościelisko (27,6%), a także w gminach Piwniczna-Zdrój (26,5%) i Jeleśnia (25,7%) (tab. 4). Tylko w jednej z badanych gmin – gminie Czorsztyn – wartość tego wskaźnika w ciągu 10 lat zmniejszyła się.

Wnioski

Przeprowadzone badania i analizy pozwalają na sformułowanie następujących wniosków:

1. Z punktu widzenia warunków społecznych i gospodarczych badane gminy są znacznie zróżnicowane. W zdecydowanie najkorzystniejszej sytuacji znajdują się te gminy, które cechują się wysokim poziomem rozwoju funkcji turystycznej, położone w Beskidzie Śląskim i na Podhalu. Charakteryzują się one przeważnie dodatnim saldem migracji, niższym od średniego dla Polski poziomem bezrobocia, wyższym od średniego poziomem przedsiębiorczości i wysokim udziałem podmiotów zajmujących się obsługą wyciągów narciarskich i kolei linowych, zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi. Odwrotne cechy wykazują natomiast gminy leżące w Beskidzie Żywieckim, Pieninach, Beskidzie Sądeckim i Bieszczadach.
2. W latach 2004–2014 najbardziej pozytywne zmiany w sytuacji społeczno-gospodarczej zaszły w gminach, w których w ostatnim piętnastoleciu nastąpił największy rozwój infrastruktury narciarskiej, tj. przede wszystkim w tych położonych w regionie podhalańskim i Beskidzie Sądeckim. Gminy te charakteryzują się największym rozwojem przedsiębiorczości lokalnej, wzrostem liczby ludności (Podhale) i spadkiem poziomu bezrobocia (Beskid Sądecki). Zdecydowanie wybijającą się pod względem korzystnych zmian w warunkach społecznych i gospodarczych jest gmina Bukowina Tatrzańska, na terenie której leżą 4 dynamicznie rozwijające się nowe stacje narciarskie. Miejscowości te są ośrodkami turystycznymi wyspecjalizowanymi w turystyce narciarskiej, która odgrywa dominującą rolę w strukturze ich funkcji turystycznej.
3. Mając na uwadze zachodzące od początku XXI w. zmiany w rozwoju ilościowym i jakościowym bazy dla narciarstwa zjazdowego w polskich Karpatach, można przewidywać, że wpływ turystyki narciarskiej na sytuację społeczno-gospodarczą gmin górskich będzie nadal wzrastać. Niewątpliwie zwiększać się będzie jej ekonomiczna siła oddziaływania na pozostałe działy sektora turystycznego, w szczególności na bazę noclegową, gastronomiczną i towarzyszącą, a także na inne usługi i budownictwo.

Literatura

References

- Bank Danych Lokalnych. GUS. (2015, 10 września). Pozyskano z www.stat.gov.pl
- Barabasz, S. (1914). *Wspomnienia narciarza*. Zakopane: SN TT.
- Baran, M. (2010). *Koleje linowe i wyciągi narciarskie. Historia i dzień dzisiejszy*. Łódź: Księży Młyn Dom Wydawniczy.
- Barbier, B. (1978). Ski et stations de sports d'hiver dans le monde. *Weiner Geographische Schriften*, 51(52), 130–146.
- Barbier, B. (1993). Problems of the French winter sport resort. *Tourism Recreation Research*, 18(2), 5–11.
- Buckley, R.C., Pickering, C.M., Warnker, J. (2000). Environmental management for Alpine tourism and resorts in Australia. W: P.M. Goode, M.P. Price, F.M. Zimmermann (red.), *Tourism and Development in Mountain Regions*. Wallingford: CAB International, 27–45.
- Christopoulou, O., Papastavrou, A. (1997). *Evaluation of the behavior of visitors of ski stations for more effective management - the case of the Pelion region. Medit*, 8(1), 37–40.
- Čuka, P., Gregorová, B. (2011). Cechy i kierunki urbanizacji turystycznej na Słowacji – przykład stacji narciarskiej Donovaly. *Prace Geograficzne*, 125, 9–18.
- Greif, F. (1988). Landwirtschaft. Forstwirtschaft und Wintersport – Zum Konflikt zwischen Ökologie und Ökonomie in Österreichs Bergen. W: *Probleme des ländlichen Raumes im Hochgebirge*. Innsbrucker Geographische Studien, 16.
- Havrlant, J. (2011). Kierunki i bariery modernizacji ośrodków sportów zimowych w czeskim regionie turystycznym „Beskidy”. *Prace Geograficzne*, 125, 77–93.
- Knafau, R. (1979). L'aménagement de territoire en économie libérale: l'exemple des stations intégrées de sports d'hiver des Alpes Françaises. *l'Espace Géographique*, 83, 173–180.
- Krzesiwo, K. (2014). *Rozwój i funkcjonowanie stacji narciarskich w polskich Karpatach*, Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ.
- Kurek, W. (2004). *Turystyka na obszarach górskich Europy*, Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ.
- Lasanta, T., Laguna, M., Vicente-Serrano, S. M. (2007). Do tourism-based ski resorts contribute to the homogeneous development of the Mediterranean mountains? A case study in the Central Spanish Pyrenees. *Tourism Management*, 28, 1326–1339.
- Lindberg, K., Andersson, T.D., Dellaert, B.G.C. (2001). Tourism development: Assessing social gains and losses. *Annals of Tourism Research*, 28(4), 1010–1030.
- Mika, M. (2004). *Turystyka a przemiany środowiska przyrodniczego Beskidu Śląskiego*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ.
- Mika, M. (2014). *Założenia i determinanty podtrzymywalności lokalnego rozwoju turystyki*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ.
- Orens, A., Seidl, A., Weiler, S. (2006). Winter Tourism and Land Development in Gunnison, Colorado. W: T. Clark, A. Gill, R. Hartmann (red.), *Mountain Resort Planning and Development in the Era of Globalization*. New York: Cognizant Communication Corporation, 91–107.
- Paryski, W.H., Paryska, Z. (1994). *Wielka encyklopedia tatrzańska*, Poronin.
- Snowdon, P., Slee, B., Farr, H. (2000). The Economic impacts of Different Types of Tourism in Upland and Mountain Areas of Europe. W: P. M. Goode, M. F. Price, F. M. Zimmermann (red.), *Tourism and Development in Mountain Regions*. Wallingford: CAB International, 137–155.
- Szatkowski, W. (1994). *Pionierzy narciarstwa w Tatrach Polskich*. Zakopane: Muzeum Tatrzańskie im. T. Chałubińskiego.
- Szatkowski, W. (2011). *Stanisław Barabasz – pierwszy zakopiański narciarz*. Pozyskano z (www.watra.pl/zakopane/gory/2011/02/03/stanislaw-barabasz-pierwszy-zakopianski-narciarz).
- Ziemba, S. (1957). Zanim przyszły czasy Legierskich, Wieczorka i Tajnera. W: *Na śnieżnych trasach Beskidów*. Katowice: Wyd. Sekcji Narciarskiej WKKF Katowice, 7–15.

Zimmermann, F.M. (1995). The Alpine Region: Regional Restructuring Opportunities and Constraints in a Fragile Environment. W: A. Montanari, A. M. Williams (red.), *European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring*. Chichester – New York: Wiley, 19–40.

Kinga Krzesiwo, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Zainteresowania badawcze autorki dotyczą rozwoju i funkcjonowania ośrodków i stacji narciarskich w Polsce oraz na świecie, atrakcyjności i konkurencyjności turystycznej, nowych trendów rozwoju turystyki, a także metodologii badań w geografii turystyki. Ponadto autorka zajmuje się prowadzeniem badań marketingowych oraz badań ruchu turystycznego w wybranych górskich miejscowościach turystycznych.

Kinga Krzesiwo, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. Her research interests focus primarily on the issue of development and functioning of ski resorts in Poland and in the world, tourist attractiveness and tourist competitiveness, new trends in tourism development as well as research methodology in geography of tourism. Furthermore, the author carries out the marketing research and the research of tourist traffic in the selected mountain localities.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: kingakrz@interia.pl

MAŁGORZATA LUC

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Polska ■ Jagiellonian University in Cracow, Poland

MAGDALENA TEJWAN-BOPP, CLEMENS BOPP

E-Tourism Native Open Services (ETNOS), Norymberga, Niemcy ■ E-Tourism Native Open Services (ETNOS)
Nürnberg, Germany

JACEK B. SZMAŃDA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

E-turystyka natywna szansą rozwoju przedsiębiorczości wśród społeczności lokalnych

Native E-tourism as an Opportunity for Development of Entrepreneurship in Local Communities

Streszczenie: Turystyka natywna jako indywidualna, niesformalizowana i niezinstytucjonalizowana forma zwiedzania świata należy do grupy współczesnych nurtów rozwoju turystyki, takich jak turystyka zrównoważona, etniczna czy turystyka powolna. Ten rodzaj uprawiania turystyki ma m.in. za zadanie wspieranie rozwoju gospodarczego lokalnych społeczności i nawiązuje do polityki propoor turystyki. Przydatnymi narzędziami dla obsługi turystyki natywnej są narzędzia informatyczne powszechnie wykorzystywane w e-turystyce. Połączenie założeń stosowanych w turystyce natywnej i narzędzi wykorzystywanych w e-turystyce może stać się podstawą dla opracowania internetowych systemów informacji w zakresie e-turystyki natywnej. Pozwoliłyby one na zaspokojenie potrzeb i rozwój zainteresowań wyspecjalizowanych turystów indywidualnych i ułatwiłyby rozpowszechnienie ofert lokalnych dostawców różnego typu, niszowych usług turystycznych. Celem artykułu jest oparta na studium przypadku charakterystyka idei e-turystyki natywnej i jej relacji do innych form turystyki zrównoważonej. Ponadto autorzy przedstawili zasady funkcjonowania portalu ETNOS – jednego z portali internetowych pionierskich w zakresie e-turystyki natywnej, który umożliwi m.in. rozpowszechnienie tej nie nowej, lecz istotnie zmodyfikowanej propozycji turystyki.

Abstract: Native tourism as an individual and non-institutionalized, non-formalized form of exploring the world belongs to the modern trends of tourism development, including sustainable tourism, ethnic tourism or slow tourism. This type of tourism has, among other things, designed to promote the economic development of local communities and refers to the policy of pro-poor tourism. Tools commonly used in e-tourism became also useful for native tourist services. The combination of these two trends in tourism: native tourism and e-tourism, may become the basis for the development of online information systems within native e-tourism. Such systems, from their nature, could help in the realization of individual and qualified tourists' needs and interests as well as in facilitating the dissemination of offers by local suppliers of various, niche types of tourist services. The article is a key study and describes the concept of the Native E-Tourism and its relation to other forms of sustainable tourism. It also shows principles of the ETNOS portal – one of the pioneer Internet portals in native e-tourism that helps in diffusion of a not new but modified concept in tourism.

Słowa kluczowe: e-turystyka; portal internetowy; społeczności lokalne; turystyka natywna, turystyka zrównoważona

Key words: e-tourism; internet portal; local communities; native tourism; sustainable tourism

Otrzymano: 2 grudnia 2015

Received: 2 December 2015

Zaakceptowano: 9 marca 2016

Accepted: 9 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Luc, M., Tejwan-Bopp, M., Bopp, K., Szmańda, J.B. (2016). E-turystyka natywna szansą rozwoju przedsiębiorczości wśród społeczności lokalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 245–255.

Wstęp

Współczesna turystyka jako jedna z najprężniej rozwijających się dziedzin gospodarki światowej ulega ciągłym zmianom zależnym od potrzeb użytkowników, które ukierunkowane są zgodnie z aktualnie panującymi trendami społecznymi. Jednym z takich trendów jest wzrost zainteresowania indywidualną turystyką kwalifikowaną, rozwijającą się w postaci różnych form, w tym formy: krajoznawczej, sportowej, kulturowej, etnicznej, alternatywnej, zdrowotnej, biznesowej, edukacyjnej, religijnej czy pielgrzymkowej oraz eco- i agroturystyki. Dzieje się tak, gdyż w ciągu ostatniej dekady nastąpiła rewolucja w sposobie spędzania wolnego czasu i planowania podróży. Rewolucja ta, według Lubowieckiego-Vikuk i Paczyńskiej-Jędryckiej (2010) wynika m.in. ze: 1. wzrostu gospodarczego i towarzyszącego mu podnoszenia się poziomu życia; 2. zmiany stylu życia i jego jakości polegającej na zwiększeniu się mobilności społeczeństwa; 3. wzrostu liczby osób samotnych (tzw. singli); 4. zwiększenia się liczby osób posiadających wszechstronne wykształcenie i – co się z tym wiąże – świadomość ekologiczną, również determinującą wybór formy spędzania wakacji. Turysta świadom negatywnych efektów globalizacji dąży do harmonii, czyli takich form spędzania wolnego czasu, które dadzą mu satysfakcję i możliwości samorealizacji w zakresie idei rozwoju zrównoważonego i proekologicznej natury.

Indywidualna turystyka kwalifikowana wiąże się także z osobistymi umiejętnościami, wiedzą i przygotowaniem, które musi posiadać turysta, oraz z zaspakajaniem jego potrzeb poznawczych, potrzeb rozwoju, odnowy sił psychicznych oraz fizycznych (Gaworecki, 1982). Przyjmuje się, że uprawianie każdej z form turystyki kwalifikowanej polega na pokonywaniu przestrzeni z większym wysiłkiem fizycznym, co wymaga lepszego przygotowania niż w przypadku turysty masowego. Od turysty indywidualnego, kwalifikowanego, oczekuje się również umiejętności organizacyjnych i posługiwania się specjalistycznym sprzętem turystycznym, posiadania takiego zasobu wiedzy ogólnej, który umożliwi mu dużą samodzielność, niezależność i zapewni bezpieczeństwo (Ostrowski, 1968). Według klasyfikacji Cohena (1972), turystę kwalifikowanego można zaliczyć zarówno do grupy turystyki zinstytucjonalizowanej – indywidualnych turystów masowych (*individual mass tourists*), jak i do grupy turystyki niezinstytucjonalizowanej. Ponieważ przedmiotem tej publikacji jest turystyka natywna, której miłośnicy uprawiają turystykę ze znanstwem i zamiłowaniem, przestrzegają proekologicznych norm zachowania, szanują kulturę lokalną, łączą aktywność z wszechstronnym poznaniem odwiedzanego regionu (Łobożewicz, Bińczyk, 2001), informacje zawarte w artykule

są skierowane do turystów niezinstytucjonalizowanych. Nawiązując do typologii Cohena, turysta taki to odkrywca (*explorer*) albo – bardziej – skrajnie dryfujący (*drifter*), charakteryzujący się poszukiwaniem nowości oraz gotowością do rezygnacji z części nawyków czy wygod.

W rozważaniach nad miejscem turystyki natywnej w turystyce zrównoważonej należy również zauważyć, że turystyka niezinstytucjonalizowana nie wywiera tak znacznego wpływu na środowisko i kulturę krajów przyjmujących turystów, jak turystyka zinstytucjonalizowana. Wydaje się więc stosowne, by właśnie z niezinstytucjonalizowanej turystyki kwalifikowanej (odkrywców lub drifterów) wyodrębnić turystę natywnego.

W rozważaniach nad ideologią współczesnej turystyki kolejny ważny aspekt stanowi problematyka wykorzystywanych w niej narzędzi. Umasowienie pod koniec XX wieku technologii informatycznych, głównie Internetu, stało się podstawą do wykształcenia e-turystyki (Pawlicz, 2012). Stanowi ona odzwierciedlenie procesów turystycznych w formie cyfrowej, polegającej głównie na przepływie informacji (Buhalis, 2003) i jest doskonałym narzędziem obsługi turystycznej.

Z połączenia idei turystyki natywnej i narzędzi stosowanych w e-turystyce proponujemy utworzenie nurtu e-turystyki natywnej. Dlatego głównym celem tego opracowania jest zdefiniowanie i rozpowszechnienie pojęcia „e-turystyka natywna”. Idea jego wprowadzenia wydaje się o tyle ważna, że wiąże się z szansami na tworzenie jednakowych warunków rozwoju ludności miejscowej na wszystkich obszarach Ziemi, które odznaczają się potencjałem turystycznym, w tym również dla turystyki niszowej. Niniejszy artykuł ma charakter aplikacyjny. Został oparty na studium przypadku, którym jest utworzony przez autorów portal internetowy ETNOS. Portal ten jest jednocześnie narzędziem funkcjonowania e-turystyki natywnej, jak i może stanowić przedmiot badań nad e-turystyką natywną. W założeniu ma on charakter rozwojowy i pozwala zapoczątkować istnienie systemu geoinformatycznego do obsługi e-turystyki natywnej. Jako dodatkowy cel postawiono rozpowszechnienie informacji o możliwościach uprawiania tej formy turystyki. Według wiedzy autorów, nie powstał dotychczas żaden projekt geoinformatyczny umożliwiający kompleksową obsługę osób zainteresowanych uprawianiem turystyki natywnej i lokalnych usługodawców zarówno indywidualnych, jak i małych przedsiębiorców z branży turystycznej.

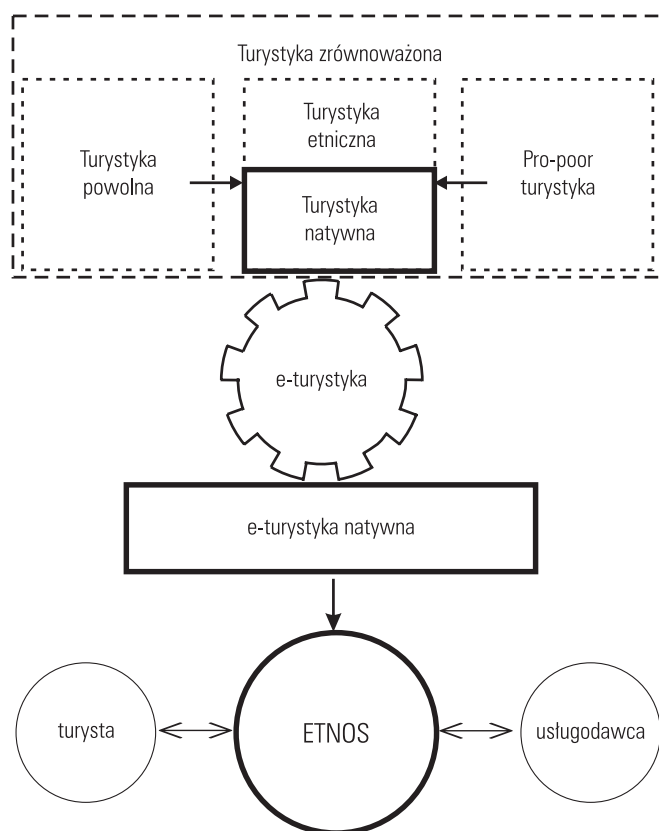
Podjęta tematyka jest ważna ze względu na kreowanie swoistej przeciwwagi do turystyki masowej, alternatywnego rozwiązania, dzięki któremu buduje się system powiązań lokalnych zmierzających do zrównoważonego rozwoju. Zasady zrównoważonego rozwoju można odnaleźć w licznych publikacjach (Luc, 2015), natomiast turystyka zrównoważona, według UNWTO (United Nations World Tourism Organization Network) stała się koniecznością zbilansowanego rozwoju krajów rozwijających się. Dlatego tak ważne jest, by w krajach tych oraz w krajach słabo rozwiniętych pod względem gospodarczym, gdzie potencjał turystyczny jest znaczny, doprowadzić do integracji społecznej, ekonomicznej i środowiskowej. W praktyce oznacza to bezpośrednią komunikację pomiędzy usługodawcą (w przypadku turystyki natywnej chodzi o miejscową ludność) a usługobiorcą (turystą) oraz szeroką wymianę informacji w zakresie oferowanych usług. Portal ETNOS ma za zadanie ułatwić tę komunikację lub zbudować pomost pomiędzy małymi, pojedynczymi usługodawcami w różnych zakątkach świata a turystami rządowymi nietypowych ofert turystycznych. W przypadku e-turystyki natywnej nie można bowiem patrzeć tylko i wyłącznie z perspektywy usługodawcy czy usługobiorcy mieszkającego w rozwiniętym kraju europejskim. Idea budowania systemu geoinformatycznego sięga bowiem dużo dalej, do krajów, w których komunikacja internetowa staje się jedyną formą szerszego pozyskania klientów zagranicznych.

Turystyka natywna

Turystyka natywna wiąże się ze zdobywaniem wiedzy i doświadczenia przez obserwacje i uczestniczenie w życiu ludności rdzennej (lokalnej) (Williams, Steward, 1997). Polega zatem na podróżach odbywanych w celu obserwacji stylu życia ludności etnicznej (McIntosh, Gouldner, 1990). Zdaniem V.L. Smitha (1996), pojęcie turystyki natywnej określa się przez The 4 H's of tourism, na które składają się: 1. habitat – siedlisko, 2. heritage – dziedzictwo, 3. history – historia, 4. handicraft – rękodzieło (rzemiosło). Tradycyjnie te cztery elementy stanowiły podstawę oceny potencjału turystycznego terenów zamieszkiwanych przez plemiona Indian w południowo-zachodniej części USA (Zeppel, 1998). Obecnie turystykę natywną uprawia coraz większa grupa turystów wykazujących zainteresowanie podróżami do miejsc osobliwych, których poznawanie odbywa się przy udziale miejscowej ludności.

Turystyka natywna, która ściśle się wiąże z turystyką etniczną (ryc. 1), stanowi także odzwierciedlenie poglądów Whellera (1993), który uważa, że turystyka powinna rozwijać się przez społeczność lokalną w sposób powolny i kontrolowany, zachowując jednocześnie niewielką skalę zjawiska. Nawiązuje zatem do idei turystyki powolnej (ryc. 1).

Ryc. 1. Model konceptualny idei ETNOS



Źródło: opracowanie własne

Turystyka natywna jako sposób podróżowania oparty na wykorzystaniu usług lokalnych społeczności, jak już wspomniano, wpisuje się w zakres szeroko rozumianej turystyki zrównoważonej (UNWTO). Jej koncepcja ma swoje podstawy w holistycznej hettnerowskiej ideologii turystyki odpowiedzialnej (ang. *responsible tourism*), której filary budują takie idee, jak: minimalizacja ingerencji w środowisko przyrodnicze, poszanowanie odmienności kulturowej, maksymalizacja udziału lokalnej ludności w świadczeniu usług turystycznych oraz wzrost zadowolenia i satysfakcji turystów (Hunter, Green, 1995; Hunter, 1997; Stabler, 1997; Butler, 1999; Kowalczyk, 2013). Jednakże wydaje się, że w późniejszym okresie idee te zostały wyparte przez rozwój turystyki masowej i globalizację. W skutek tego koncepcja turystyki natywnej w znaczeniu turystyki rodowitej (ang. *aboriginal tourism*) nie zyskała powszechnego zastosowania i pozostała w granicach wybranych krajów, m.in. Kanady, Australii, Stanów Zjednoczonych (Alaski).

Termin „turystyka natywna”, jak już wspomniano, można łączyć z pojęciem „powolne podróżowanie” (ang. *slow travel, slow tourism*) (ryc. 1). *Slow travel*, jak twierdzą Dickinson i Lumsdon (2010), wiąże się z turystyką pieszą, rowerową, wodną, ale również z wykorzystaniem transportu kolejowego i autobusowego. Natomiast *slow tourism* to bardziej filozofia podróżowania niż jego forma, to ruch społeczny propagujący powolne spędzanie wakacji zgodnie z zasadą „Lepiej dokładniej niż więcej”. Manifest powolnego podróżowania – *A manifesto for slow travel* (Gardner, 2015) – w kilku punktach pokrywa się z ideą turystyki natywnej. Zaleca on m.in., aby wybierać opcje zakwaterowania i żywienia typowe dla danego regionu kulturowego oraz podróżować w sposób umożliwiający dogłębne zapoznanie się z przyrodą i dziedzictwem kulturowym zwiedzanego regionu.

Koncepcja e-turystyki natywnej

Zaproponowana modyfikacja pojęcia „turystyka natywna” na „e-turystyka natywna” ma za zadanie powrócić do koncepcji hettnerowskiej, jako że, zdaniem autorów, wpisuje się ona w teorię turystyki zrównoważonej. Według autorów, e-turystyka natywna może ułatwiać i uatrakcyjnić podróżowanie przez możliwość bezpośredniego kontaktu z lokalnymi usługodawcami na całym świecie. W przypadku e-turystyki natywnej nie można patrzeć tylko i wyłącznie z perspektywy usługodawcy czy usługobiorcy funkcjonującego w rozwiniętym kraju europejskim, w którym dostęp do informacji odbywa się równolegle wieloma kanałami, a komunikacja turysta – usługodawca jest prosta. Dlatego przygotowana została propozycja portalu internetowego ETNOS, który ma zbudować pomost pomiędzy małymi, pojedynczymi usługodawcami w różnych zakątkach świata (głównie słabo rozwiniętych ekonomicznie) a turystami rządowymi nietypowych ofert turystycznych (głównie z krajów rozwiniętych). Sposób funkcjonowania portalu ETNOS został omówiony w dalszej części artykułu.

E-turystyka natywna może odegrać znaczącą rolę w zakresie problematyki ekonomiki rozwoju regionalnego i lokalnego. Realizacja tej idei wymaga nowego sposobu inwestowania i promowania regionu w celu przyciągnięcia turystów oraz zatrzymania ich na dłużej. W ten sposób powstaje system wzajemnych powiązań, częściowo składający się z istniejących już systemów integrujących wszystkie elementy działalności turystyki, jak i tych, które towarzyszą innym formom działalności, np. rolnictwo ekologiczne, handel czy transport. Znaczne możliwości stwarza łączenie różnych sposobów uprawiania turystyki, jak również nadanie istniejącym systemom nowych funkcji, które uwzględniają nowe warunki społeczno-ekonomiczne,

rodzaj popytu na usługi, rodzaj wymiany towarowej i usług (Czarnecki, Luc, 2001). Szanse rozwoju utworzonych systemów wzrastają w miarę wzrostu zaangażowania społeczności lokalnej w wykorzystanie potencjału, jak również w miarę zainteresowania turystów. Nowe systemy mogą powstawać w krajach, w których gospodarka nie stoi na najwyższym poziomie ekonomicznym i organizacyjnym. Również e-turystyka natywna wpisuje się w budowę takich systemów. Ma ona charakter informatyczny i umożliwia rozpowszechnianie danych o usługach turystycznych oferowanych przez rdzenną ludność. Tym samym stwarza nowe szanse społeczne i ekonomiczne, a promując podejście ekologiczne i dbałość o swoje własne środowisko – również i szanse na ochronę środowiska. Utworzony portal internetowy ETNOS umożliwia więc bezpośredni kontakt turysty z usługodawcami dla zaspokojenia swoich potrzeb związanych z poznawaniem walorów przyrodniczych i kulturowych dowolnego regionu świata i doświadczaniem stylu życia lokalnej ludności. Skierowany jest więc przede wszystkim do amatorów indywidualnej turystyki kwalifikowanej o różnym charakterze.

Sformułowana przez nas na nowo definicja turystyki natywnej pod postacią e-turystyki natywnej nawiązuje do postulatu światowej organizacji turystyki, który mówi, że turystyka realizuje aktualne potrzeby regionów przyjmujących turystów, zapewniając jednocześnie ochronę i poprawę możliwości na przyszłość (World Tourism Organization, 1993). Dlatego widzimy szeroki wachlarz korzyści, który ma szansę zaistnieć dzięki systemowemu funkcjonowaniu e-turystyki natywnej, w tym przyczynienie się do propagowania turystyki zrównoważonej na szeroką skalę. Ponadto, wykorzystanie metod komunikacji elektronicznej znacząco obniża koszty działalności usługodawców (biuro, ulotki informacyjne i foldery – koszty ich druku i wysyłki), co rozszerza rynek usługodawców i jednocześnie stwarza szanse na istotne obniżenie kosztów usługobiorcy, jak również pozwala otworzyć się na rynek nieograniczony przestrzennie.

E-turystyka natywna w świetle innych współczesnych trendów społecznych

Wykorzystanie portalu ETNOS ma na celu stymulowanie działalności turystyki natywnej, co z kolei ma umożliwić rozpowszechnianie koncepcji *community-based tourism*, której celem jest rozwój przedsiębiorczości społeczności lokalnych (Beeton, 2006; Mika, 2014), również jako część działań zmierzających do rozwoju zrównoważonego regionu. Ponadto ma pomagać bezpośrednio sprzedawcom lokalnym, co jest bliskie pojęciu *fair trade* (Nelson, Barry, 2009). Założenia *fair trade* wiążą się z pomocą niesioną drobnym, lokalnym wytwórcom (w przypadku e-turystyki natywnej – usługodawcom), zgodnie z ideą jednego z nurtów ekonomii społecznej, którego naczelną zasadą jest uznanie, iż człowiek jest ważniejszy od zysku. Celem nadrzędnym *fair trade* jest dążenie do wyeliminowania ubóstwa głównie w krajach Afryki, Azji i Ameryki Łacińskiej. W turystyce ta ideologia znajduje swoje odbicie w założeniach *pro-poor tourism* (Spenceley, Meyer, 2012; Mika, 2014), według których jest to możliwe przez zapewnienie równych szans dostępu do rynków bogatszych krajów producentom marginalizowanym w procesie globalizacji. Takie podejście rzuca wyzwanie praktykom handlowym, utrzymującym ludzi w nędzy, co może także dotyczyć wąskiej gałęzi handlu, którą jest turystyka. Przekładając język *fair trade* na ideologię turystyki zrównoważonej, można powiedzieć, że jej celem jest zbudowanie trwałych relacji pomiędzy usługodawcami a konsumentami z jednoczesnym szacunkiem i troską dla ludzi oraz środowiska naturalnego (Cleverdon, Kalisch, 2000). Oznacza to wzrost świadomości na temat sytuacji producentów i handlowców w krajach ubogich, ochrony praw kobiet, dzieci i ludności tubylczej, budowanie szacunku do

wartości, jakie niesie środowisko lokalne, od którego ludność tam zamieszkała jest uzależniona, przez tworzenie środków i możliwości poprawienia warunków życia i pracy (w tym ochrony środowiska naturalnego).

Idea turystyki natywnej nawiązuje także do współczesnego trendu w stylu życia, propagowanego przez ruch społeczny LOHAS (the Lifestyle of Health and Sustainability). Nurt ten pojawił się pod koniec XX w., lecz termin, jak uważa S. Aue (2008), po raz pierwszy w literaturze naukowej przedstawili P. Ray i R. Anderson (2000). LOHAS skupia grupę konsumentów, którzy skłonni są kupować produkty ekologiczne, biorą pod uwagę standardy ekologiczne, *fair trade* i zrównoważony tryb życia (Ernst & Young, 2015).

Proponowany system e-turystyki natywnej stanowi więc podejście zintegrowane, powodujące wzmocnienie znaczenia społeczności krajów o trudniejszych warunkach gospodarczych w szeroko obecnie propagowanym rozwoju zrównoważonym. Daje także szanse na lepsze zrozumienie problemów gospodarczych, społecznych i środowiskowych tych obszarów przez resztę społeczeństwa na świecie. W tym sensie e-turystyka natywna stanowi antytezę globalizacji, świadome, indywidualne podróżowanie z wykorzystaniem bezpośrednich kontaktów z pojedynczymi osobami lub lokalnymi, małymi firmami o wąskim profilu działalności bez korzystania z pośrednictwa dużych firm i korporacji turystycznych. To zaprzeczenie turystyki masowej powoduje, że podróżujący zostaje zaangażowany w poznanie kraju docelowego przez relacje bezpośrednie, więc w pewnym sensie przejmuje odpowiedzialność za zrównoważony rozwój świata.

Portal ETNOS i jego rola w propagowaniu e-turystyki natywnej

Główny trzon e-turystyki stanowią narzędzia z grupy szeroko pojętych technologii informacyjnych. Dlatego do rozpropagowania idei e-turystyki natywnej jest wykorzystywany specjalistyczny portal internetowy, który znajduje się w fazie testowej (www.etnos-global.com). Jak wspomniano wyżej, powstał on w celu wprowadzenia systemowego rozwiązania w branży turystycznej, które umożliwi skomunikowanie się dostawcy usług turystycznych z klientem poszukującym takiego serwisu. Portal ten jest efektem działalności w ramach projektu nazwanego „E-Tourism Native Open Services” (ETNOS), czyli e-turystyka natywna w zakresie otwartych (w znaczeniu: darmowych) usług świadczonych przez mieszkańców lokalnych na potrzeby turystyki indywidualnej. W słowniku języka polskiego w definicji terminu „etnos” podaje się, że jest to grupa ludzi mająca poczucie wspólnego pochodzenia, wspólną kulturę oraz odczuwającą więź grupową lub zespół cech charakterystycznych dla takiej grupy ludzi (*Internetowy słownik...*). Słowo „etnos” wywodzi się z greckiego określenia ludu, plemienia lub narodu. Konotacja tak rozumianego pojęcia z naszą ideą wydała się więc jak najbardziej właściwa.

Koncepcja portalu ETNOS opiera się na zbudowaniu bazy danych dostawców usług turystycznych z całego świata i udostępnieniu dowolnej osobie/klientowi danych kontaktowych za jego pośrednictwem. Dodatkowo klient otrzymuje szczegółowy opis oferowanej usługi oraz ocenę (ang. *rating*) usługodawcy, wystawioną przez innych użytkowników portalu. Za dostawcę usługi turystycznej należy uważać wszelkie podmioty gospodarcze oraz różne osoby świadczące określone usługi powiązane z turystyką na całym świecie. Dla umożliwienia skorzystania z portalu jak największej liczbie zainteresowanych informacje na nim zamieszczane są w kilku językach. Ponadto portal ten ma charakter portalu społecznościowego i jest powiązany z Facebookiem, Twitterem, portalami Google+ i Pinterest, co umożliwia rozszerzenie grupy potencjalnych odbiorców.

Na portalu mogą być udostępniane nieodpłatnie dane dostawców usług turystycznych z całego świata. W związku z tym portal został z jednej strony przygotowany pod kątem oferentów usług turystycznych, a z drugiej strony dla klientów poszukających lokalnych ofert. Oferentami mogą być zarówno małe, lokalne firmy turystyczne, prywatne osoby, jak również organizacje *non profit*. Usługodawca, wpisując się na portal, może zamieścić swoją ofertę pod różnymi kategoriami turystycznymi. Kategorie te dotyczą turystyki natywnej i zawierają następujące aktywności turystyczne: 1. aktywny wypoczynek, 2. usługi przewodnicze i pilotażowe, 3. noclegi, 4. usługi edukacyjne i wolontariat, 5. *work & travel*, 6. gastronomia, 7. sporty ekstremalne, 8. usługi transportowe, w tym wynajem pojazdów, 9. wypożyczalnie sprzętu turystycznego.

Ponieważ coraz powszechniejsze staje się zamieszczanie w Internecie raportów z podróży, dlatego również na portalu ETNOS istnieje możliwość tworzenia przez podróżnych swoich relacji z podróży w formie bloga. Raporty z podróży mogą zostać umieszczone także na głównej stronie portalu jako ewentualne propozycje tras podróży dla osób niemających jeszcze skonkretyzowanych planów. Ponadto publikowane tam są przez lokalną ludność opisy atrakcji turystycznych i oferty usług dostępnych w mało znanych regionach turystycznych (tak zwane *bio- and geodiveristy in tourism*).

Portal ETNOS nie jest jedynym portalem turystycznym funkcjonującym w Internecie. Podobne, lecz znacznie ograniczone możliwości kontaktu pomiędzy usługodawcami a turystami są dostępne na innych portalach internetowych. Jako przykłady można wymienić portal www.airbnb.com, który umożliwia znalezienia noclegu bezpośrednio u miejscowych, prywatnych oferentów w określonych regionach turystycznych, czy portal www.lookals.com, za którego pośrednictwem można skontaktować się z lokalnymi oferentami usług turystycznych tylko na terenie Włoch. Inne portale o zbliżonym charakterze to m.in.: www.likealocalguide.com; www.spottedbylocals.com; www.tripbod.com.

Na portalach internetowych propagujących e-turystykę natywną powinny obowiązywać szeroko pojęte zasady *netiquette*. ETNOS jest portalem przeznaczonym dla osób otwartych na świat i obce kultury, w związku z tym niedopuszczalne są jakiegokolwiek sformułowania rasistowskie czy dyskryminujące społeczności w danym kraju lub regionie świata. Niedopuszczalne są także komentarze na kontrowersyjne tematy polityczne. Opinie wystawiane na portalu powinny być zgodne z prawdą i podane w sposób nienaruszający zasad etyki. ETNOS jest portalem dla wszystkich podmiotów turystycznych, które powinny być stawiane na równi, bez względu na wielkość, osiągnięcia finansowe i zasięg działalności. W swoich założeniach ma on na celu skupienie jak największej liczby zakresów internetowej działalności turystycznej po to, by w jak najlepszy sposób pomóc indywidualnemu turyście w przygotowaniu podróży (według jego własnych preferencji) do wybranego przez niego miejsca i realizacji jego indywidualnych potrzeb.

Podsumowanie

Na świecie poszukuje się różnych rozwiązań tworzenia systemów funkcjonujących w turystyce na zasadach zrównoważenia czynnika środowiskowego, społecznego i ekonomicznego. Idea zrównoważonej turystyki opartej na wykorzystaniu potencjału społeczności lokalnej i walorów środowiska regionu, bez szkody dla każdego czynnika, wiąże się ciągle z raczej niskim podejściem do podróżowania. W nurcie tych poszukiwań powstał portal ETNOS. W najbardziej ogólnym ujęciu opiera się on na założeniach e-turystyki natywnej, łączącej

e-turystykę z turystyką zrównoważoną, w skład której wchodzi m.in.: 1. turystyka natywna jako część turystyki etnicznej, 2. turystyka powolna i 3. pro-poor turystyka. Ten portal internetowy propaguje ideę zrównoważonego turystyki (*sustainable tourism*) jako sposób zarządzania środowiskiem zgodny z zasadami ekologii (*ekoturystyka*) i zrównoważonego rozwoju. Wspomaga ideę turystyki natywnej (*native tourism*) jako sposobu indywidualnego, kwalifikowanego i niezinstytucjonalizowanego poznawania stylu życia rdzennej ludności (*ethnic tourism*), w sposób powolny (*slow tourism*), uprawiania turystyki opartej na bezpośrednim kontakcie usługodawca – usługobiorca, mając ponadto na celu wyrównywanie szans lokalnych usługodawców z globalnymi korporacjami w ofercie turystycznej (*pro-poor tourism*).

Portal jest platformą porozumienia dla osób szukających na własną rękę kontaktów w planowaniu podróży i osób prywatnych lub lokalnych organizatorów turystyki, którzy oferują usługi i produkty turystyczne specyficzne dla danego miejsca. Przy jego pomocy chcemy doprowadzić do wsparcia lokalnych inicjatyw turystycznych oraz zaspokojenia potrzeb określonej grupy turystów zainteresowanych indywidualnym doświadczaniem walorów natury i kultury rodzimej obszarów recepcji turystycznej. Dodatkowo niskie koszty rozpropagowania swojej działalności na proponowanym portalu, w porównaniu z kosztami np. utrzymania firmy turystycznej i zdobywania klientów w tradycyjny sposób, stanowiąc będąc atut konkurencyjny dla istniejących biur w tej branży. Ciągły rozwój i coraz większa powszechność stosowania technologii informacyjnych stale rozszerzają możliwości wykorzystania ich w zakresie indywidualnej turystyki kwalifikowanej, a szczególnie e-turystyki natywnej. Autorzy artykułu liczą na zainteresowanie portalem ETNOS zarówno usługodawców, jak i turystów, tak by pomóc obu grupom w realizacji swoich planów i potrzeb.

Literatura

References

- Aue, S. (2008). *Lifestyle of Health and Sustainability (LOHAS). Eine neue form politischer Partizipation. Bachelor Thesis*. Universität Siegen. Grin – Verlag für akademische Texte.
- Beeton, S. (2006). *Community development through tourism*. Cilligwood: Landlinks Press.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: information technology for strategic tourism management*. Prentice Hall.
- Butler, R.W. (1999). Sustainable Tourism: a state of the art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.
- Cleverdon, R., Kalisch, A. (2000). Fair Trade In Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2, 171–187.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164–182.
- Czarnecki, A., Luc, M. (2001; 2015, 29 października). *Potential input of tourism into economic sustained development in the area of the Baltic Sea – case study of the lower Vistula, Żuławy, Vistula Basin and Elbląg Channel (Poland)*, Baltic 2001, a regional, IT-based environment conference for the Baltic, organized as part of BEIDS. Pozyskano z: <http://www.beids.de/baltic2001/opening.html>
- Dickinson, J., Lumsdom, L. 2010. *Slow travel and Tourism*. London: Eathscan.
- Ernst&Young (2015, 3 lipca). *LOHAS. Lifestyle Of Health And Sustainability*. Pozyskano z: https://www2.eycom.ch/publications/items/2008_lohas/2008_ey_LOHAS_e.pdf
- Gardner, N. (2015, 29 października), *A manifesto for slow travel*. Pozyskano z: <http://www.hiddeneurope.co.uk/a-manifesto-for-slow-travel>
- Gaworecki, W.W. (1982). *Ekonomika i organizacja turystyki*. Warszawa: PWN.
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850–867.
- Hunter, C., Green, H. (1995). *Tourism and the environment a sustainable relationships?* London: Routledge.

- Internetowy słownik języka polskiego PWN, hasło: Etnos. (2015, 29 października). Pozyskano z: <http://sjp.pwn.pl/sjp/etnos;2557154>
- Kowalczyk, M. (2013). Turystyka zrównoważona w małych miastach w świetle badań ankietowych. *Człowiek i Środowisko*, 37(1–2), 83–96.
- Lubowiecki-Vikuk, A.P., Paczyńska-Jędrycka, M. (2010). *Współczesne tendencje w rozwoju form rekreacyjnych i turystycznych*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Luc, M. (2015). Approaches in Sustainable 'Landscaping' – A Geographical Perspective. W: M. Luc, U. Somorowska, J.B. Szańda (red.), *Landscape Analysis and Planning – Geographical Perspective*. Springer Geography, 201–216.
- Łobożewicz, T., Bińczyk, G. (2001). *Podstawy turystyki*. Warszawa: Wyższa Szkoła Ekonomiczna.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. (1990). *Tourism principles, practices and philosophies*. New York: John Wiley.
- Mika, M. (2014). *Założenia i determinanty podtrzymalności lokalnego rozwoju turystyki*. Kraków: Wydawnictwo IGI GP UJ.
- Nelson, V., Barry, P. (2009). *The Last Ten Years: A Comprehensive Review of the Literature on the Impact of Fairtrade*. Greenwich: Natural Resources Institute.
- Ostrowski, S. (1968). *Ruch turystyczny w Polsce*. Warszawa: Sport i Turystyka.
- Pawlicz, A. (2012). *E-turystyka*. Warszawa: PWN.
- Ray, P., Anderson, R. (2000). *The Cultural Creatives. How 50 million people are changing the world*. New York: Three Rivers Press.
- Smith, V.L. (1996). Indigenous Tourism: The Four H's. W: R.W. Butler, T. Hinch (red.), *Tourism and Indigenous Peoples*. London: International Thomson Business Press, 283–307.
- Spenceley, A., Meyer, D. (2012). Tourism and poverty reduction, theory and practice in less economically develop countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 297–317.
- Stabler, M.J. (1997). *Tourism and sustainability: principles to practice*. Wallingford: CAB International.
- Wheller, B. (1993). Sustaining the ego. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(2), 121–129.
- Williams, P.W., Steward, J.K. (1997). Aboriginal tourism development: Assessing latent demand for France. *The Journal of Tourism Studies*, 8(1), 25–41.
- World Tourism Organization. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid: WTO.
- Zeppel, H. (1998). Land and Culture: Sustainable Tourism and Indigenous Peoples. W: C.M. Hall, A.A. Lew (red.), *Sustainable Tourism: A Geographic Perspective*. New York: Longman, 60–74.
- Torres-Delgado, A., Palomeque, F.L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal Level. *Annals of Tourism Research* 49, 122–137.

Małgorzata Luc, dr, adiunkt w Zakładzie Systemów Informacji Geograficznej, Kartografii i Teledetekcji Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Autorka lub współautorka przeszło 80 publikacji naukowych z zakresu zmian środowiska geograficznego, geoinformatyki, geoarcheologii, geoekologii oraz zarządzania krajobrazem. Jej zainteresowania badawcze skupiają się na metodach wdrażania koncepcji zrównoważonego rozwoju głównie w krajobrazie i turystyce, analizach środowiska geograficznego dla celów rozwoju energetyki pozyskiwanej ze źródeł odnawialnych oraz badaniach georóżnorodności.

Małgorzata Luc, PhD, adjunct in the Department of Geographical Information Systems, Cartography and Remote Sensing of the Institute of Geography and Spatial Management at the Jagiellonian University in Krakow. Author and co-author of over 80 scientific publications on changes in the geographical environment, geoinformatics, geoarcheologii, geoecology and landscape management. Her research interests focus on methods of implementing the concept of sustainable development mainly in the landscape and tourism, analyzes of the geographical environment for the use of renewable energy as well as geodiversity.

Adres/Address

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej
ul. Gronostajowa 7
30-387 Kraków, Poland
e-mail: mluc@gis.geo.uj.edu.pl

Magdalena Tejwan-Bopp, mgr geografii, podróżnik. Zawodowo od 20 lat prowadzi biuro turystyczne w Norymberdze (Niemcy), które organizuje wyjazdy turystyczne głównie do Polski. Interesuje się również turystyką aktywną i zastosowaniem nowoczesnych rozwiązań do aktywowania uboższych regionów świata. Jest współautorem przewodnika turystyki kajakowej *Polen – Kaschubische Schweiz* z cyklu „Wasserwandern in Europa”.

Magdalena Tejwan-Bopp, MA in geography, explorer. For the last 20 years professionally runs a travel-office in Nuremberg (Germany). Among others, she organizes tailor-made trips to Poland for her customers. She is a co-author of the Kayak-guide book *Polen–KaschubischeSchweiz*, part of the book-series “Wasserwandern in Europa”.

Clemens Bopp, mgr inż. elektronik, podróżnik. Obecnie pracuje w firmie Siemens w Norymberdze. Jego pasją jest komunikacja. Jako krótkofalowiec (identyfikacja: DL2GAN) ma kontakt z każdym zakątkiem świata, co wykorzystuje w swoich podróżach. Jest także współautorem przewodnika turystyki kajakowej *Polen – Kaschubische Schweiz* z cyklu „Wasserwandern in Europa”.

Clemens Bopp, electronic engineer, explorer. Nowadays he works for Siemens in Nuremberg. Besides travelling, communication is his passion. He has an active contact all over the world through the Amateur Radio ‘hamming’ (callsign: DL2GAN). He is also a co-author of the Kayak-guide book *Polen–KaschubischeSchweiz*, part of the book-series “Wasserwandern in Europa”.

Adres/Address

E-Tourism Native Open Services (ETNOS)
Ostendestrasse 38 EN
D-90402 Nürnberg, Germany
info@etnos-global.com

Jacek Bogusław Szmańda, prof. nadzwyczajny Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN w Krakowie, dr hab. nauk o Ziemi w zakresie geografii. Absolwent geografii na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu. Autor ponad 150 publikacji naukowych. Specjalista w badaniach sedymentologicznych osadów czwartorzędowych i geomorfologii fluwialnej. Jego zainteresowania naukowe wiążą się także z problematyką analizy i kształtowania krajobrazu, a ostatnio też ze zrównoważoną turystyką.

Jacek Bogusław Szmańda, Associate Professor of Pedagogical University of Cracow, ScD. PhD. of Earth sciences in the field of geography. The graduate in geography at the University of Nicolaus Copernicus University in Toruń. Author of over 150 scientific publications. Specialist of the sedimentology of Quaternary sediments and fluvial geomorphology. Furthermore, the author’s research interests are related to issues of geoarchaeology, analysis and management of landscape and recently sustainable tourism

Adres/Address

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
e-mail: jszmanda@up.krakow.pl

MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA

Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie, Polska ■ Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Poland

MARIOLA TRACZ

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego w Krakowie, Polska ■ Faculty in Kraków, Poland

RADOSŁAW ULISZAK

Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie, Polska ■ Andrzej Frycz Modrzewski Krakow University, Poland

Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie gospodarstw agroturystycznych województwa małopolskiego

Conditions for Development of Entrepreneurship in Rural Areas on the Example of Agritourism Farms in the Małopolska Voivodeship

Streszczenie: W ostatnich latach najprężniej rozwijającą się formą turystyki wiejskiej i równocześnie przejawem przedsiębiorczości rolników jest agroturystyka. Jej istota wiąże się ze świadczeniem usług przez funkcjonujące gospodarstwo rolne i jego otoczenie. To trend w rozwoju współczesnej turystyki, polegający na rosnącym zainteresowaniu turystyką przyjazną środowisku. Głównym celem tego rodzaju turystyki jest dbałość o zachowanie trwałego, zrównoważonego rozwoju zasobów i walorów turystycznych przez integrację działalności turystycznej z celami ochrony przyrody oraz życiem społeczno-gospodarczym. Celem artykułu jest ukazanie uwarunkowań rozwoju agroturystyki w województwie małopolskim oraz jej stanu i zachodzących zmian w tym zakresie. Podstawą charakterystyki badanego problemu była analiza literatury przedmiotu, danych o liczbie gospodarstw agroturystycznych na podstawie materiałów zawartych w rocznikach statystycznych GUS i innych źródłach publikowanych oraz zebranych przez autorów informacji z oficjalnych portali internetowych gmin i powiatów dotyczących turystyki, w tym agroturystyki. Autorzy oszacowali aktualną liczbę gospodarstw agroturystycznych w regionie i dokonali analizy profilu ich działalności. W celu uzupełnienia i weryfikacji zebranego materiału przeprowadzili badania ankietowe w 175 losowo wybranych gospodarstwach. Badania miały charakter indywidualnych wywiadów pogłębionych z właścicielami gospodarstw, dotyczących prowadzonej działalności i oferowanych usług. Istniejące w województwie małopolskim uwarunkowania demograficzne, przyrodnicze i historyczne powodują, że w strukturze agrarnej rolnictwa przeważają i przeważać będą drobnotowarowe i samozaopatrzeniowe gospodarstwa. W tych warunkach istotnym wyzwaniem dla działań przedsiębiorczych wśród rolników prowadzących agroturystykę jest przezwyciężenie, wynikającej z przeszłości historycznej, niechęci do wszelkich form zrzeszania się i wspólnych inicjatyw. Wspólne inicjatywy w zakresie kreowania nowych ofert turystycznych, powiązanych z istniejącymi zasobami i ich promocja mogą stanowić kluczową kwestię w zakresie przetrwania i rozwoju małych gospodarstw rolnych i powiązanych z nimi usług turystycznych.

Abstract: Agritourism seems to be the fastest growing form of rural tourism and at the same time a manifestation of entrepreneurship of farmers in recent years. It's essence relates to the provision of services by operating farm and its surroundings. Its essence relates to the provision of services by operating a farm and its surroundings. It's a trend in the development of modern tourism, relies on growing

interest in environmentally friendly tourism. The main purpose of this type of tourism is to care for the preservation of sustainable resource development and tourism values through the integration of tourism activities with the objectives of nature conservation and socio-economic life. The aim of the study is to show conditions for the development of agritourism in the Małopolska Voivodeship and its state and ongoing changes. The basis of the characteristics of a given problem was to analyze literature, data on the number of tourist farms based on the materials contained in the statistical yearbooks and other sources published and collected by the authors from official web portals of municipalities and counties on tourism, including agritourism. The authors estimated the number of farms in the region and analyzed their activities. In order to supplement and verify the collected material a survey was carried out in 175 randomly selected farms. In-depth interviews with landowners about your business and services have been conducted. Natural, historical and demographic conditions existing in the Małopolska province cause that the agrarian structure is and will be dominated by agriculture and small-scale farms. Under these conditions, a major challenge for entrepreneurial activities among farmers engaged in agritourism is to overcome resulting from the historical past the aversion to all forms of association and joint initiatives. Joint initiatives in this area by creating new tourism offers related to existing resources and to promote them may be a key issue in terms of survival and development of small farms and related tourist services.

Słowa kluczowe: agroturystyka; przedsiębiorczość; rolnictwo; turystyka, wieś

Key words: agriculture; agritourism; countryside; entrepreneurship; tourism

Otrzymano: 11 listopada 2015

Received: 11 November 2015

Zaakceptowano: 29 lutego 2016

Accepted: 29 February 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Bajgier-Kowalska, M., Tracz, M., Uliszak, R. (2016). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie gospodarstw agroturystycznych województwa małopolskiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 256–273.

Wstęp

W rozwoju współczesnej turystyki można zaobserwować rosnące zainteresowanie turystyką przyjazną środowisku, której głównym celem jest zachowanie trwałego, zrównoważonego rozwoju zasobów i walorów turystycznych przez integrację działalności turystycznej z celami ochrony przyrody oraz życiem społeczno-gospodarczym. Jedną z jej form jest turystyka na obszarach wiejskich, wykorzystująca walory tego środowiska. Cechuje ją bliskość natury, osobisty kontakt z mieszkańcami wsi, aktywny wypoczynek oraz pobyt na terenach o mniejszej gęstości zaludnienia. W Europie Zachodniej zaspokaja ona 10% popytu na usługi wypoczynkowe. Przeciętnie 3–5% gospodarstw rolnych świadczy takie usługi. Liderami w tym zakresie są: Włochy, Francja, Wielka Brytania, Austria i Niemcy. Turystyka wiejska prężnie rozwija się także w krajach skandynawskich (Kurdyś-Kujawska, 2010; Eurostat, 2014). Stanowi ona coraz częściej jedną z ważniejszych dziedzin gospodarki lokalnej i jest jedną z wielu dróg gospodarczego ożywienia obszarów wiejskich i ich wielofunkcyjnego zagospodarowania (Bieńkowski, 2001; Jędrusiak, 2010). Również w Polsce obserwuje się istotne działania będące przejawem aktywności i przedsiębiorczości samorządów lokalnych oraz mieszkańców, sprzyjające rozwojowi różnych form turystyki na obszarach wiejskich.

W ostatnich latach najprężniej rozwijającą się formą turystyki wiejskiej i równocześnie przejawem przedsiębiorczości rolników jest agroturystyka. Tradycyjnie pod tym pojęciem

rozumie się wypoczynek odbywający się w funkcjonującym gospodarstwie rolnym i jego otoczeniu (Butler, 1998; Drzewiecki, 2001; Roberts, Hall, 2001; Durydiwka, 2003; Sznajder, Przezgórska, 2006; Phillip, Hunter, Blackstock i in., 2010). Niektórzy badacze traktują agroturystykę znacznie szerzej, utożsamiając ją z turystyką wiejską (Gannon, 1994; Busby, Rendle, 2000). Inni zaś pod tym terminem rozumieją wszelką działalność, przedsięwzięcie lub biznes podejmowane w celu podniesienia atrakcyjności obszarów wiejskich i ich otoczenia, a tym samym przyczyniającą się do poprawy jakości życia na wsi (McGehee, Kim, 2004; Colton, Bissix, 2005; Fleischer, Tchetchik, 2005). Agroturystyka jest jedną z form pozarolniczej działalności rodzin rolniczych, które decydują się na organizowanie pobytu turystów we własnym gospodarstwie rolnym, a więc jej rozwój jest kreowaniem przedsiębiorczości na wsi. Rozwój turystyki na obszarach wiejskich jest wynikiem procesów odzwierciedlających interesy zarówno ludności miejskiej, w zaspokajaniu potrzeby taniego, spokojnego oraz zdrowego wypoczynku i rekreacji, jak i rolników. Dla nich stanowi ona dodatkowe źródło dochodów, sprzyja rozwojowi postaw przedsiębiorczych, podnoszeniu kwalifikacji i kompetencji zawodowych i osobowych oraz jakości infrastruktury mieszkalnej. Wzbogaca również budżet samorządowy, daje możliwości rozwoju innych działalności, podnosi standard i jakość życia mieszkańców, a także sprzyja zachowaniu tradycji i kultury wiejskiej.

Celem opracowania jest ukazanie uwarunkowań rozwoju agroturystyki jako jednej z form przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w województwie małopolskim oraz jej stanu i zachodzących zmian w tym zakresie. W szczególności chodzi o udzielenie odpowiedzi na pytanie: na ile uwarunkowania przyrodniczo-kulturowe oraz społeczno-gospodarcze wpływają na rozwój agroturystyki w analizowanym regionie. Ponadto próbowano ustalić czynniki determinujące i ograniczające dalszy rozwój agroturystyki w poszczególnych gminach oraz powiatach. Podstawą charakterystyki badanego problemu była analiza literatury przedmiotu, danych o liczbie gospodarstw agroturystycznych na podstawie materiałów zawartych w rocznikach statystycznych GUS i innych źródłach publikowanych (informatory Małopolskiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego, Instytutu Turystyki, Polskiej Organizacji Turystycznej, *Małopolska agroturystyka. Atlas gospodarstw agroturystycznych*) oraz zebranych przez autorów informacji z oficjalnych portali internetowych gmin i powiatów dotyczących turystyki, w tym agroturystyki. W wyniku analizy zebranych danych oszacowano liczbę gospodarstw agroturystycznych w województwie małopolskim w 2014 r. na 1259 obiektów. Autorzy dokonali analizy ich profili, a w celu uzupełnienia i weryfikacji zebranego materiału przeprowadzili badania ankietowe w 175 losowo wybranych gospodarstwach położonych w różnych częściach województwa. Miały one charakter indywidualnych wywiadów pogłębionych z właścicielami gospodarstw, dotyczących prowadzonej działalności i oferowanych usług.

Agroturystyka jako przykład przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

Pojęcie przedsiębiorczości jest różnie definiowane. Wielu autorów jest zdania, że przedsiębiorczość to zachowania ludzi idące w kierunku podejmowania nowych, ulepszających działań wobec otaczającej ich rzeczywistości. Istotną rolę w tych działaniach odgrywają określone cechy osobowości, takie jak np. pomysłowość, zaradność, inicjatywa. Z jednej strony przedsiębiorczość jest ideą, a z drugiej – pewnym kierunkiem myślenia, który pozwala jednostce dokonywać istotnych zmian w sposobach gospodarowania. Jednocześnie ma ona prawo, jako aktywny podmiot, do uczestniczenia w tworzeniu i przekształcaniu gospodarki (Drucker, 1992; Ziolo, 2007; Krzyżanowska, 2010). Przedsiębiorczość można także rozumieć jako zachowania

władz i miejscowej ludności, które zmierzają do poszukiwania nowych zastosowań posiadanych zasobów w celu aktywizacji gospodarczej regionu i zwiększenia jego konkurencyjności (Majewska, 2006). Jest to sposób działania na rynku, dający wyższą użyteczność produktów i usług oraz większą efektywność gospodarowania. Polega na skłonności do podejmowania nowych, niekiedy ryzykownych i niekonwencjonalnych przedsięwzięć oraz na wykazywaniu inicjatywy w ich poszukiwaniu i wdrażaniu w życie (Fabiańska, 1986; Kortan, 1997). Przedsiębiorczość stanowi jeden z podstawowych warunków rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego układów przestrzennych różnej skali (Zioło, 2007, 2011). Problematyka związków pomiędzy przedsiębiorczością a szeroko pojmowanym rozwojem regionalnym, w tym również instytucjonalnym i przestrzennym wymiarem gospodarowania oraz konkurencyjności, jest ważnym i często podejmowanym tematem badań, niejednokrotnie o charakterze interdyscyplinarnym (Krajewski, Śliwa, 2004; Zioło, 2006, 2007, 2011; Zdon-Korzeniowska, 2009, 2011; Kuciński, 2010; Bednarczyk, 2010; Dorocki i in., 2012).

W aktualnej strategii rozwoju obszarów wiejskich zakłada się, że wieś powinna rozwijać się wielokierunkowo, co przyczyni się do dywersyfikacji źródeł dochodów rolników. Jednym z przejawów przystosowania gospodarki rolnej do warunków rynkowych jest upowszechnianie i wdrażanie idei przedsiębiorczości wśród mieszkańców wsi. Uważa się, że może ona istotnie wpłynąć na zachowania rolników oraz stymulować powstawanie innych podmiotów gospodarczych, które przyczynią się do zwiększenia dochodów rolników i pozostałych mieszkańców wsi (Sikora, Jęczmyk, 2006; Sikora, 2008). Według Powszechnego Spisu Rolnego z 2010 r. najwięcej dochodów z działalności pozarolniczej uzyskują rolnicy w województwie małopolskim (13,29%) i podkarpackim (13,2%), co ma swoje uzasadnienie m.in. w strukturze agrarnej, uwarunkowaniach przyrodniczych oraz tradycji gospodarstw rodzinnych (*Systematyka...*, 2011).

Rozwój postaw przedsiębiorczych zdeterminowany jest przez oddziaływanie czynników wewnętrznych i zewnętrznych. W odniesieniu do obszarów wiejskich do czynników wewnętrznych zaliczyć należy cechy rolnika, jego gospodarstwa rolnego oraz pozostałych mieszkańców wsi. W przypadku rolnika dotyczą one jego cech społeczno-demograficznych (wiek, płeć, wykształcenie, doświadczenie zawodowe) oraz cech osobowościowych (zaradność, obrotność, podatność na innowacje, odporność na ryzyko). Zaś do wewnętrznych czynników warunkujących działalność gospodarstwa rolnego należą m.in.: powierzchnia (obszar) gospodarstwa, struktura produkcji, stan i jakość majątku produkcyjnego oraz potencjał ekonomiczny. Natomiast do czynników zewnętrznych wpływających na podejmowane inicjatywy przedsiębiorcze na wsi zalicza się przede wszystkim warunki ekonomiczne (tj. popyt, podaż, ceny na produkty rolne, warunki kredytowania produkcji), warunki agrarno-przyrodnicze oraz prawne, a także politykę rolną państwa. Zarówno czynniki wewnętrzne, jak i zewnętrzne determinują rozwój przedsiębiorczości, jej tempo, kierunek oraz formy produkcji w rolnictwie i pozarolniczej działalności (Sikora, 2008; Krzyżanowska, 2010; *Gospodarka...*, 2012; Semczuk i in., 2013).

Agroturystyka jest obecnie pojęciem szerokim, gdyż oprócz wypoczynku na wsi obejmuje ona swoim zasięgiem szereg innych usług towarzyszących. Jest klasyfikowana jako jedna z form turystyki wiejskiej, związanej bezpośrednio z gospodarstwem rolnym. Należy jednak zaznaczyć, że gospodarstwa agroturystyczne w Polsce funkcjonują w ramach gospodarstw rolnych lub też są indywidualną działalnością gospodarczą prowadzoną na własny rachunek, zgodnie z ustawą o swobodzie działalności gospodarczej oraz o podatku dochodowym i w różnych formach organizacyjno-prawnych.

Zgodnie z aktualnie obowiązującymi normami prawnymi za agroturystykę, która nie jest traktowana jako działalność gospodarcza i nie podlega opodatkowaniu, uważana jest

działalność polegająca na wynajmowaniu (z wyżywieniem lub bez) wypoczywającym osobom nie więcej niż pięciu pokoi gościnnych w budynkach mieszkalnych położonych na terenach wiejskich w gospodarstwie rolnym (Dz.U. 2004, 2010).

Strategia rozwoju obszarów wiejskich w województwie małopolskim

W dokumencie *Strategia rozwoju województwa małopolskiego na lata 2011–2020* (2011) i *Kierunki rozwoju turystyki dla województwa małopolskiego na lata 2008–2013* (2008) wskazano, że istotnym działaniem w rozwoju województwa będzie turystyka. Realizację tego działania zaprogramowano w następujących obszarach: dziedzictwo i przemysły czasu wolnego, rozwój miast i terenów wiejskich oraz bezpieczeństwo ekologiczne, zdrowotne i społeczne (*Strategia...*, 2011). Działalność turystyczna na obszarach wiejskich, w tym agroturystyka i ekoturystyka, postrzegana jest także jako wsparcie ekonomiczne gospodarstw rolnych i ludności wiejskiej (*Turystyka wiejska...*, 2012). Uważa się, że ekoturystyka, powiązana z pokrewnymi jej formami gospodarowania, takimi jak zrównoważone rolnictwo i przetwórstwo, rzemiosło i winiarstwo, oraz z innymi formami turystyki alternatywnej może być ważnym stymulatorem rozwoju obszarów wiejskich w województwie małopolskim. Jeśli będzie ona realizowana w synergii z innymi formami przedsiębiorczości na terenach wiejskich, może stać się swoistą cechą wyróżniającą ten obszar w kraju (*Gospodarka...*, 2012).

Na obszarach najbardziej atrakcyjnych przyrodniczo (Tatry i Podhale, Pieniny, Beskid Sądecki i Wyspy) postuluje się rozwój wsi turystycznych z bogatą ofertą tradycyjnej kultury i rozwiniętą agroturystyką (Uliszak, 2013). Agroturystyka i powiązane z nią inicjatywy powinny odgrywać istotną rolę w rozwoju aktywności zawodowej, wzmacnianiu i promocji przedsiębiorczości na terenach wiejskich, tworzeniu nowych miejsc pracy, pobudzaniu rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w produkcji rolniczej i pozarolniczej.

Uwzględniając współczesne tendencje w produkcji rolniczej, a także ekologii i ochronie środowiska, jako preferowany typ gospodarowania na terenie województwa małopolskiego wskazuje się raczej rozwój rolnictwa tradycyjnego. Rolnictwo tradycyjne rozumiane jest jako gospodarstwa rodzinne podlegające pokoleniowemu dziedziczeniu w zakresie nie tylko zasobów majątkowych (kapitału), lecz także technologii produkcji oraz różnorodnych aspektów kulturowych, związanych z pracą i życiem na wsi (*Gospodarka...*, 2012). Stosowanie tradycyjnych metod produkcji przez gospodarstwa rodzinne sprzyja zachowaniu specyficznych siedlisk przyrodniczych i różnorodności biologicznej w regionie. Również w raportach wskazuje się na potrzebę wsparcia tradycyjnego chowu zwierząt gospodarskich, w tym w gospodarstwach drobnотовarowych. Jednym ze sposobów może być wyeksponowanie znaczenia zwierząt (krowy, konie, owce) w kulturze rolnej regionu. Odnosi się to także do tradycyjnych form wypasu zwierząt w wyższych partiach gór. Ponadto zwiększenia wymagają działania zmierzające do wypromowania produktów wytwarzanych w drobnych gospodarstwach rolnych i zapewnienia lepszych warunków ich zbytu (*Gospodarka...*, 2012).

Uwarunkowania przyrodnicze i kulturowe rozwoju agroturystyki w województwie małopolskim

Opracowane waloryzacje warunków przyrodniczych dla potrzeb rozwoju turystyki wskazują, że najatrakcyjniejsze regiony dla rozwoju agroturystyki to: wybrzeże Morza Bałtyckiego,

pojezierza, Karpaty i Sudety (Durydiwka, 2012; *Turystyka wiejska...*, 2012; Bednarek-Szcze-
pańska, Bański, 2014). W przyjętej klasyfikacji obszary województwa małopolskiego zajmują
bardzo wysoką pozycję. Warunki przyrodnicze województwa sprzyjają rozwojowi turystyki,
gdyż 52,1% jego powierzchni podlega ochronie prawnej (6 parków narodowych, 11 parków
krajobrazowych, 85 rezerwatów przyrody, 10 obszarów chronionego krajobrazu, 2209 po-
mników przyrody), a dużym bogactwem są zasoby wód mineralnych i termalnych (*Rocznik
Statystyczny...* 2014). Ponadto o wyjątkowych walorach przyrodniczych świadczy największe
w Polsce zróżnicowanie krajobrazu, głównie górskiego – Tatry, Pieniny, Beskidy – oraz wy-
żynnego – Wyżyna Krakowsko-Częstochowska i Wyżyna Miechowska.

Województwo małopolskie posiada także bardzo bogate dziedzictwo kulturowe, które sta-
nowi podstawę jego unikalności i atrakcyjności turystycznej. Na *Liście światowego dziedzictwa
UNESCO* znajduje się 14 zespołów i obiektów zabytkowych z tego regionu, w tym 8 na obsza-
rach wiejskich. Równocześnie region oferuje bogate środowisko kulturowe: tradycje, obrzędy,
stroje, bogatą i różnorodną kuchnię oraz formy gospodarowania (np. pasterstwo, pszczelar-
stwo, rękodzielnictwo). Liczne są imprezy kulturalne (festiwale, targi wyrobów lokalnych),
sztuka ludowa, tradycyjna architektura i budownictwo oraz muzyka.

Cechy gospodarki rolnej województwa małopolskiego sprzyjające rozwojowi agroturystyki

Tereny wiejskie stanowią 89,09% powierzchni województwa małopolskiego. W 2014 r.
liczba ludności województwa wynosiła 3,4 mln, z czego 61% mieszkało na wsi (*Rocznik Sta-
tystyczny...*, 2014). Według danych Powszechnego Spisu Rolnego w 2010 r. na terenie woje-
wództwa funkcjonowało 283,3 tys. gospodarstw rolnych, głównie indywidualnych (99,9%).
Dominują drobne gospodarstwa rolne, o powierzchni użytków rolnych poniżej 1 ha – 42,8%.
Większość z tych gospodarstw nie posiada już zabudowań gospodarczych, a ziemia dzierża-
wiona jest sąsiadom bądź pozostawiona odłogi. Wśród ogółu gospodarstw w wojewódz-
twie 78,1% prowadziło produkcję rolniczą. Wśród nich 56,7% gospodarstw prowadziło zarów-
no produkcję roślinną, jak i zwierzęcą, 42,0% – tylko produkcję roślinną, a 1,3% – wyłącznie
produkcję zwierzęcą (*Powszechny Spis...*, 2011; *Gospodarka...*, 2012). Rolnicy z niektórych re-
gionów województwa małopolskiego specjalizują się także w produkcji warzyw i owoców na
rynek lokalny i krajowy.

W strukturze użytkowania ziemi w województwie małopolskim dominują użytki rolne –
blisko 62% powierzchni, lasy stanowią 28,7%, a pozostałe grunty – 9,3%. Obserwuje się wzrost
udziału gruntów leśnych oraz pozostałych gruntów kosztem użytków rolnych (*Powszechny
Spis...*, 2011). Z danych z Powszechnego Spisu Rolnego z 2010 r. wynika, że w porównaniu
z 2002 r. zmniejszyła się ogólna powierzchnia zasiewów o 20,0% (76,6 tys. ha). Odnotowa-
no także zmniejszenie się powierzchni upraw zbóż ogółem (o 19,1%), ziemniaków (o 43,4%)
i roślin pastewnych (o 23,4%). Natomiast zwiększyła się powierzchnia upraw roślin przemy-
słowych (o 71,3%) i strączkowych jadalnych (o 14,8%). Również pogłowie bydła było niższe
o 30% w porównaniu z 2002 r. Spadki pogłowia bydła odnotowano przede wszystkim w go-
spodarstwach najmniejszych, w których rolnicy całkowicie zrezygnowali z utrzymywania
zwierząt. Pogłowie owiec w 2010 r. liczyło 69,9 tys. sztuk (spadek o ok. 16,5%), co stanowiło
ponad 1/4 populacji owiec w Polsce. W przypadku pozostałych grup zwierząt, tj. trzody oraz
koni, spadki pogłowia sięgają ponad 30% (*Powszechny Spis...*, 2011).

Z danych GUS wynika, że od 2009 r. systematycznie wzrasta produkcja towarowa małopolskich gospodarstw rolnych. Świadczy to m.in. o zwiększeniu zakresu kontaktów rynkowych gospodarstw rolnych oraz o koncentracji produkcji towarowej. Wyniki te generują przede wszystkim gospodarstwa większe obszarowo. Większość drobnych gospodarstw rolnych (do 1 ha) w minimalnym stopniu uczestniczy w wymianie rynkowej. Wynika to z małej skali produkcji, a także ze zmienności cen skupu produktów rolnych (*Gospodarka...*, 2012).

W województwie małopolskim uwidacznia się problem nadmiaru zatrudnionych w rolnictwie. W 2010 r. w gospodarstwach rolnych pracowało łącznie 270 tys. osób, z czego 222,3 tys. wyłącznie we własnym gospodarstwie. Wskaźnik zatrudnionych w rolnictwie na 100 ha UR dla województwa małopolskiego jest ponad dwukrotnie wyższy niż średnio w Polsce (*Powszechny Spis...*, 2011; *Gospodarka...*, 2012). Skłania to od dawna rolników do poszukiwania zatrudnienia poza rolnictwem lub dodatkowych źródeł zarobkowania (np. agroturystyka, ekoturystyka, usługi transportowe czy budowlane) oraz świadczenia usług kulturowych (np. gospodarstwa edukacyjne, wytwarzanie produktów lokalnych i tradycyjnych). Szczególnie w gminach atrakcyjnych przyrodniczo ludność często podejmuje działalność związaną z usługami turystycznymi (Przygodzka, 1997; Bański, Stola, 2001; Durydiwka, 2003, 2013; *Kierunki...*, 2008; Wojciechowska, 2009).

Podsumowując, można stwierdzić, że warunki przyrodnicze i wadliwa struktura agrarna stawiają rolników województwa małopolskiego na gorszej pozycji w prowadzeniu działalności rolniczej w porównaniu z innymi województwami. Przekłada się to na ich większe nakłady przy niższych dochodach z tego tytułu. Z drugiej strony takie uwarunkowania społeczno-gospodarcze wymuszają podejmowanie nowych wyzwań i kreowanie zachowań przedsiębiorczych wśród ludności. Jednocześnie, z powodu rozdrobnienia gospodarstw, oferowana turystyka jest skazana na korzystanie w dużym stopniu z terenów prywatnych lub publicznych nienależących do gospodarstwa przyjmującego turystów. Może to sprzyjać tworzeniu się sąsiedzkiej lub gminnej współpracy w rozwoju usług turystycznych, a z drugiej strony wywoływać konflikty pomiędzy zainteresowanymi rozwojem turystyki a tymi, którym to przeszkadza.

Innym czynnikiem ograniczającym funkcjonowanie i przyszłość turystyki na obszarach wiejskich jest konflikt interesów w obrębie społeczności lokalnych. Osoby zainteresowane prowadzeniem usług turystycznych często są zwolennikami poszerzania terenów prawnie chronionych (np. parków narodowych, krajobrazowych) jako bazy do dalszego rozwoju ruchu turystycznego. W tym samym czasie inne grupy stawiają na odmienne sposoby wykorzystania tych terenów (np. pozyskiwanie drewna, tereny pod budownictwo).

Regionalne zróżnicowanie poziomu rozwoju usług agroturystycznych w województwie małopolskim

Rozwój działalności agroturystycznej jest efektem nie tylko uwarunkowań o charakterze przyrodniczym, kulturowym, społecznym i ekonomicznym, lecz także przejawem aktywności i postaw przedsiębiorczych rolników. Dzięki korzystnym warunkom przyrodniczo-kulturowym, dużej liczbie atrakcji oraz tradycji obsługi ruchu turystycznego województwo małopolskie jest znaczącym podmiotem na krajowym rynku agroturystycznym (Bański, 2010; Dorocki i in., 2012, 2013; Bednarek-Szczepeńska, Bański, 2014).

W latach 1998–2014 liczba gospodarstw agroturystycznych w omawianym województwie stale wzrastała (tab. 1). Najwięcej tego typu podmiotów powstało w latach 1999–2010.

Tab. 1. Liczba gospodarstw agroturystycznych w Polsce i województwie małopolskim w latach 1998–2014

Rok	1998	1999	2000	2001	2002	2005	2006	2007	2009	2010	2011	2014
POLSKA obiekty ogółem	3 959	4 693	5 789		7 350	6 550	7 214	8 790	10 200	7 692	7 852	3 756
w tym wg kryterium EOT (> 10 miejsc noclegowych)										800	582	804
liczba miejsc noclegowych ogółem	32 550	40 123	52 000			62 000	70 300	87 144	9900	82 750	82 694	12 810
MAŁOPOLSKA obiekty ogółem	127	184	144	159	143		1 220	1 590	823	1 291	1 344	1 259
w tym wg kryterium EOT (> 10 miejsc noclegowych)										20	67	100
liczba miejsc noclegowych ogółem	924	1570	1202	1657	1540		13 975	17 927	9952	15 587	16 127	1557

Źródło: opracowanie własne na podstawie: lata 1998–2002 i 2010–2014 – dane z GUS oraz portali turystycznych gmin i powiatów (2014); lata 2005–2009 – dane z Instytutu Turystyki; Jagustewicz, Łopaciński (2010)

Aktualnie liczba gospodarstw agroturystycznych nieznacznie się zmniejszyła (tab. 1). Należy zaznaczyć, że dane o liczbie gospodarstw agroturystycznych publikowane w rocznikach statystycznych i innych materiałach (np. Ośrodków Doradztwa Rolniczego, stowarzyszeń agroturystycznych) są szacunkowe. Ze względu na przyjęte kryteria formalno-prawne, dotyczące prowadzonej przez rolników działalności agroturystycznej, liczba podmiotów funkcjonujących jest na ogół wyższa od tych podawanych w oficjalnych statystykach (Krzyżanowska, 2010). Różnice między liczbą gospodarstw agroturystycznych podawaną od 2010 r. przez GUS a liczbą faktycznie istniejących gospodarstw wynikają ze zmiany stosowanego kryterium ewidencji działalności agroturystycznej. Obecnie GUS rejestruje tylko gospodarstwa, które posiadają 10 i więcej miejsc noclegowych. Zebrane przez autorów dane z oficjalnych portali turystycznych gmin i powiatów województwa wskazują na znacznie większą liczbę funkcjonujących gospodarstw w tym regionie (tab. 1). W wyniku dokonanej analizy danych oszacowano liczbę gospodarstw agroturystycznych na 1259 obiektów. Poddano je szczegółowej analizie przestrzennej i ocenie w zakresie oferowanego produktu.

Obszar województwa małopolskiego jest bardzo zróżnicowany pod względem oferty agroturystycznej (ryc. 1, tab. 2). Regionami o silnej pozycji są powiaty położone w południowej części województwa – nowotarski, nowosądecki, tatrzański i limanowski. Są to obszary o wybitnych walorach przyrodniczo-krajobrazowych, niezniszczonych w wyniku industrializacji oraz o zachowanej autentycznej kulturze wiejskiej, co czyni je niezwykle atrakcyjnymi dla turystów. Również tradycja obsługi ruchu turystycznego jest na tych terenach dość długa, sięgająca XIX w. Istotnym czynnikiem rozwoju agroturystyki w tym rejonie są niekorzystne dla produkcji rolniczej warunki przyrodnicze oraz duże rozdrobnienie gospodarstw rolnych.

Tab. 2. Gminy o największej liczbie gospodarstw agroturystycznych w 2007 i 2014 r.

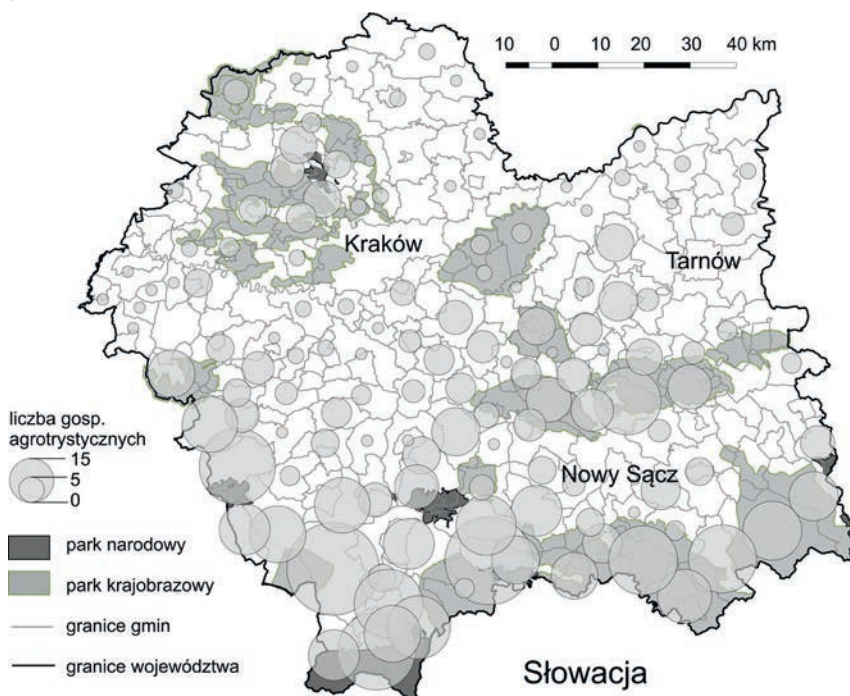
Wyszczególnienie	2007	Wyszczególnienie	2014
Powiat tatrzański:		Powiat tatrzański:	
Bukowina Tatrzańska	160	Zakopane	47
Biały Dunajec	88	Biały Dunajec	37
Kościelisko	57	Bukowina Tatrzańska	31
Poronin	60	Poronin	25
		Kościelisko	20
Powiat nowotarski:		Powiat nowotarski:	
Czorsztyn	165	Czarny Dunajec	66
Krościenko nad Dunajcem	54	Czorsztyn	60
Raba Wyżna	49	Ochotnica Dolna	28
Czarny Dunajec	27	Raba Wyżna	24
Powiat nowosądecki:		Powiat nowosądecki:	
Muszyna	32	Piwniczna-Zdrój	37
Grodek nad Dunajcem	27	Krynica-Zdrój	36
Łososina	11	Gródek nad Dunajcem	35
Rytro	10	Muszyna	23
Powiat limanowski:		Powiat limanowski:	
Niedzwiedź	24	Dobra	18
Dobra	18	Niedzwiedź	15
Laskowa	16	Laskowa	16
		Mszana Dolna	11

Powiat krakowski		Powiat krakowski:	
Jerzmanowice-Przeginia	23	Sułoszowa	11
Sułoszowa	18	Wielka Wieś	11
Wielka Wieś	12	Jerzmanowice-Przeginia	9
Powiat gorlicki		Powiat gorlicki:	
Uście Gorlickie	47	Uście Gorlickie	27
Ropa	15	Sękowa	19

Źródło: opracowanie na podstawie: *Turystyka polska w 2008 roku, układ regionalny* (2009) oraz danych z portali internetowych gmin i powiatów województwa małopolskiego

Zaś powiaty: olkuski, chrzanowski, oświęcimski, o atrakcyjnych walorach środowiskowych, cechuje nieproporcjonalnie mniejsza liczba gospodarstw agroturystycznych. Jest to wynik uprzemysłowienia i wysokiego poziomu zurbanizowania tych obszarów. Odnotowano natomiast wzrost zainteresowania tą działalnością w jednej z gmin tego regionu – Zatorze (powiat oświęcimski). Jest to efekt konsekwentnej promocji tradycji hodowli karpia na tym terenie (tzw. Dolina Karpia). Równie nieliczne gospodarstwa agroturystyczne znajdują się w typowo rolniczych powiatach – miechowskim i proszowickim, w których nie ma tradycji turystycznych. Mają one również bardzo niskie wskaźniki udziału osób lepiej wykształconych, co wpływa m.in. na niewielką liczbę pozarolniczych podmiotów gospodarczych (Tracz, 2013; Uliśzak, 2013).

Ryc. 1. Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych w województwie małopolskim według gmin w 2014 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z portali turystycznych gmin i powiatów

Największa liczba gospodarstw zlokalizowana jest na atrakcyjnych pod względem turystycznym obszarach górskich i pogórskich: na Podhalu (w gminach Czarny Dunajec, Zakopane, Biały Dunajec), w Pieninach (w gminach Czorsztyn, Szczawnica i Krościenko nad Dunajcem), Beskidzie Sądeckim (w gminach Piwniczna-Zdrój, Krynica-Zdrój, Gródek nad Dunajcem), Gorcach i Beskidzie Wyspowym (w gminach Niedźwiedź, Laskowa i Dobra), Beskidzie Makowskim (w gminach Wiśniowa, Tokarnia, Raciechowice) oraz na Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej (w gminie Wielka Wieś, Sułoszowa, Skała, Klucze).

Generalnie należy stwierdzić, że w czterech powiatach położonych w południowej części województwa małopolskiego znajduje się aż 60,3% wszystkich gospodarstw agroturystycznych działających w regionie (ryc. 1, tab. 2). W porównaniu z 2007 r. w 2014 r. odnotowano spadek liczby gospodarstw agroturystycznych na Podhalu – w powiecie tatrzańskim (tab. 2). Intensywny rozwój pensjonatów i małych hoteli spowodował, że agroturystyka stała się mało konkurencyjna dla coraz bardziej wymagającego turysty. Dlatego część osób zdecydowała się przejść na działalność związaną z turystyką wiejską (np. wynajem kwater). Wiele gospodarstw rolnych świadczących usługi agroturystyczne zaprzestało ostatecznie typowej działalności rolniczej. Nie mogą zatem one oferować zainteresowanym produktów z gospodarstwa, takich jak np. produkty żywnościowe, udział w pracach gospodarskich. Wiele z tych ofert jest więc tylko z nazwy gospodarstwami agroturystycznymi. Dodatkowo rozwój infrastruktury masowej turystyki na Podhalu (np. Bukowina Tatrzańska, Kościelisko) spowodował spadek zainteresowania kwaterami agroturystycznymi osób poszukujących „ciszy i spokoju”.

Odnotowano także znaczną liczbę gospodarstw agroturystycznych w bliskim sąsiedztwie Krakowa (powiat krakowski i wielicki). Są to gospodarstwa nastawione na turystykę weekendową, a ponadto wykorzystując bliskość Krakowa, oferują stosunkowo tanie noclegi dla zainteresowanych miastem turystów.

Odnosząc te wyniki do zdiagnozowanych i potwierdzonych w literaturze czynników lokalizacji gospodarstw agroturystycznych w Polsce (Drzewiecki, 2009; Sikora, 2012), stwierdzono, że w województwie małopolskim zostały one potwierdzone co do atrakcyjności przyrodniczo-krajobrazowej i kulturowej, tradycji obsługi ruchu turystycznego, niskiego zurbanizowania. Małe zurbanizowanie i uprzemysłowienie oraz rolnictwo tradycyjne nie są wystarczającymi atutami dla rozwoju agroturystyki w północnej części województwa małopolskiego. Wyraźnie dostrzega się zależność regionalną między popytem a podażą usług agroturystycznych. Turysty, mając do wyboru bardzo zróżnicowaną ofertę usług agroturystycznych w południowej części województwa, znacznie częściej będą ją wybierać niż oferty w innych powiatach.

Niewątpliwie w ostatnich latach czynnikami wpływającymi na rozwój agroturystyki są coraz częściej uwarunkowania społeczno-gospodarcze. Perspektywa zmniejszającej się dochodowości z produkcji rolnej i wysoki poziom bezrobocia na obszarach wiejskich wymusza na ludności działania przedsiębiorcze i poszukiwanie źródeł zarobkowania. Istnieje pozytywna korelacja między poziomem zarejestrowanego bezrobocia a liczbą funkcjonujących gospodarstw agroturystycznych. Przykładowo, w powiecie limanowskim poziom bezrobocia jest jednym z najwyższych w regionie (18,6% w 2013 r.), a równocześnie powiat ten zajmuje on czwartą pozycję w województwie pod względem liczby funkcjonujących gospodarstw agroturystycznych (Bajgier-Kowska, 2014). Również poziom wykształcenia ludności wiejskiej wpływa na podejmowanie działań przedsiębiorczych i samozatrudnienia. Stwierdzono, że w północno-wschodniej części województwa, gdzie jest stosunkowo niższy poziom wykształcenia ludności, występuje także najmniej gospodarstw agroturystycznych (ryc. 1).

Na obszarach o dużym nasyceniu ofert agroturystycznych coraz bardziej uwidacznia się zjawisko konkurencyjności. Podmioty zabiegają nie tylko o liczbę turystów, co przekłada się bezpośrednio na dochodowość przedsięwzięcia, a także na zindywidualizowane wymagania klientów. Obserwowane zjawisko potwierdziły przeprowadzone przez autorów badania pilotażowe. Z analiz ofert zamieszczonych na stronach internetowych gospodarstw agroturystycznych oraz badań kwestionariuszowych wynika, że 98,5% gospodarstw w regionie przyjmuje gości przez cały rok. Oferta turystyczna kierowana jest do szerokiej grupy turystów. Gospodarstwa te przygotowane są na przyjmowanie rodzin z dziećmi (100%), osób starszych (15%), osób niepełnosprawnych (2%) i grup zorganizowanych (60%). Część gospodarstw specjalizuje się w ofertach tematycznych (45%). Większość badanych gospodarstw agroturystycznych w stałym programie oferuje możliwość uprawiania różnych form rekreacji i turystyki kwalifikowanej (turystyka piesza, rowerowa, konna, narciarska, wędkarstwo, kajakarstwo i inne). W badanych gospodarstwach standard usług jest wysoki. Turyści mają do dyspozycji pokoje gościnne z łazienką (91%), możliwość korzystania z aneksu kuchennego (100%) lub możliwość całodziennego wyżywienia (43%), a 51% gospodarstw oferuje zakup produktów pochodzących z własnego gospodarstwa. Coraz więcej gospodarstw inwestuje w rozwój nowych technologii. Wyposażenie pokoi w TV jest już standardem, a dostępność do Internetu stale się zwiększa. W badanej grupie gospodarstw wynosiła ona 90%. Dodatkowe udogodnienia dla wypoczywających stanowią: place zabaw dla dzieci (52%), zajęcia edukacyjne dla dzieci (6%), miejsca do gier i zabaw ruchowych (57%), udział w pracach gospodarskich (3%), pokaz i nauka wypieku chleba, przygotowywanie przetworów owocowych, warzywnych i serowarskich (6%) oraz uczestnictwo w pokazach i warsztatach rękodzielnictwa (garncarstwo, kowalstwo, koronkarstwo, strzyżenie owiec) – 12,5%. Ponadto większość gospodarstw oferuje grzybobranie, połów ryb, zwiedzanie okolicy z przewodnikiem, możliwość wypożyczenia sprzętu sportowego i rekreacyjnego oraz uczestnictwo w sezonowych imprezach kulturalno-sportowych (kuligi, zawody narciarskie, festyny folklorystyczne, festiwale tematyczne).

W odpowiedzi na panującą modę spędzania wolnego czasu w kontakcie z naturą i spożywania produktów ekologicznych część gospodarstw agroturystycznych przekształca się w gospodarstwa ekoagroturystyczne. Gospodarstwa te w 2014 r. stanowiły 1,6% ogółu gospodarstw agroturystycznych w województwie. W 2007 r. było zarejestrowanych 29 takich podmiotów, a w 2014 r. już tylko 20, najwięcej w powiecie limanowskim (<http://www.eko.radom.com.pl/bga/index.php>).

Innowacyjne produkty usług agroturystycznych województwa małopolskiego

Województwo małopolskie, jako pierwszy region w Polsce, posiada aż trzy certyfikowane produkty turystyki wiejskiej. Każdy z nich oferuje atrakcyjne formy pobytu, dostosowane do określonych grup odbiorców i ich oczekiwań. Są to tzw. innowacje popytowe, czyli odpowiadające na potrzeby otoczenia, ale też produktowe, ponieważ oferują nowe rodzaje usług. Należą do nich: „Małopolska Wieś Pachnąca Ziołami”, „Małopolska Wieś dla Dzieci” oraz „Małopolska Wieś dla Seniorów”. Wszystkie te produkty są przejawem aktywności i działań przedsiębiorczych Sądeckiej Organizacji Turystycznej przy wsparciu samorządu województwa małopolskiego. Oferowane są także inne produkty z profilowaną ofertą usług turystycznych (tab. 3).

Tab. 3. Wybrane oferty agroturystyki w województwie małopolskim

Nazwa oferty	Cechy oferty	Miejsce występowania
I. Certyfikowane produkty turystyki wiejskiej		
1. „Małopolska Wieś Pachnąca Ziołami”	specjalizacja w zakresie uprawy i szerokiego wykorzystania ziół w kuchni regionalnej i medycynie niekonwencjonalnej	22 gospodarstwa w południowej i wschodniej części województwa
2. „Małopolska Wieś dla Dzieci”	specjalizacja w zakresie aktywnego, urozmaiconego i bezpiecznego spędzania czasu wolnego dzieci i rodziców połączona z edukacją przez zabawę	16 gospodarstw w różnych częściach regionu
3. „Małopolska Wieś dla Seniorów”	specjalizacja w zakresie aktywnej rekreacji, kierowana do seniorów (np. jazda konna, narty, piesze wędrówki, rowery), połączona z kuchnią regionalną	15 gospodarstw w południowej części województwa
II. Tematyczne produkty turystyki wiejskiej		
1. „Małopolska Wieś w Siodle”	specjalizacja w rekreacji konnej oraz lokalnej tradycji i produktach regionalnych	15 gospodarstw w różnych częściach województwa
2. „Zagrody Edukacyjne”	specjalizacja w tematycznych zajęciach związanych z hodowlą zwierząt, uprawą roślin oraz poznaniem dawnych zawodów (np. rolnik, młynarz, kowal, garncarz)	19 gospodarstw w różnej części województwa
3. „Małopolska Miodowa Kraina”	specjalizacja w zakresie pasiek ekologicznych i rozwoju tradycji pszczelarskich oraz wykorzystania miodu w kuchni i medycynie ludowej	20 gospodarstw w południowej części województwa
4. „Małopolski Szlak Winny”	specjalizacja w uprawie winnej latorośli i tradycyjnej produkcji wina	20 gospodarstw w różnych częściach województwa
III. Tradycyjna agroturystyka	pobyt w gospodarstwie z udziałem w pracach gospodarskich lub polowych	niewielka liczba gospodarstw rozproszonych po całym województwie

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://malopolskie.pl/Turystyka/>

Województwo to zajmuje również pierwsze miejsce w Polsce pod względem liczby skategoryzowanych gospodarstw agroturystycznych. Aktualnie 277 gospodarstw, tj. 22% ogółu gospodarstw w regionie, jest rekomendowanych przez Polską Federację Turystyki Wiejskiej „GG”. Kategoryzacja obejmuje dwie grupy: „Wypoczynek u rolnika” i „Wypoczynek na wsi”. Należy nadmienić, że proces kategoryzacji gospodarstw agroturystycznych jest dobrowolny.

W wyniku planowanych działań podejmowanych przez samorząd województwa liczba skategoryzowanych obiektów agroturystycznych stale wzrasta.

Zakończenie

Województwo małopolskie należy do tych regionów, które dzięki posiadanym walorom środowiska naturalnego i dziedzictwa kulturowego są najbardziej predysponowane do rozwoju specjalistycznej oferty agroturystycznej, odwołującej się do autentycznej kultury wiejskiej i „powrotu do natury”. Odpowiada to aktualnym trendom w turystyce międzynarodowej. Aby proces ten mógł przebiegać właściwie, należy dążyć nie tylko do podnoszenia jakości oferowanych usług i udoskonalania produktu turystycznego, lecz także do zachowania jakości środowiska przyrodniczego, będącego głównym atutem regionu. Problem ten poruszany jest również przez turystów, co wykazały badania ankietowe prowadzone m.in. przez K. Krauze (2011) i A. Niedziółkę (2010a, 2010b).

W wielu gminach południowej części województwa obserwuje się proces przechodzenia z agroturystyki na działalność gospodarczą związaną z usługami turystycznymi. Potwierdzeniem tego jest zauważalny spadek liczby gospodarstw agroturystycznych, przy równoległym zwiększeniu liczby innych ofert turystycznych (pensjonaty, hotele, kwatery prywatne, ośrodki wypoczynkowe). Na tych terenach turystyka staje się dominującym źródłem utrzymania dużej grupy ludności wiejskiej. Gospodarstwa agroturystyczne przez ostatnie lata coraz częściej były takimi tylko z nazwy. Coraz mniejszy udział produkcji rolnej, a co za tym idzie zmniejszająca się oferta produktów spożywczych wytwarzanych w gospodarstwie, powoduje spadek zainteresowania tą ofertą potencjalnych turystów. Gospodarstwa agroturystyczne, oferując produkty pochodzące z zewnątrz, tracą swój główny atut, a jakością bazy noclegowej nie mogą dorównać pensjonatom i hotelom.

Równoległe intensywny rozwój turystyki, o wybitnych cechach komercyjnych, jak ma to miejsce w części gmin powiatu tatrzańskiego, powoduje, że zmniejsza się zainteresowanie turystów nastawionych na „ciszę i spokój” ofertą gospodarstw agroturystycznych położonych w tym obszarze. Większym zainteresowaniem potencjalnych turystów cieszą się oferty agroturystyczne z sąsiednich powiatów – nowotarskiego, sądeckiego i limanowskiego, co przekłada się na liczbę funkcjonujących tam gospodarstw agroturystycznych (ryc. 1, tab. 2).

Województwo małopolskie jest przykładem, gdzie wspólne działania przedsiębiorcze samorządów lokalnych, urzędu marszałkowskiego, przedsiębiorców i lokalnych organizacji pozarządowych (stowarzyszeń, kół gospodyń wiejskich) umożliwiają kreowanie innowacyjnej, atrakcyjnej oferty agroturystycznej. Jednym z przykładów wsparcia jest realizacja programu „Małopolska Agroturystyka – rozwój i promocja oferty turystyki wiejskiej”. Dotychczasowe działania skupiają się na szkoleniach adresowanych do osób zainteresowanych prowadzeniem gospodarstwa agroturystycznego, wsparciu finansowym przeznaczonym na modernizację bazy lokalowej, wzbogacaniu oferty oraz akcjach promocyjnych. Aktualnie istnieje potrzeba, aby działania gmin oraz stowarzyszeń agroturystycznych w większym stopniu zmierzały w stronę promowania zachowania rolniczego charakteru wsi, z którym związana jest agroturystyka i ekoturystyka. Postępujący zanik działalności rolniczej może spowodować osłabienie autentycznej kultury ludowej, ograniczenie produkcji „zdrowej” żywności oraz zmiany w krajobrazie rolniczym.

Istniejące w województwie małopolskim uwarunkowania demograficzne, przyrodnicze i historyczne powodują, że w strukturze agrarnej rolnictwa przeważają i przeważać będą drobnotowarowe gospodarstwa. W tych warunkach istotnym wyzwaniem dla działań przedsiębiorczych wśród rolników prowadzących agroturystykę jest przezwycięzenie niechęci do wszelkich form zrzeszania się i wspólnych inicjatyw, wynikających z przeszłości historycznej. Wspólne inicjatywy w zakresie kreowania nowych ofert turystycznych, powiązanych z istniejącymi zasobami i ich promocja mogą stanowić kluczową kwestię w zakresie przetrwania i rozwoju małych gospodarstw rolnych i powiązanych z nimi usług turystycznych.

Literatura

References

- Bajgier-Kowalska, M. (2014). Agroturystyka jako czynnik rozwoju gospodarczego obszarów wiejskich powiatu limanowskiego. W: Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), *Problematyka 30. Jubileuszowej Międzynarodowej Konferencji Naukowej nt. „Problematyka badawcza przemian strukturalnych przemysłu i usług w układach przestrzennych”*. Kraków–Warszawa: ZPiGP UW, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej, 12–13.
- Bański, J. (red.). (2010). *Atlas rolnictwa Polski*. Warszawa: IGiPZ PAN.
- Bański, J., Stola, W. (2002). Przemiany struktury przestrzennej i funkcjonalnej obszarów wiejskich w Polsce. *Studia Obszarów Wiejskich*, 3, 1–121.
- Bednarczyk, M. (red.). (2010). *Przedsiębiorczość w turystyce. Zasady i praktyka*. Warszawa: CeDeWu.
- Bednarek-Szczańska, M., Bański, J. (2014). Lokalizacyjne uwarunkowania rozwoju gospodarstw agroturystycznych w Polsce. *Przegląd Geograficzny*, 96(2), 243–260.
- Bieńkowski, A. (2001). Turystyka jako forma wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. *Gospodarka w Praktyce i Teorii*, 1(8), 106–116.
- Busby, G., Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism. *Tourism Management*, 21(6), 635–642.
- Butler, R.W. (1998). Rural recreation and tourism. W: B. Ilbery (ed.), *The geography of rural change*. Harlow: Addison Wesley Longman, 211–232.
- Charakterystyka gospodarstw rolnych w województwie małopolskim* (2010). Kraków: GUS.
- Colton, J.W., Bissix, G. (2005). Developing agritourism in Nova Scotia: issues and challenges. *Journal of Sustainable Agriculture*, 27(1), 91–112.
- Dorocki, S., Szymańska, A.I., Zdon-Korzeniowska, M. (2012). Polskie gospodarstwa agroturystyczne jako przedsiębiorstwa rodzinne. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 13(8), 45–60.
- Dorocki, S., Szymańska, A.I., Zdon-Korzeniowska, M. (2013). Przedsiębiorstwa agroturystyczne w gospodarce opartej na wiedzy. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 24, 38–58.
- Drucker, P.F. (1992). *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Warszawa: PWE.
- Drzewiecki, M. (2001). *Podstawy agroturystyki*. Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego.
- Drzewiecki, M. (2009). *Agroturystyka współczesna w Polsce*. Gdańsk: WSTiH.
- Durydiwka, M. (2003). Tourism as a factor of the activation the rural areas in Poland. *Acta Universitatis Caroline. Geographica*, 1, 53–58.
- Durydiwka, M. (2012). Czynniki rozwoju i różnicowanie funkcji turystycznej na obszarach wiejskich w Polsce. Warszawa: WGiSR UW.
- Durydiwka, M. (2013). Tourism function in rural area in Poland. Special diversity and changing trends. *Miscellanea Geographica*, 17(3), 5–11.
- Eurostat (2014, 11 listopada). Pozyskano z: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>.

- Fabiańska, K. (1986). *Planowanie rozwoju przedsiębiorstwa*. Warszawa: PWE.
- Fleischer, A., Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture? *Tourism Management*, 26, 493–501.
- Gannon, A. (1994). Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1/2), 51–60.
- Gospodarka rolna w województwie małopolskim. Raport. (2012). Kraków: Urząd Marszałkowski.
- Jagusiewicz, A., Łopaciński, K. (2010). Ocena stanu turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce w latach 2005–2009. Pozyskano z: [http://bip.minrol.gov.pl /FileRepozy-tory/FileRepozytoryShowImage.aspx?item_id=37813](http://bip.minrol.gov.pl/FileRepozy-tory/FileRepozytoryShowImage.aspx?item_id=37813)
- Jędrusiak, T. (2010). *Wiejska turystyka kulturowa*. Warszawa: PWE. *Kierunki rozwoju turystyki dla województwa małopolskiego na lata 2008–2013*. (2008). Kraków: Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego.
- Kortan, J. (red.). (1997). *Podstawy ekonomiki i zarządzania przedsiębiorstwem*. Warszawa: C.H. Beck.
- Krajewski, K., Śliwa, J. (2004). *Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe WZ UW.
- Krauze, K. (2011). Agroturystyka w gminie Czorsztyn. *Państwo i Społeczeństwo*, 1, 133–148.
- Krzyżanowska, K. (red.). (2010). *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju*. Warszawa: SGGW.
- Kuciński, K. (red.). (2010). *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*. Warszawa: Difin.
- Kurdyś-Kujawska, A. (2010). Turystyka wiejska jako szansa rozwoju gmin i powiatów na przykładzie powiatu gryfickiego. *Folia Pomeranae Universitatis Technologiae Stetinensis. Oeconomica*, 284(61), 53–60.
- Majewska, J. (2006). Wyzwalanie ducha przedsiębiorczości w środowisku społecznym gminy dla rozwoju lokalnego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 2, 91–100.
- Małopolska agroturystyka. Atlas gospodarstw agroturystycznych (2013, 16 sierpnia). Pozyskano z: <http://www.malopolskie.pl/Pliki/2012/agroturystyka.indd.pdf>
- McGehee, N., Kim, K. (2004). Motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, 43, 161–170.
- Niedziółka, A. (2010a). Rola otoczenia instytucjonalnego w rozwoju usług agroturystycznych w gminach podhalańskich. *Studia i Materiały „Miscellanea Oeconomicae”*, 14(1), 111–119.
- Niedziółka, A. (2010b). Uwarunkowania rozwoju infrastruktury agroturystycznej na przykładzie powiatu nowosądeckiego. *Infrastruktura i Ekologia Terenów Wiejskich*, 1, 219–230.
- Phillip, S., Hunter, C., Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31, 754–758.
- Powszechny Spis Rolny. Raport z wyników województwa małopolskiego. (2011). Kraków: GUS.
- Przygodzka, R. (1999). Zróżnicowanie funkcjonalne obszarów wiejskich województwa białostockiego. *Roczniki Naukowe SERIA*, t. 1, z. 1, 317–322.
- Roberts, L., Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation principles to practice*. Oxon–New York: CABI, 231.
- Rocznik Statystyczny Województwa Małopolskiego (2014). Warszawa: GUS.
- Semczuk, M., Uliszak, R., Wiedermann, K. (2013). Uwarunkowania rozwoju pozarolniczej działalności gospodarczej obszarów wiejskich województwa małopolskiego. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 23, 43–56.
- Sikora, J. (2008). Gospodarstwa agroturystyczne w świetle sytuacji społeczno-ekonomicznej polskiej wsi. W: S. Bosiacki (red.), *Gospodarka turystyczna w XXI wieku*, Poznań: AWF, 25.
- Sikora, J. (2012). *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*. Warszawa: C.H. Beck.
- Sikora, J., Jęczyński, A. (2006). Agroturystyka przykładem przedsiębiorczości w wielofunkcyjnym rozwoju terenów wiejskich. W: *Rola turystyki w strategii i polityce rozwoju gospodarki regionalnej: zbiór materiałów pokonferencyjnych*. Gdańsk: WSTiH, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego.
- Sznajder, M., Przezborska, L. (2006). *Agroturystyka*. Warszawa: PWE.

- Strategia rozwoju województwa małopolskiego na lata 2011–2020. Małopolska 2020.* (2011). Kraków: Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego.
- Systematyka i charakterystyka gospodarstw rolnych w województwie małopolskim.* (2011). Kraków: GUS.
- Tracz, M. (2013). Rola edukacji w budowaniu kapitału społecznego w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu*, 23, 134–145.
- Turystyka polska w 2008 roku, układ regionalny* (2009). Warszawa: Instytut Turystyki.
- Turystyka wiejska, w tym agroturystyka, jako element zrównoważonego i wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. Raport końcowy.* (2012). Warszawa: IGiPZ PAN.
- Uliszak, R. (2013). Wizja wsi małopolskiej – rok 2050 – spodziewane scenariusze zmian. *Studia Obszarów Wiejskich*, 31, 67–83.
- Wojciechowska, J. (2009). *Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce*. Łódź: Wydawnictwo Naukowe UŁ.
- Zdon-Korzeniowska, M. (2009). *Jak kształtować regionalne produkty turystyczne? Teoria i praktyka*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe UJ.
- Zdon-Korzeniowska, M. (2011). Marketing terytorialny jako forma działań przedsiębiorczych samorządów terytorialnych w Polsce. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 188–196.
- Zioło, Z. (2006). Rola przedsiębiorczości w podnoszeniu konkurencyjności społeczeństwa i gospodarki. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 2, 10–17.
- Zioło, Z. (2007). Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej – zarys modelu. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 10–17.
- Zioło, Z. (2011). Rola przedsiębiorczości w warunkach nasilających się procesów globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 10–23.

Małgorzata Bajgier-Kowalska, dr, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego. Zainteresowania naukowo-badawcze autorki koncentrują się wokół problemów geomorfologicznych oraz zagadnień z zakresu geografii regionalnej. Prowadzone badania dotyczą również problematyki rozwoju turystyki i rekreacji, a głównie zagadnień uwarunkowania rozwoju i funkcjonowania regionów turystycznych na świecie, analizy przestrzennego zróżnicowania zagospodarowania turystycznego oraz wielkości ruchu turystycznego.

Małgorzata Bajgier-Kowalska, PhD, the scientific and research issues as well as the publication themes are concentrated on the geomorphology problems and the issues concerning regional geography. Author's research concentrate also on the problem of tourism and recreation growth, especially on the question of development conditions and functioning of tourist regions in the world including the analyses of spatial differentiation of tourist infrastructure and size of tourism itself.

Adres/Address:

Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego
ul. Gustawa Herlinga-Grudzińskiego 1
30-705 Kraków, Polska
e-mail: malbajkow@interia.pl

Mariola Tracz, dr, Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego w Krakowie, geograf, dydaktyk geografii, członkini Polskiego Towarzystwa Geograficznego. Zainteresowania naukowe autorki skupiają się wokół dydaktyki geografii (programy nauczania, edukacja geograficzna a rozwój kompetencji, kształcenie nauczycieli geografii i podstaw przedsiębiorczości, historia geografii i jej dydaktyki), geografii społeczno-gospodarczej (polityka edukacyjna państwa, edukacja a rozwój gospodarczy).

Mariola Tracz, PhD, geographer, geography educator, member of the Polish Geographical Society, interested in: geography education (curriculum development, geography education and competency development, geography and entrepreneurship teacher training, history of geography and their didactics) socio-economic geography (educational policy, education and economic development).

Adres/Address:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
os. Niepodległości 19
31-862 Kraków, Polska
e-mail: mtracz-62@o2.pl

Radosław Uliszak, dr, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, geograf, zainteresowania naukowe autora obejmują geografię społeczno-gospodarczą, w szczególności geografię rolnictwa i terenów wiejskich, a także wykorzystanie nowoczesnych technologii (GIS) w pracy geografa i nauczyciela.

Radosław Uliszak, PhD, geographer, interested in human geography, geography of agriculture and rural areas and use of modern technology (GIS) at geographers' and teachers' work.

Adres/Address:

Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego
ul. Gustawa Herlinga-Grudzińskiego 1
30-705 Kraków, Polska
e-mail: krecony@yahoo.com

MICHAŁ ŻEMŁA

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Wykorzystanie podstawowych funkcji Internetu w przyciąganiu gości przez gestorów polskich schronisk górskich

The Use of Basic Internet Functions in Attracting Visitors by Operators of Polish Mountain Huts

Streszczenie: Prowadzenie schroniska górskiego jest specyficzną formą przedsiębiorczości, co przejawia się na wielu płaszczyznach. Jedną z nich jest relatywna trudność w wykorzystaniu nowych środków komunikacji z potencjalnymi klientami. Obiekty te w Polsce, często podupadłe w okresie przemian ustrojowych, obecnie zmuszone są do definiowania na nowo swojej roli na rynku turystycznym, a także aktywnego poszukiwania nowych segmentów gości. Celem badań jest ocena stopnia wykorzystania Internetu w komunikacji z potencjalnymi klientami przez gestorów polskich schronisk górskich. Dla realizacji celu analizie poddano strony internetowe wszystkich polskich schronisk górskich, a także rozesłano ankiety do gestorów schronisk oraz przeprowadzono badania techniką mystery shopping, wysyłając wiadomości e-mail na adresy podane na przeanalizowanych witrynach. Wyniki badań pokazują, że gestorzy polskich schronisk próbują wykorzystać Internet w swoich działaniach promocyjnych, jednak są to jeszcze działania nieskoordynowane, mocno przypadkowe i stosunkowo rzadkie. Wprawdzie niemal wszystkie polskie schroniska mają swoje witryny internetowe, jednak problemem pozostaje brak wersji obcojęzycznych. Gestorzy nie przykładają też istotnej wagi do działań promocyjnych z wykorzystaniem Internetu, a przesyłanie zwrotnych informacji dotyczących rezerwacji i pytań otrzymywanych drogą internetową okazuje się znacznie poniżej oczekiwań.

Abstract: Operating a mountain hut is a specific form of entrepreneurship, which is visible in plenty of issues. One is a relative difficulty with the use of new communication channels with customers. Mountain huts in Poland, often dilapidated during system changes, nowadays are forced to redefine their role on the tourism market, and to actively search for new segments of visitors. The aim of the paper is evaluation of the degree of the use of Internet in communication with potential customers by the operators of Polish mountain huts. To realize this aim, the analysis of web-pages of all Polish huts was conducted, and the questionnaires were sent to huts' operators, as well as research with mystery shopping method was applied, which was done by sending e-mail messages to addresses presented in analyzed web-pages. The results convince that Polish mountain huts' operators are trying to use Internet in their promotional actions, still these are chaotic, accidental and also rare actions. Almost all huts possess their web-pages, but the problem is connected with lack of foreign languages versions. Operators do not treat Internet promotion very seriously and the response rate turned out to be much lower than expected.

Słowa kluczowe: mystery shopping; polskie góry; schroniska górskie; wykorzystanie Internetu w komunikacji z rynkiem

Key words: mountain huts; mystery shopping; Polish mountains; use of Internet in market communication

Otrzymano: 28 września 2015

Received: 28 September 2015

Zaakceptowano: 22 lutego 2016

Accepted: 22 February 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Żemła, M. (2016). Wykorzystanie podstawowych funkcji Internetu w przyciąganiu gości przez gestorów polskich schronisk górskich. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 274–281.

Wstęp

Schroniska górskie na tle innych obiektów noclegowych mają kilka specyficznych cech, które istotnie utrudniają implementację zasad ekonomiki i zarządzania obiektami noclegowymi (Zarzycki, Stosik, Grobelny, 2006). Zatem i postawy przedsiębiorcze gestorów schronisk mogą się różnić od schematu obserwowanego w przypadku innych przedsiębiorstw turystycznych. Istotnym elementem, który musi być brany pod uwagę w zarządzaniu obiektami tego typu, jest kwestia ich lokalizacji na terenach wrażliwych i wartościowych przyrodniczo. W wielu przypadkach ważnym problemem jest też kwestia bezpieczeństwa potencjalnych gości (Foris, Nicolau, Foris, Grecu, 2014). Także sama budowa, a wcześniej wybór lokalizacji pod nią stanowią w tym przypadku znacznie bardziej skomplikowane przedsięwzięcie niż budowa obiektu noclegowego o analogicznych gabarytach w terenie zabudowanym. Podobnie, już po ukończeniu budowy, podczas funkcjonowania schroniska górskiego, rozwiązania wymagają problemy logistyczne związane z trudnościami technicznymi i kosztami zaopatrzenia (Żemła, 2014). Szczegółne muszą być także zasady rekrutacji i zarządzania personelem. Bardzo specyficzny jest też sam produkt schronisk górskich oferujących m.in. niski standard noclegów (Szczechowicz, 2006), co wpływa na sposób oceny jakości tego produktu przez gości (Duglio, Beltramo, 2014). W przypadku wielu obiektów w Polsce oraz za granicą relatywnie coraz większe znaczenie w strukturze przychodów gestora schroniska mają usługi gastronomiczne. Takich specyficznych cech schronisk górskich na tle ogółu obiektów noclegowych z pewnością można wymienić więcej, brakuje jednak w literaturze przedmiotu opracowania, w którym charakterystyka ta zostałaby dokonana w sposób zbiorczy. Temat zarządzania schroniskami góorskimi jest podnoszony w literaturze tak krajowej, jak i zagranicznej bardzo rzadko. Trzeba też pamiętać, że schroniska górskie w poszczególnych krajach różnią się między sobą istotnie wielkością, standardem wyposażenia i lokalizacją (Kurek, 2004), co także różnicuje znaczenie poszczególnych problemów związanych z zarządzaniem nimi. Co więcej, podobne różnice dotyczą obiektów zlokalizowanych w tym samym kraju (Szczechowicz, 2014).

Także rynek, na którym funkcjonują schroniska górskie, cechuje się kilkoma cechami szczególnymi. W zasadzie kluczowym czynnikiem przesądzającym o poziomie odwiedzin w poszczególnych obiektach jest ich lokalizacja, a dokładniej: atrakcyjność i popularność konkretnych pasm górskich, a nawet szczytów. Ze względu na znaczne rozproszenie przestrzenne schronisk w wielu przypadkach turysta zamierzający zdobyć konkretny szczyt może skorzystać z usług wyłącznie jednego schroniska górskiego. Powoduje to, że poszczególne schroniska

często nie stanowią dla siebie konkurencji, gdyż nie są alternatywami w wyborach tego samego turysty. W wielu przypadkach sam fakt istnienia schroniska może skłonić turystę do wyboru danego pasma czy też szczytu, ale w takich sytuacjach stosunkowo rzadko turysta ten kieruje się ofertą tego schroniska: liczbą miejsc, standardem, zakresem usług (Żemła, 2014). Z drugiej strony, brak alternatywnej możliwości wykorzystania obiektu sprawia, że efektywne funkcjonowanie schronisk jest całkowicie uzależnione od popytu na turystykę aktywną, a dokładniej: na turystykę pieszą (w niektórych przypadkach także rowerową, konną i narciarską), turystykę górską (Szczechowicz, 2006). Wszystko to sprawia, że przez długi czas w zarządzaniu schroniskami turystycznymi w Polsce jedynie w niewielkim stopniu stosowano zasady typowe dla orientacji marketingowej.

Obiekty te w Polsce, często podpadłe w okresie przemian ustrojowych, obecnie zmuszone są do definiowania na nowo swojej roli na dynamicznie zmieniającym się rynku turystycznym, a także aktywnego poszukiwania nowych segmentów gości. W przypadku większości obiektów noclegowych współcześnie coraz większą rolę odgrywa internetowy kanał komunikacji z klientami. W niniejszym artykule spróbowano zatem ocenić skalę i sposób wykorzystania tego kanału przez gestorów schronisk górskich w Polsce. Dla realizacji celu analizie poddano strony internetowe wszystkich polskich schronisk górskich i niektóre odpowiedzi z ankiet rozesyłanych wcześniej do gestorów schronisk, a także przeprowadzono badania techniką mystery shopping, wysyłając wiadomości e-mail na adresy podane na przeanalizowanych witrynach.

Metoda badań i wyniki

Na podstawie danych udostępnianych przez Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze (PTTK) oraz analizy map turystycznych stworzona została lista wszystkich schronisk górskich w Polsce. Zakwalifikowanie obiektów do badań pozostaje kwestią częściowo subiektywną. Ze względu na potrzebę uwzględnienia przede wszystkim potrzeb turystów w kwalifikacji obiektów kierowano się głównie ich lokalizacją w górach w oderwaniu od sieci osadniczej w miejscu sprzyjającym odwiedzinom turystów pieszych (na szlakach turystycznych) oraz pełnioną funkcją, a nie oficjalnym zaszerzegowaniem obiektu. Zakwalifikowanie zdecydowanej większości obiektów do badań nie budzi żadnych wątpliwości, jednak część przypadków pozostanie niejednoznaczna. Dotyczy to takich obiektów, jak było schronisko PTTK „Pod Tułem”, które obecnie pełni funkcję eleganckiego zakładu gastronomicznego specjalizującego się m.in. w organizacji przyjęć okolicznościowych. Ostatecznie do badań zakwalifikowano 74 obiekty, wśród których znalazły się wszystkie schroniska górskie PTTK oraz 13 obiektów zarządzanych przez osoby prywatne lub inne organizacje społeczne. W badaniach nie uwzględniono natomiast zlokalizowanych w centrach miejscowości górskich domów turysty PTTK.

W kwietniu 2013 wyszukano w Internecie witryny internetowe wszystkich badanych obiektów. Dwa z nich nie miały swojej witryny, a w jednym przypadku witryna nie działała. Następnie na wyszukanych stronach internetowych, a także w innych materiałach krajoznawczych wyszukano adresy poczty e-mail oraz numery telefonów do prowadzonych tam schronisk. Warto zauważyć, że aż cztery schroniska nie udostępniły swojego adresu poczty internetowej, chociaż miały własne witryny internetowe.

W drugiej połowie roku 2013 przez kontakt mailowy i/lub telefoniczny przeprowadzono ankietę z gestorami schronisk górskich dotyczącą ruchu turystycznego w tych

schroniskach, ze szczególnym uwzględnieniem turystów zagranicznych¹. Jednym z pytań zadanych w ankiecie było wykorzystanie Internetu w przyciąganiu turystów zagranicznych, które ma zastosowanie w analizie na potrzeby niniejszego artykułu. Wreszcie w drugiej połowie 2014 roku przeprowadzone zostały badania mystery shopping (tajemniczy klient). Metoda ta jest popularnie stosowana do pomiaru jakości obsługi klientów zarówno w praktyce zarządzania obiektami turystycznymi, jak i w badaniach naukowych nad ruchem turystycznym. Dokonano wyboru tej metody ze względu na jej zalety, wśród których wyróżnia się: aktualność danych, ich precyzyjność oraz obiektywizm (Rzemieniak, Tokarz, 2011). Metodę tę wykorzystuje m.in. Polska Organizacja Turystyczna (POT) w ocenie funkcjonowania punktów i centrów informacji turystycznej (*Raport...*, 2013). W badaniach naukowych nad turystyką wykorzystana została m.in. przez Hudsona, Snaitha, Millera i Hudsona (2001), Hermana, Szromka i Naramskiego (2014), Szromka i Pytela (2014) oraz Kosmaczewską (2011). Ukrywanie tożsamości klienta ma celu uniknięcie zachowań nienaturalnych personelu. Dzięki temu ocenia się realną pracę, a nie przygotowaną sytuację. Badanie mystery shopping może mieć różną formę. Ze względu na prostotę prowadzenia badań, jak i niskie koszty bardzo popularną odmianą tej metody jest wysyłanie pocztą elektroniczną zapytań skierowanych do poszczególnych instytucji rynku turystycznego. W przypadku badań schronisk górskich metoda on-line mystery shopping jest też szczególnie użyteczna ze względu na rozproszenie przestrzenne badanych obiektów.

Do wszystkich obiektów we wrześniu i październiku 2014 skierowano zapytania o możliwość rezerwacji noclegów dla dwóch osób na jeden z jesiennych weekendów. Zapytania zostały wysłane w czterech językach: polskim, czeskim, angielskim i niemieckim ze skrzynek mailowych zarejestrowanych odpowiednio w Polsce, Czechach, Niemczech i USA. Także podpis w wiadomości sugerował jednoznacznie, że nadawcą był mieszkaniec odpowiedniego kraju. Dzięki takiemu doborowi języków możliwe było porównanie reakcji na wiadomość otrzymaną w języku ojczystym, języku kraju najbliższego sąsiada, w języku częstych gości zagranicznych oraz w podstawowym języku sieci Internet. W badaniu uwzględniono odpowiedzi otrzymane w przeciągu 7 dni od wysłania zapytania.

Otrzymano wypełnione 33 ankiety, co daje zwrotność na poziomie 45%. Spośród tej grupy jedynie 35% respondentów wskazało stronę internetową prowadzoną w języku obcym jako istotny element promocji i przyciągania gości zagranicznych. Wyniki te wydają się być jednak zbyt optymistyczne w stosunku do rzeczywistości. Z dużym prawdopodobieństwem można założyć, że ankietę wypełnili przede wszystkim gestorzy schronisk wykazujący więcej cech przedsiębiorczych i bardziej zainteresowani tematem. Pokazuje to stosunkowo łatwy do zweryfikowania przykład stron internetowych prowadzonych także w językach obcych przez poszczególne schroniska. Wśród schronisk, które odpowiedziały na ankietę, 35% taką stronę posiada, lecz jeśli jednak sprawdzić strony internetowe wszystkich schronisk górskich w Polsce, to okazuje się, że wskaźnik ten spada do jedynie 24%. Co więcej, zdecydowana większość stron prowadzona jest jedynie w jednym języku obcym, często też wersje w języku obcym są istotnie okrojone w porównaniu z polskimi. Za wyjątkiem dwóch, wszystkie schroniska mające strony internetowe w języku obcym, strony te prowadzą w języku angielskim. Ponadto siedem schronisk prowadzi stronę w języku niemieckim. Natomiast jedynie dwa schroniska mają strony w języku słowackim i jedno – w języku czeskim. Szczególnie razi mała liczba stron internetowych w językach obcych prowadzonych przez schroniska położone tuż przy granicy.

¹ Pełne wyniki tych badań zostały opublikowane w: Żemła (2014).

W przypadku badań metodą mystery shopping zwrócono uwagę na liczbę odpowiedzi zwrotnych i czas ich uzyskania, a także na kwestię nieaktualności podawanych adresów bądź niemożliwości dokonania rezerwacji drogą elektroniczną. Analizie nie podlegały natomiast: treść merytoryczna odpowiedzi, czyli odsetek schronisk, w których zabrakło miejsca lub poza sezonem były nieczynne i rezerwacja nie była możliwa, obszerność odpowiedzi wraz z informacją o charakterystyce schroniska itp. Szczegółowe wyniki badań zaprezentowane zostały w tabeli 1. Aż w pięciu przypadkach adres poczty e-mail znaleziony w oficjalnych źródłach okazał się nieaktualny. Zatem jako 100% uznana została grupa 69 schronisk.

Tabela 1. Odpowiedzi na e-mail wysłany do polskich schronisk z prośbą o rezerwację w różnych językach

Język		Odpowiedź do 24 godz.	Odpowiedź do 3 dni	Odpowiedź do tygodnia	Odpowiedzi łącznie
polski	liczba	18	4	4	26
	%	26,0	6,0	6,0	38,0
czeski	liczba	3	1	1	5
	%	4,0	1,5	1,5	7,0
angielski	liczba	6	5	2	13
	%	9,0	7,0	3,0	19,0
niemiecki	liczba	3	0	0	3
	%	4,0	0,0	0,0	4,0

Źródło: opracowanie własne

Widać wyraźnie, że odsetek zwrotnych odpowiedzi ze schronisk w każdym przypadku był bardzo niski, dotyczy to zarówno wiadomości w języku polskim, jak i w językach obcych, przy czym stopień zwrotności na maile z zagranicy jest wyraźnie niższy niż na maile z kraju. Zdecydowanie najwięcej zwrotów na maile z zagranicy nadeszło na maile napisane w języku angielskim. Zastanawiać może znikoma wręcz liczba odpowiedzi na maile z Niemiec.

O ile poziom zwrotów jest stosunkowo niski, o tyle bardzo dobrze prezentuje się czas reakcji. Zdecydowana większość odpowiedzi nadeszła w przeciągu 24 godz. od nadania zapytania. W praktyce w bardzo wielu przypadkach był to czas zaledwie kilku godzin. Ponadto w przypadku jednej odpowiedzi, która została wysłana dopiero po sześciu dniach, załączone zostały przeprosiny za późną odpowiedź.

Dyskusja i wnioski

Dyskusji na temat przyczyn i konsekwencji wymaga kilka najważniejszych wniosków płynących z zaprezentowanych powyżej wyników badań. Pierwszy z nich to kwestia niskiego poziomu zwrotnych odpowiedzi na wiadomości otrzymane drogą elektroniczną. Znaczna część schronisk górskich położona jest w oderwaniu od sieci osadniczej, w trudnym wysokogórskim terenie. W części z nich nie ma połączeń telefonii stacjonarnej, a część położona jest poza zasięgiem lub w bardzo słabym zasięgu telefonii komórkowej. W tej sytuacji z pewnością bieżąca obsługa poczty elektronicznej przez gestorów schronisk jest zadaniem mocno utrudnionym. Dodatkowo, specyfika wędrowniej turystyki górskiej, której uczestnicy są ważnymi klientami schronisk korzystającymi z ich usług noclegowych, sprawia, że spora liczba osób nie dokonuje w ogóle wcześniejszej rezerwacji w obiekcie. Nie dziwi zatem, że ten kanał komunikacji nie jest

traktowany przez gestorów schronisk jako priorytetowy. Z drugiej strony, jeśli obiekty mają własne witryny internetowe i na nich podają swoje adresy poczty elektronicznej, to nieobsługiwanie tej skrzynki lub podawanie nieaktualnego adresu poczty jest wprowadzaniem zbędnego zamieszania w komunikacji z klientami i przeczy podstawowym zasadom przedsiębiorczości.

Powyższe uwagi można odnieść przede wszystkim do bardzo licznych w Polsce schronisk nastawionych typowo na obsługę turystyki kwalifikowanej. Natomiast również w naszym kraju można pokazać przykłady obiektów dostępnych dla turystów zmotoryzowanych, które mają znacznie wyższy standard i większy zakres usług. Dokładna analiza odpowiedzi pokazuje wyraźnie, że spośród trzech polskich schronisk, które odpowiedziały na wszystkie wiadomości, jedno („Pod Tułem”) to byłoby obiekt PTTK, położony stosunkowo nisko i dostępny drogą publiczną, który po przejęciu przez prywatnego właściciela w zasadzie zatracił swój turystyczny (w sensie turystyki kwalifikowanej) charakter i funkcjonuje jako dobrej klasy pensjonat, a drugi („Trzy Korony”) to schronisko PTTK o relatywnie wysokim standardzie, gdzie parking znajduje się zaledwie 300 m od obiektu. Jedynie trzecie z tych schronisk („Szrenica”) jest obiektem typowo wysokogórskim, jednak też położonym w niewielkiej odległości od górnej stacji kolei linowej. Przykład tych trzech obiektów przekonuje, że na postrzegane znaczenie kanału elektronicznego komunikacji z potencjalnymi klientami wpływ ma zarówno dostępność komunikacyjna obiektu, jak i łatwość obsługi i jakość sygnału Internetu, która w każdym z trzech wymienionych miejsc jest relatywnie dobra.

Kolejna sprawa to wyraźnie większa zwrotność odpowiedzi na wiadomości z kraju i mniejsza w przypadku wiadomości z zagranicy. Cytowane wcześniej wyniki badań pokazują dobitnie, że większość gestorów polskich schronisk, a prawdopodobnie także wielu na Słowacji i w Czechach, nie ma żadnego doświadczenia w obsłudze gości zagranicznych (Żemła, 2014). Zdecydowana większość gestorów schronisk tematem turystów zagranicznych w ogóle się nie interesuje. Postrzegani są oni raczej jako pewien element egzotyczny w ich pracy, niemający istotnego wpływu na osiągnięty wynik finansowy. Co więcej, w tych samych badaniach pokazano, że większość gestorów nie prowadzi żadnych działań mających na celu przyciągnięcie turystów zagranicznych. Potwierdza to omówiona powyżej mała liczba stron internetowych prowadzonych przez gestorów schronisk w językach obcych. Jednym z negatywnych efektów tej pasywności gestorów schronisk, ale także i innych organizacji, np. PTTK, jest fakt, że osoby uprawiające turystykę górską w sąsiednich krajach postrzegają polskie góry jako miejsce mało atrakcyjne, w dodatku zatłoczone, co znalazło wyraz w wynikach badań ankietowych prowadzonych przez P. Sorysa (2011) wśród obywateli Słowacji i Czech nocujących w schroniskach górskich zlokalizowanych w pasmach górskich w bezpośredniej bliskości granicy polskiej. Ponad 60% respondentów czeskich i ponad 70% respondentów słowackich nigdy nie uprawiało turystyki pieszej w polskich górach, co więcej, jedynie nieco mniejszy odsetek respondentów wskazał, że także w przyszłości nie zamierza polskich gór odwiedzać. Jako główny powód takiej sytuacji, oprócz małej atrakcyjności polskich gór i zatłoczenia, często wskazywano bardzo niski standard polskich schronisk. Ponadto ze sposobu wyrażania opinii często przebija nierwerbalizowany bezpośrednio brak wiedzy o polskich górach (Sorys, 2011).

Uwzględniając wszystkie powyższe stwierdzenia, można dojść do mieszanych wniosków dotyczących postawy przedsiębiorczej gestorów polskich schronisk. Z jednej strony mają oni ewidentną świadomość znaczenia roli komunikacji elektronicznej z rynkiem we współczesnej turystyce, co dobitnie pokazuje fakt, że niemal wszystkie schroniska mają własne witryny internetowe. Z drugiej strony, wydaje się, że brakuje przede wszystkim determinacji i wiedzy odnośnie tego, w jaki sposób korzystać z tej komunikacji elektronicznej, by osiągnąć pożądane

wyniki biznesowe. Nie jest bowiem wystarczające samo posiadanie witryny i założenie skrzynki poczty elektronicznej. Konieczne są także regularne odświeżanie witryny, a przede wszystkim – bieżąca obsługa poczty. Jedno i drugie nastręcza jednak problemów. W efekcie nieaktualna strona, nieaktualny adres poczty elektronicznej, czy – przede wszystkim – brak odpowiedzi na wiadomość wysłaną pod ten adres może przynosić więcej strat niż korzyści, wprowadzając w błąd potencjalnych klientów lub przynajmniej ich konfundując.

Literatura

References

- Duglio, S., Beltramo, R. (2014). Quality assessment in the Italian mountain huts. *European Journal of Tourism Research*, 8, 115–142.
- Foris, D., Nicolau, C., Foris, T., Grecu, V. (2015). Qualitative marketing research to improve mountain shelter product development for Romanian mountain tourism. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 4(5), 690–700.
- Herman, K., Szromek A.R., Naramski, M. (2014). Sprawność wykorzystania narzędzi komunikacji e-mailowej w sprzedaży produktu turystycznego. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej Seria: Organizacja i Zarządzanie*, 8, 299–311.
- Hudson S., Snaith J., Miller G., Hudson P. (2001). Distribution channels in travel: Using mystery shoppers to understand the influence of travel agency recommendations. *Journal of Travel Research*, 40(2), 148–154.
- Kosmaczewska J. (2011). Wykorzystanie techniki e-mail mystery shopping w ocenie zarządzania jakością informacji turystycznej na przykładzie stowarzyszeń agroturystycznych, W: A. Rapacz (red.), *Gospodarka turystyczna w regionie*, Wrocław: UE Wrocław, 261–269.
- Kurek, W. (2004). *Turystyka na obszarach górskich Europy*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Raport z badań mystery shopping w placówkach Informacji Turystycznej. (2013). Warszawa: Polska Organizacja Turystyczna.
- Rzemieniak, M., Tokarz, E. (2011). *Mystery Shopping w budowaniu tożsamości organizacyjnej*, Lublin: Politechnika Lubelska.
- Sorys, P. (2011). *Możliwości przyciągania turystów z krajów sąsiednich do przygranicznych schronisk górskich*. Praca magisterska napisana pod opieką M. Żemły. GWSH, Katowice.
- Szczechowicz, B. (2006). Funkcjonowanie schronisk turystycznych jako przedsięwzięć komercyjnych. W: A. Rapacz (red.), *Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo, samorząd, współpraca*, Jelenia Góra: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, 134–142.
- Szczechowicz, B. (2014). Poziom i różnicowanie cen usług noclegowych oferowanych przez schroniska górskie na terenie Karpat Polskich, Słowackich i Czeskich. W: J. Kantyka (red.), *Wellness jako forma kultury fizycznej i turystyki – aspekty zdrowotne i ekonomiczne*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego w Katowicach.
- Szromek, A.R., Pytel S. (2014). Sprawność obsługi internetowej polskich przedsiębiorstw uzdrowiskowych, *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej Seria: Organizacja i Zarządzanie*, 71, 271–280.
- Zarzycki, P., Stosik, A., Grobelny, J. (2006). Specyfika funkcjonowania schronisk górskich w świetle zmian otoczenia gospodarczego i dynamiki rozwoju sektora turystyki w Polsce, *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu*, 1141, 303–309.
- Żemła, M. (2014). Foreign tourists on hiking trails in polish mountains, *Geomatics, Landmanagement and Landscape*, 1, 95–106.

Michał Żemła, dr hab., prof. UP, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Turystyki i Badań Regionalnych. Ukończył studia magisterskie na Wydziale Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej w Gliwicach, otrzymał doktorat na Akademii Ekonomicznej w Katowicach, a habilitację na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Jego zainteresowania badawcze są związane z marketingiem obszarów turystycznych ze specjalnym uwzględnieniem obszarów górskich. Jest autorem lub współautorem 3 książek i prawie 100 artykułów naukowych.

Michał Żemła, PhD, associate professor, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Tourism and Regional Studies. He graduated at the Faculty of Organization and Management of the Silesian University of Technology in Gliwice, he obtained his PhD at the Economic University in Katowice and habilitation at the Economic University in Wrocław. For many years he has been working in Katowice School of Economics. His research interests are connected with tourism destinations marketing, with special regards put to mountain areas. He is an author or co-author of 3 books and almost 100 scientific papers.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków
e-mail: michalzemla@up.krakow.pl

PIOTR DOMINIK

Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji w Warszawie, Polska ■ Warsaw School of Tourism and Hospitality
Management, Poland

Edukacyjna rola szlaków kulinarnych

Educational Role of Culinary Trails

Streszczenie: Celem opracowania jest wskazanie roli, jaką w procesie edukacji turystów odgrywają szlaki kulinarne, zarówno występujące w sposób naturalny w przestrzeni antropogenicznej, jak i wyznaczone przez organizatorów turystyki. Szlaki kulinarne dają turystom możliwość bezpośredniego obcowania z wiedzą na temat wybranych produktów kulinarnych. Stwarzają także warunki do aktywnego uczestnictwa i zdobywania umiejętności posługiwania się różnymi urządzeniami, jak również kształtują kompetencje społeczne poprzez osobisty kontakt z pojedynczymi osobami oraz społecznościami wytwarzającymi żywność. W opracowaniu zwrócono szczególną uwagę na rolę bezpośredniego poznania i obserwacji oraz uczestnictwa w wydarzeniach mających miejsce na szlaku kulinarnym. Wskazano na powiązanie zagadnienia edukacji z turystyką oraz uwypuklono miejsce szlaków kulinarnych w turystyce edukacyjnej. Przeanalizowano, które elementy szlaków i w jaki sposób oddziałują edukacyjnie na odbiorców w różnych grupach wiekowych. Tworzenie i koordynowanie szlaków kulinarnych jest przejawem przedsiębiorczości ich organizatorów.

Abstract: The aim of the elaboration is to show the role in the educational process of tourists that the culinary trails play, both the ones existing naturally in the anthropogenic space, and the ones set by the tourism organizers. The culinary trails give the tourists the possibility to directly associate with the knowledge on the selected culinary products. They also create the conditions to actively participate and acquire the skills of using different tools, as well as shape the social competences through the personal contact with individual persons and societies creating food. The elaboration pays special attention to the role of direct cognition and observation, and participation in the events taking place on the culinary trail. It points out the connection between the education with tourism and brings out the place of the culinary trails in the education tourism. It also includes an analysis of which elements of the trails influence the recipients in different age groups education-wise and how. The creation and coordination of the culinary trails is a sign of their organizers' entrepreneurship.

Słowa kluczowe: edukacja; szlak; turystyka; turystyka kulinarna

Keywords: culinary tourism; education; tourism; trail

Otrzymano: 6 listopada 2015

Received: 6 November 2015

Zaakceptowano: 5 marca 2016

Accepted: 5 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Dominik, P. (2016). Edukacyjna rola szlaków kulinarnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 282–297.

Wstęp

Edukacja w najszerszym tego słowa znaczeniu jest to rozwój intelektualnych, etycznych, fizycznych i praktycznych zdolności człowieka. Rozwój ten określony jest przez lepsze rozumienie siebie i relacji ze światem, skuteczniejszą kontrolę własnych zachowań i większe sprawstwo wobec procesów zewnętrznych. Z antropologicznego punktu widzenia człowiek jest nie tylko uzdolniony do edukacji, ale wręcz jej potrzebuje. Człowiek uczy się przez całe życie – nie jest to frazes, lecz stwierdzenie mające uzasadnienie w praktyce.

Edukacja to ogół czynności, procesów, mających na celu przekazywanie wiedzy, kształtowanie określonych cech i umiejętności (Doroszewski, 1996). Człowiek może zdobywać wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne przy wykorzystaniu różnych form oraz metod edukacyjnych, wśród których określone miejsce zajmuje turystyka, jej różne formy i narzędzia.

Celem niniejszego artykułu jest wskazanie roli, jaką w procesie edukacji turystów odgrywają szlaki kulinarne, czyli te szlaki, które ukształtowane zostały na przestrzeni wieków wskutek długotrwałych działań człowieka czy też występowania na danym obszarze określonych dóbr kulinarnych, które w sposób naturalny występują w przestrzeni antropogenicznej. Drugą grupę stanowią te szlaki, które zostały wyznaczone dla potrzeb turystyki i składają się z szeregu różnych komponentów. Szlak kulinarny ma charakter multiwytwarzalny, ze względu na mnogość elementów wchodzących w jego skład oraz będących nośnikiem treści szlaku. Są nimi: produkty kulinarne, miejsca ich wytwarzania, ludzie zaangażowani przy produkcji i prezentacji tychże produktów. Na szlaku kulinarnym powinny się znaleźć także obiekty noclegowe, odbywające się imprezy, festyny związane z tematyką szlaku. Szlak to przede wszystkim droga, która sama w sobie powinna być nośnikiem wiedzy na temat miejsc, wśród których szlak został wyznaczony. Szlak kulinarny jako produkt rzeczywisty, realnie występujący, stwarza okazję bezpośredniego doświadczenia procesów technologicznych, elementów tradycji, poznania ludzi i ich kultury.

Bezpośrednie doświadczenie jako forma edukacji

Świadectwo osobiste miało zawsze znaczenie fundamentalne niezależne od dyscypliny, w której miało zastosowanie. Niezależnie też od posiadanej wiedzy na temat danego kraju czy kontynentu, świadectwo kogoś, kto był tam osobiście, kto na własne oczy coś widział i sam czegoś doświadczył, liczyło się szczególnie (Przeclawski, 1997).

Według klasyfikacji dokonanej przez K. Przeclawskiego wśród motywów, którymi kierują się ludzie wyjeżdżający w celach turystycznych, na szczególne miejsce zasługują motywy związane z pragnieniem udania się do określonego kraju lub miejscowości, a są nimi:

- motyw poznania przyrody,
- motyw poznania kultury,
- motyw poznania życia społecznego.

Typologia turystów obejmuje szereg ich grup, wśród których dwie są szczególnie nastawione na edukację:

- turyści poznający świat – dążący do zwiedzania i poznawania,
- turyści uczący się, którzy podróżują w celu zdobywania nauki i podnoszenia swoich kwalifikacji i rozwijania zainteresowań (Przeclawski, 1996).

Szlaki kulinarne stwarzają możliwość bezpośredniego obcowania turystów z wiedzą na temat wybranych produktów kulinarnych. Stwarzają także warunki do aktywnego uczestnictwa i zdobywania umiejętności posługiwania się różnymi urządzeniami stosowanymi przy wyrobie dóbr kulinarnych, jak również kształtują kompetencje społeczne przez osobisty kontakt, zarówno z pojedynczymi osobami, jak również ze społecznościami wytwarzającymi żywność. Człowiek będący na szlaku kulinarnym wielozmysłowo poznaje zastaną rzeczywistość: podziwia wzrokiem, smakuje, wącha, dotyka, wykonuje czynności, zadaje pytania, słucha opowieści i przyswaja informacje.

Najwcześniej sformułowaną zasadą wskazującą na konieczność zdobywania wiedzy przez bezpośrednie poznawanie rzeczy i zjawisk jest zasada poglądowości, inaczej nazywana zasadą bezpośredniości. Jej funkcją jest ułatwienie zrozumienia i zapamiętywania. Zasada poglądowości wyraża się teżą „Od konkretności do abstrakcji”. Myląca nazwa zasady wywodzi się nie od poglądu, lecz oglądu, czyli wykorzystania zmysłu wzroku w procesie poznania. Nieadekwatność nazwy polega jednak głównie na tym, iż zasada ta respektuje prawidłowość skuteczności procesu kształcenia związaną z wielozmysłowością, polisensorycznością bezpośredniego uczenia się. Zasada poglądowości akcentuje wielozmysłowy kontakt z poznawaną rzeczywistością. Powoduje ona powstawanie w świadomości człowieka zmysłowego obrazu zjawisk w postaci spostrzeżeń i wyobrażeń, na który składają się wrażenia wzrokowe, węchowe, smakowe i dotykowe.

Zasadę poglądowości dla dydaktyki sformułował J.A. Komeński, a następnie J.H. Pestalozzi. Działanie na konkretnych, poznawanie ich wszystkimi zmysłami umożliwia stopniowe procesy uogólnienia i interioryzacji poznawanych pojęć. Droga kształcenia wiedzie od konkretności do działania na przedmiotach (czyli poznania bezpośredniego), przez wprowadzenie reprezentacji graficznej ikonicznej¹ (czyli poznania pośredniego), do abstrakcyjnego poznania zmysłowego. Droga „od konkretności do abstrakcji” i w drugą stronę „od abstrakcji do konkretności” towarzyszy procesowi uczenia się niezależnie od wieku rozwojowego.

Jak napisał J.A. Komeński, „Niech to złotą zasadą będzie dla uczących, ażeby co tylko mogą, udostępniali zmysłom, a więc: rzeczy widzialne wzrokowi, słyszalne słuchowi, zapachy węchowi, rzeczy smak mające smakowi, namacalne dotykowi, a jeśli coś jest uchwytnie dla kilku zmysłów, należy je kilku zmysłom naraz udostępnić” (1956: 75). Dużą rolę odgrywa również poglądowość, zwykle w formie pokazu odpowiednich czynności, gdyż ułatwia zrozumienie istoty i sposobu wykonania czynności przy nauczaniu działania, a tym samym przyspiesza ich opanowanie.

Poglądowość jest drogą umożliwiającą naukowe poznanie samej rzeczywistości – przez aktywne spostrzeganie. Nie jest to ostateczny warunek poznania, taka poglądowość może co najwyżej gwarantować należyte poznanie zmysłowe, z którym dopiero musi się wiązać poznanie umysłowe. Poglądowość może występować w procesie dydaktycznym w dwójakiej postaci. Najczęściej stosuje się poglądowość ilustratywną, przeważnie w podającym toku nauczania przez kojarzenie rzeczy i słów. Większą wartość dydaktyczną ma poglądowość operatywna, czynna, która nie ogranicza się do pokazu, lecz opiera się na działaniu samych uczestników pokazu. Występuje ona wówczas, gdy uczestnicy zamiast oglądać rzeczy, modele, eksperymenty

¹ Przykładowo: mapy szlaków kulinarnych.

itp. sami je wykonują, sami gromadzą niezbędne zbiory, prowadzą obserwacje itd. Tak więc najlepsze wyniki daje realizowanie zasady pogładowości przez wiązanie obserwacji z oddziaływaniem na poznawany przedmiot, przez czynny kontakt uczestnika z przedmiotem. Druga funkcja zasady pogładowości w nauczaniu polega na ułatwianiu zrozumienia i zapamiętywania wyników myśli naukowej, uogólnień, praw itd. przez graficzne lub innego rodzaju symboliczne przedstawienia abstrakcji. Jest to funkcja symbolizująca.

Podstawowym elementem realizacji zasady pogładowości i istotną zasadą podczas poznawania szlaków kulinarnych jest stworzenie uczestnikom warunków do obserwacji. Aby w pełni wykorzystać walory poznawcze obserwacji, winna ona spełniać następujące warunki:

- uczestnicy muszą być nastawieni na obserwowanie określonego zjawiska przez podanie celu, zadań jak też planu prowadzenia obserwacji,
- obserwacja powinna być wnikliwa, wyczerpująca i zmierzająca do odkrycia związków i zależności między zjawiskami,
- wyniki obserwacji są lepsze, gdy uczestnicy prowadzą odpowiednie notatki z obserwacji.

Strategia odkrywania pozwala na kształtowanie się człowieka innowacyjnego. Mówiąc innymi słowami, jest ona ukierunkowana na wzmacnianie predyspozycji badawczych, uzdolnień naukowych i myślenia twórczego oraz samodzielnego spostrzegania, poszukiwania, odkrywania i rozwiązywania problemów (Erasmus, 2006).

Turystyka edukacyjna a szlaki kulinarne

Organizowanie wycieczek szlakami kulinarnymi bądź do miejsc będących ich składowymi jest elementem turystyki edukacyjnej. Turystyka edukacyjna ze szczególnym wzmocnieniem stwarza okazję do zdobywania wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych.

Jest formą, która spełnia oczekiwania i potrzeby określonych grup turystów, kierujących się motywami poznawczymi i chęcią edukowania się podczas wyjazdów czy pobytów turystycznych. Ta forma edukacji sprzyja bowiem kształtowaniu się postaw transgresyjnych jednostki, dzięki czemu człowiek może uczyć się holistycznego spostrzegania i interpretowania rzeczywistości społecznej, kulturowej i wychowawczej. Turystyka edukacyjna w szczególności sposób sprzyja transgresji intelektualno-emocjonalnej zarówno dorosłych jej uczestników, jak i dzieci oraz młodzieży, przejawiając się w odrzucaniu zdezaktualizowanych pojęć i kategorii oraz przyjmowaniu nowych terminów adekwatnych do poznawanej rzeczywistości.

Transgresyjny charakter doświadczeń turystycznych nadal wymaga wnikliwych badań i refleksji przedstawicieli nauk humanistycznych. Pierwszą próbę tego typu podjął w swoich pracach L. Turowski, u którego czytamy: „Można bowiem stwierdzić, że turystyka ze swojej istoty jest pewną formą transgresji, gdyż polega przecież na ciągłej zmianie miejsca i pobytu i kontakcie z coraz to innymi ludźmi, obiektami kultury, cywilizacji i przyrody” (2003: 46–50). Turowski wymienia następujące korzyści ze stosowania turystyki jako systemu dydaktycznego:

- korzystanie z różnych atrakcyjnych źródeł wiedzy (informacje przekazane przez przewodników i pilotów wycieczek, przewodniki drukowane, informatory, opracowania monograficzne),
- łączenie indywidualnych aspiracji edukacyjnych z programem wycieczki,
- tworzenie warunków do konfrontacji wiedzy teoretycznej z praktyką,
- przyczynianie się do pogłębienia motywacji samokształceniowej uczestników,
- potęgowanie atrakcyjności wiadomości i doświadczeń poznawczych uzyskanych na wycieczce.

Rola edukacyjna szlaków kulinarnych uwidacznia się w dużej mierze w edukacji osób dorosłych, rodzin wielopokoleniowych czy też rozmaitych grup społecznych. Ekspozując nowe tereny i składowe szlaków kulinarnych, ludzie doświadczają samokształcenia. W tym kontekście turystyka oparta na poznaniu szlaków kulinarnych jest postrzegana jako narzędzie rozwijające osobowość człowieka. Turystyka edukacyjna sprzyja samokształceniu, które sprowadza się do tego, że wycieczki skłaniają uczestników do traktowania podróży jako przygody intelektualnej. Jednocześnie podróże skłaniają do uczenia się określonych wzorów przeżywania, myślenia i zachowania społecznego.

Edukacja kulturalna

Szlaki kulinarne odgrywają również rolę w szeroko rozumianej edukacji kulturalnej. Wyróżnia się trzy zakresy pojmowania edukacji kulturalnej. Najbardziej ogólny to edukacja **humanistyczna**. Takie rozumienie edukacji jest pochodną szerokiego rozumienia kultury. Edukacja kulturalna w tym sensie jest wprowadzaniem w kulturę zastaną, rozumianą antropologicznie, czyli w różne systemy wiedzy i praktyki społecznej. Przyjmowanie norm zachowań, **wytworów**, postaw – to kultura normatywna. Antropolog patrzy na **kulturę** m.in. przez takie wytwory, jak: wałek do ciasta, dzieża do mąki czy też maselnica lub kierznia. Ludzie na różnym poziomie rozwoju kulturalnego wytwarzają różne przedmioty. Im bardziej rozwinięta kultura, tym bardziej są one wyrafinowane (Richards, 2007).

Nieco węższe rozumienie edukacji kulturalnej to edukacja do kultury **symbolicznej**, fragmentu ludzkich zachowań przejawiających się w użyciu znaków konwencjonalnych, czyli symboli, których przeznaczenie nie ma charakteru instrumentalnego. Kultura symboliczna wypełnia obszar duchowy, świadomościowy, w którym człowiek zaczyna interpretować, rozumować, zastanawiać się i przeżywać. W kulturze tej mieszczą się wytwory artystyczne, religia, nauka, literatura, muzyka i plastyka.

Składowe szlaków kulinarnych, ze względu na swoją różnorodność, wypełniają trzy zakresy edukacji kulturowej, są obecne w systemach wiedzy i praktyki społecznej, tworzą produkty materialne, ale także związane są z symboliką, obrzędowością, wierzeniami czy estetyką.

Funkcja kulturotwórcza poznawania szlaków kulinarnych realizowana jest w ujęciu socjologicznym jako spotkanie kultur społeczności odwiedzającej i przyjmującej, współczesnej i ówczesnej. Znajomość kultury innych regionów, poznawanej podczas wędrowania szlakami kulinarnymi, może przyczynić się do wzbogacenia własnego systemu wartości turysty, który może go przekazać innym, oraz może sprzyjać rozwojowi jego kultury osobistej (Lubański, 2006).

Walory poznawcze szlaków kulinarnych

Szlaki kulinarne stanowią jeden z głównych motywów leżących u podstaw wyjazdów kulinarnych turystów, którzy chcą poznawać w warunkach naturalnych produkty kulinarne, miejsca ich pochodzenia i wytwarzania, ludzi, z którymi są związane, oraz zdobywać wiedzę na temat historii, tradycji i współczesności tychże kulinariów.

W poznawaniu tych szlaków ważne są m.in. tempo zwiedzania, przekazanie najbardziej istotnych informacji o oglądanym obiekcie oraz wzbudzenie zaciekawienia. Zbyt duże tempo realizacji programu szlaku kulinarnego, brak selekcji treści programowych oraz

powierzchnowość przekazywanych wiadomości sprawiają, że szansa edukacyjna nie jest w pełni wykorzystana (Lubański, 2006).

Rola edukacyjna szlaków kulinarnych związana jest z osobistym poznawaniem przez turystów produktów i potraw danego regionu oraz tradycji ich przygotowania, odwiedzaniem lokali gastronomicznych, winiarni, miejscowych targów, a także udziałem w festynach czy imprezach kulinarnych. Szlaki te wraz z produktami uzupełniającymi, spełniającymi ważną funkcję promocyjną, pozwalają na poszerzenie wiedzy turystów oraz na zwiększenie atrakcyjności turystycznej regionu. Nie do przecenienia jest funkcja edukacyjna szlaków – tematyka kulinarna może również łączyć pokolenia.

Szlaki kulinarne stają się coraz bardziej popularne w Polsce. Są częścią szeroko rozumianej turystyki kulturowej. Mogą być ważnym czynnikiem rozwoju lokalnego czy regionalnego. Podążanie określonymi szlakami stanowi jeden z powodów skłaniających turystów do udziału w podróżach kulinarnych. Szlaki mają na celu wypromowanie walorów turystycznych, w tym przyrodniczych i antropogenicznych, a zwłaszcza regionalnych tradycji kulinarnych oraz lokalnych produktów żywnościowych (Woźniczko, Orłowski, 2014).

Wyróżnia się cztery grupy istotnych komponentów składających się na szlak kulinarny:

- atrakcje pierwotnie stworzone nie dla celów turystycznych – zatem obiekty oryginalne, stanowiące właściwe nośniki wartości kulturowych (zamki, świątynie, zabytkowe centra miast, dawne obiekty techniki itd.),
- atrakcje stworzone dla celów turystycznych (muzea, *eventy*, parki tematyczne itd.),
- miejsca usług dla turystów (obiekty noclegowe, restauracje, sklepy z pamiątkami, wypożyczalnie samochodów i rowerów, amfiteatry itd.),
- instytucje, organizacje i stowarzyszenia powołane w celach obsługi szlaku lub wykonujące tę działalność obok innych swoich czynności (Rohrscheidt, 2010).

Szlaki kulinarne, należące do szlaków kulturowo-turystycznych, oferują turystom indywidualnym możliwość względnie bezpiecznego podróżowania w znanym i opisanym, najczęściej także dla ich potrzeb fizycznie oznaczonym, obszarze (Puczek, Ratz, 2006). Funkcjonujące w ramach dobrze zorganizowanych systemów trasy, moduły, opcje i pakiety oraz usługowa działalność koordynatorów i punktów informacyjnych ułatwiają im sprawne planowanie i realizację ich indywidualnych podróży.

Współczesny szlak kulinarny powstaje niemal zawsze jako sposób urzeczywistnienia określonego tematu lub grupy tematów, wychodzących naprzeciw zainteresowaniom turystów. Zwiększa to atrakcyjność podróży turystycznych odbywanych w ramach konkretnej destynacji i ułatwia ich organizatorom zdobycie nowej grupy klientów.

Szlak tematyczny stanowi także ukonkretnienie oferty turystyczno-kulturowej danego obszaru, umożliwia stworzenie w jego ramach nowej marki turystycznej dla zespołu miejsc i obiektów (Rohrscheidt, 2010).

Szczególną formą podróży o charakterze edukacyjnym jest podróż studyjna, czyli ukierunkowany tematycznie, wielodniowy wyjazd o charakterze kulturowo-edukacyjnym, w którym niewielka grupa turystów pod kierunkiem wykwalifikowanego specjalisty lub przewodnika zwiedza region, kraj lub szlak kulinarny. Cechą takiej podróży jest dążenie do przekazania wielostronnej wiedzy z danego tematu i o danym regionie, szerszej niż w wypadku typowych imprez turystycznych. Podróże tematyczne natomiast to zaplanowane wyjazdy turystyczne, których program koncentruje się wokół jednego wiodącego tematu związanego z szeroko rozumianą kulturą. Istotny jest w nich kontekst edukacyjny, związany z charakterem wyjazdu. Uczestnicy takich podróży nastawieni są na uzyskanie pogłębionej wiedzy w danej tematyce.

W programie tematycznych podróży znajdziemy formy wykładu realizowane *in situ*, spotkania z fachowcami lub pasjonatami w danej dziedzinie, imprezy kulturalne lub naukowe seminaria. Osobom prowadzącym takie wyjazdy: przewodnikom turystycznym czy pilotom wycieczek stawiane są wysokie wymagania (Kruczek, 2013).

Tworzenie szlaków kulinarnych o przewodniej tematyce pozwala łączyć obiekty i miejscowości w pewien logiczny temat, będący podstawą kreowania nowego produktu turystycznego. Potrzeba poszukiwania nowych tematów i atrakcji turystycznych stanowi wyzwanie dla organizatorów turystyki i lokalnych samorządów do tworzenia koncepcji oraz wdrażania pomysłów na nowe trasy turystyczne (Kruczek, 2011).

Szlaki kulinarne w Polsce

W chwili obecnej w Polsce funkcjonuje ok. 23 szlaków kulinarnych. Oprócz nich Polska ma także wiele miejsc i lokalnych atrakcji, które mogą być uznane jako załączek szlaków kulinarnych. Mają one szansę przekształcić się w znane, renomowane, rekomendowane i chętnie odwiedzane miejsca. Jednak aby tak się stało, musi być spełnione minimum warunków organizacyjnych. By szlaki funkcjonowały bezkolizyjnie i spełniały swoją funkcję edukacyjną potrzebne są: pełne zaangażowanie właścicieli i zarządców, współpraca z lokalnym samorządem oraz przedsiębiorcami, stałe podnoszenie jakości świadczonych usług zgodnie z wymogami i oczekiwaniami turystów, bycie krok do przodu w stosunku do oczekiwań turystów, wykorzystanie wiedzy i doświadczenia najlepszych, poszukiwanie nowych możliwości rozwoju, korzystanie z dostępnych funduszy pomocowych.

Największe szanse w dziedzinie rozwoju szlaków kulinarnych mają tak zwane silne regiony kulturowe o wyrażeniu wyodrębnionej tradycji i sferze kultury życia codziennego, w tym także odrębnej i oryginalnej kuchni regionalnej, takie jak: Podhale, Kaszuby, Żywiecczyzna ale także Podlasie ze swoją historyczną mieszkanką kuchni polsko-litewsko-rusko-tatarskiej.

Najstarsze szlaki kulinarne to Małopolski Szlak Owocowy, Szlak Oscypkowy, Szlak „Małopolska pachnąca ziołami”, Lubuski Szlak Miodu i Wina czy Sandomierski Szlak Jabłkowy. W miastach tworzone są miejskie szlaki kulinarne oparte na lokalnych restauracjach. Istnieją również szlaki, które nie są typowymi szlakami kulinarnymi, ale ze względu na swój wyjątkowy charakter warto o nich wspomnieć. Takim szlakiem jest szlak tatarski, który głównie przybliża kulturę tatarów, a przy okazji podążania nim można zasmakować wielu potraw z kuchni tatarskiej.

Zwiedzając polskie szlaki kulinarne, turyści mają okazję poznawać lokalne restauracje, a w nich spożywać potrawy tradycyjne dla danego regionu. Do takich szlaków należą:

- szlak kulinarny „Śląskie Smaki”, który obejmuje ponad 35 certyfikowanych restauracji, czasami nawet małych, ale oferujących lokalne potrawy. Większość położona jest w pobliżu atrakcji turystycznych;
- szlak kulinarny „Podkarpackie Smaki”, promujący region podkarpacki jako obszar o bogatym dziedzictwie kulturowym oraz kulinarnym. Obejmuje on liczne restauracje, karczmy i certyfikowane gospodarstwa agroturystyczne proponujące tradycyjne potrawy i produkty;
- Gęsinowy Szlak Kulinarny, powstały w ramach projektu Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej. Odpowiednie certyfikaty otrzymało tu 17 restauracji z regionu, oferujących potrawy z gęsiego mięsa.

Według podobnych koncepcji powstały i są tworzone produkty turystyki kulinarnej w niektórych miastach, na przykład:

- Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni – pierwszy tego typu szlak w Polsce,
- Białostocki Szlak Kulinaryny – powstał jako jeden z pierwszych, uwzględnia wielokulturowy charakter miasta oraz regionu, co znajduje odbicie w bogactwie tradycyjnej kuchni podlaskiej. Szlak obejmuje ponad 30 restauracji, zlokalizowanych głównie w centrum miasta.

Edukacja przez poznawanie szlaków kulinarnych dotyczyć może upraw, hodowli i produktów powstających z lokalnie otrzymywanych surowców.

Warto zwrócić uwagę na Małopolski Szlak Owocowy przebiegający przez 23 gminy i obejmujący około 300 gospodarstw, w których rosną sady. Osoby zainteresowane procesem sadzenia drzew, pielęgnacji owoców oraz produkowania przetworów otrzymają na ten temat obszerne informacje, możliwa jest też degustacja różnych owoców.

Także w Małopolsce powstał Szlak Oscypkowy, który obejmuje około 30 bacówek na obszarze 6 powiatów województwa małopolskiego (najwięcej jest ich w powiatach: tatrzańskim, nowotarskim, żywieckim). Poza elementami edukacyjnymi związanymi z wytwarzaniem oscypków i ich degustacją, ważnym elementem poznawania szlaku jest możliwość zetknięcia się z lokalną historią, dziejami rodów bacowskich, obejrzenie obiektów tradycyjnego budownictwa drewnianego i posłuchania gawęd góralskich.

Lubuski Szlak Wina i Miodu to przykład utworzenia produktu turystycznego (w formie szlaku kulinarnego), opartego na potencjale regionu związanym z takimi produktami regionalnymi, jak: wino, miód pitny i miód pszczeli, które zostały wpisane na listę produktów tradycyjnych. Na szlaku znajduje się ponad 20 miejsc i obiektów, o których historii dowiadują się turyści podczas zwiedzania (Wysokińska, 2014).

M. Woźniczko i D. Orłowski (2011) podzielili szlaki kulinarne funkcjonujące w Polsce na 4 grupy:

1. **szlaki miejskie, prowadzące do lokali gastronomicznych** (np. restauracji, pubów) oferujących kuchnię lokalne, regionalne i narodowe (np. Kulinaryny Szlak Turystyczny „Kuchnia Polska”, Szlak Kulinaryny „Centrum Gdyni”, Białostocki Szlak Kulinaryny, Kulinaryny Poznań),
2. **szlaki z motywem przewodnim: wino i miód** (np. Lubuski Szlak Wina i Miodu², Małopolska Ścieżka Winna, Podkarpacki Szlak Winnic, Agroturystyczny Szlak Winno-Miodowy „Grodziec”),
3. **szlaki tematyczne, promujące lokalne, regionalne lub tradycyjne produkty żywnościowe** (np. Małopolski Szlak Wód Mineralnych, Małopolski Szlak Owocowy, Sandomierski Szlak Jabłkowy, Szlak Oscypkowy³, Szlak „Fasolowa Dolina”, Małopolska Wieś Pachnąca Ziołami),
4. **szlaki promujące potrawy lokalne, regionalne lub tradycyjne** (np. Szlak Kulinaryny „Leśnymi Smakami”, Szlak Jadła Przygranicza (Mazurskiego), Szlak Specjalności Kuchni Kwater Wiejskich, Podlaski Szlak Tatarski).

W Polsce szlaki kulinarne jako produkt turystyczny stanowią jeszcze swoistą niszę rynkową, dlatego też należy rozwijać i udoskonalać już istniejące szlaki poświęcone dziedzictwu kulinarnemu oraz tworzyć nowe. Tego rodzaju inicjatywy, które będą wykorzystywały już istniejące atrakcje turystyczne oraz tworzyły nowe, bez wątpienia spowodują wzrost atrakcyjności

² Więcej o szlaku w: Woźniczko, Orłowski (2011b).

³ Więcej informacji w: Woźniczko, Orłowski (2009).

turystycznej regionu, a to z kolei skutkowało będzie rozwojem ekonomiczno-społecznym danego obszaru (Woźniczko, Orłowski, 2014).

Szlak kulinarny to nie tylko oznakowana trasa i tematycznie dobrane obiekty. Jest to dość skomplikowany twór złożony z wielu, wzajemnie dopełniających się elementów. Turystom podróżującym po danym szlaku oferuje się różnorodne pojedyncze usługi (np. przewodnickie, gastronomiczne, noclegowe) i dobra materialne (np. przewodniki i mapy, pamiątki, produkty regionalne), także produkty bardziej złożone: lokalne pakiety turystyczne, wydarzenia związane z tematyką trasy (m.in. pokazy, prezentacje, festiwale, konkursy), kompleksowe zwiedzanie obiektów. Tak więc w przypadku szlaku kulinarnego powinno się zwrócić uwagę przede wszystkim na to, aby elementy, które on łączy, były spójne i układały się w jedną całość. Nie chodzi tu jednak o popadanie w monotematyczność, ale o dopasowanie atrakcji szlaku tak, by turysta był nimi zainteresowany i chętny do ich poznawania. Na szlaku kulinarnym mogą znaleźć się karczma regionalna oferująca regionalny obiad, atrakcyjny skansen lub pałac do zwiedzania i poznania jego historii, sklep z rękodziełem lub też atrakcje zapewniające czynną rekreację. Nocleg może być zaoferowany w hotelu, który serwuje wysmienite śniadania przygotowywane na podstawie regionalnych receptur (Dominik, 2014).

Podstawowa oferta (opierająca się na przewodniej idei szlaku) powinna być obudowana usługami towarzyszącymi, wzbogacającymi i uatrakcyjniającymi pobyt na danym terenie (np. różnorodne propozycje biernego i czynnego wypoczynku, zwiedzania obiektów poza szlakiem, oferta kulturalna, usługi dopełniające (Milewska, Prączko, Stasiak, 2010).

Aktywności wspomagające edukację na szlakach

W przypadku szlaków kulinarnych lub turystycznych mamy do czynienia przeważnie z tematami lokalnymi, taki też charakter będą miały opowieści związane z lokalnymi atrakcjami, wydarzeniami historycznymi, ludźmi zasłużonymi dla miejscowych społeczności. Tak należy przedstawiać dzieje dawnych zakładów, tradycje historyczne obiektów gastronomicznych, dawnych receptur i przepisów, działalność osób związanych ze sztuką kulinarną. To inny aspekt historii – nie tej od wielkich wydarzeń, cennych zabytków, ale bliższej ludziom, mniej znanej, a może przez to równie ciekawej. Powinna temu towarzyszyć przekazywana wiedza dotycząca ziemi, upraw, właściwości artykułów żywnościowych i produktów miejscowego przetwórstwa, sposobów przetwarzania, dawnych sprzętów i urządzeń, związanych z tym obyczajów, warunków życia. To są informacje i opowieści związane z danym regionem, miejscem, tym cenniejsze, że nie występują we współczesnej infosferze.

Dobrze przygotowane i rozwijane szlaki kulinarne powinny mieć wkomponowane w swą strukturę atrakcyjne i rozbudowane elementy swoistej narracji, w której pojawiają się zarówno elementy historyczne w różnych ujęciach, w tym tradycje kuchni, jak również prezentujące właściwości i szczególne cechy oferowanych dań, specjalów, przysmaków, wytwarzanych produktów tradycyjnych. Ta warstwa narracyjna wywodząca się po części ze współczesnego marketingu, musi mieć jednak formę jak najbardziej atrakcyjną, bliższą historycznej opowieści, również gawędzie osoby znającej wszelkie tajniki sztuki kulinarnej i obsługi gości. Takie opowiadanie jest formą dzielenia się – w tym przypadku dzielenia się osobistą wiedzą.

Istnieje wiele form aktywności, które pomagają w realizacji funkcji edukacyjnej szlaków kulinarnych i są uzależnione od indywidualnych zainteresowań poszczególnych turystów. Wśród nich wymieniana się spotkanie z cenionym właścicielem restauracji lub szefem kuchni, który to potrafi swoim profesjonalizmem i interesującą osobowością pobudzić klienta do

pogłębiania zainteresowań kulinariami czy też stać się źródłem wiedzy na tematy, które prezentuje.

Ciekawym przeżyciem jest udział w różnego typu konkursach gastronomicznych. Turyści mogą w jednym miejscu spotkać specjały kulinarne oraz ich twórców, jednocześnie usłyszeć o historii i pochodzeniu prezentowanych posiłków.

Poznawcze może być również uczestnictwo w imprezach otwarcia nowych restauracji. Imprezom tego typu towarzyszy promocja kuchni, która będzie w nich serwowana, a wydarzenia tego typu przechodzą do historii i stają się niezapomnianym przeżyciem. Szczególnie warte uwagi są inicjacje działalności karczm regionalnych, których otwarciu towarzyszą obrzędy ludowe.

Bardzo specyficzną okazją do poszerzania wiedzy kulinarnej jest poszukiwanie zwykłych obiektów gastronomicznych. To właśnie takie obiekty służące przede wszystkim miejscowej ludności kultywują najczęściej tradycje kulinarne. Na całym świecie istnieją zakątki, w których możemy skosztować potraw na codzień służących miejscowej ludności. Przykładem mogą być greckie tawerny położone w odległych częściach wysp Hellady czy też charakterystyczne dla tego kraju kafeniony (Boniface, 2003).

Edukacyjny może być także udział w gastronomicznych festynach. Na świecie znane są festyny, których tematem jest prezentacja potraw, produktów kulinarnych, regionalnych i tradycyjnych. Doskonałym przykładem jest bawarski Oktoberfest, podczas którego prezentują swoje wyroby browary Niemiec, natomiast na wydarzenie to ściągają turyści z Niemiec, całej Europy i świata. Także pomniejsze festyny stają się miłym wspomnieniem i okazją do budowania doświadczeń kulinarnych. W krajach niemieckojęzycznych są nimi święta uliczne bądź festyny związane z degustacją lokalnych win, wypieków czy wędlin.

Bardzo wyrafinowanym motywem wyjazdów kulinarnych jest poszukiwanie składników potraw. Celem wyjazdów tego typu stają się miejsca, z których pochodzą określone przyprawy, uprawiane są określone odmiany roślin bądź hodowane są zwierzęta, których mięso, mleko czy jaja są wykorzystywane w potrawach.

Istnieje też grupa turystów motywujących swoje wyjazdy kulinarne chęcią uczestnictwa w kursach gastronomicznych, których uczestnicy nie tylko są obserwatorami, ale też biorą czynny udział w przygotowaniu potraw związanych z tradycją regionalną (Kowalczyk, 2005).

W tabeli 1 zaprezentowano wybrane możliwości edukacyjne przykładowych szlaków kulinarnych.

Rola edukacyjna Konsorcjum Produktowego „Polskie Szlaki Kulinarne”

Konsorcjum Produktowe „Polskie Szlaki Kulinarne” zostało powołane przez Polską Organizację Turystyczną (POT). Jest ono dobrowolnym i nieformalnym zrzeszeniem podmiotów zajmujących się promocją tradycji kulinarnych oraz produktów regionalnych na podstawie walorów środowiska przyrodniczego, dziedzictwa kulinarnego i kulturowego własnego regionu. Działa ono samodzielnie w afiliacji przy Polskiej Organizacji Turystycznej jako partner POT bez prawa wyłączności.

Celem Konsorcjum jest:

- promocja kulinarnego produktu turystycznego opartego na kuchni regionalnej i produktach tradycyjnych w kraju i poza jego granicami, a także stworzenie kulinarnego wizerunku Polski jako mocnej, narodowej marki,

Tab. 1. Edukacyjna rola wybranych szlaków kulinarnych

Lp.	Szlak kulinarny	Wiedza	Umiejętności	Kompetencje społeczne
1.	BIAŁOSTOCKI „SZLAK KULINARNY”	<ul style="list-style-type: none"> – tradycja kulinarna związana z tożsamością Białegostoku 	<ul style="list-style-type: none"> – własnoręczne wykonanie zaprezentowanych dań 	<ul style="list-style-type: none"> – karta klubu białostockiego smakosza – odwiedzanie restauracji – kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
2.	SZLAK KULINARNY „CENTRUM GDYNI”	<ul style="list-style-type: none"> – poznanie oferty kulinarnej restauracji Gdyni 	<ul style="list-style-type: none"> – zwiedzanie miasta – warsztaty kulinarne – weekend kulinarny livecooking – własnoręczne wykonanie zaprezentowanych dań 	<ul style="list-style-type: none"> – pobyty w restauracjach – kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
3.	GDAŃSK „POMORSKIE CULINARY PRESTIGE”	<ul style="list-style-type: none"> – slow food – regionalne produkty – blog kulinarny 	<ul style="list-style-type: none"> – zakup produktów, dań – umiejętność wykorzystania ich w praktyce kulinarnej 	<ul style="list-style-type: none"> – pobyty w restauracjach – kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
4.	KUJAWSKO-POMORSKI GĘSINOWY SZLAK KULINARNY	<ul style="list-style-type: none"> – wartość prozdrowotna i kulinarna gęsiny 	<ul style="list-style-type: none"> – degustacje – opowieści „Gęsina na św. Marcina” – zwiedzanie innych atrakcji, np. browarów – własnoręczne wykonanie zaprezentowanych dań 	<ul style="list-style-type: none"> – kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
5.	KULINARNY POZNAŃ	<ul style="list-style-type: none"> – pokazy przygotowywania dań przez szefów kuchni 	<ul style="list-style-type: none"> – własnoręczne wykonanie zaprezentowanych dań 	<ul style="list-style-type: none"> – kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
6.	MAŁOPOLSKA TRASA SMAKOSZY	<ul style="list-style-type: none"> – wiedza na temat kuchni lokalnej i historii karczm małopolskich 	<ul style="list-style-type: none"> – odwiedzanie karczm Małopolski z ich wystrojem i użytkowością – umiejętność odróżniania potraw regionalnych i wystroju lokalnego 	<ul style="list-style-type: none"> – kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi

7.	MAŁOPOLSKA WIEŚ PACHNĄCA ZIOŁAMI	<ul style="list-style-type: none"> - mazowiecka i podlaska kuchnia - wpływy innych kuchni 	<ul style="list-style-type: none"> - warsztaty kulinarne - wędkowanie - rękodzieło - muzea, wytwórnie spożywcze, np. gorzelnia - zamki i pałace - jarmarki - umiejętność łowienia ryb - przyrządzania z nich potraw 	<ul style="list-style-type: none"> - pobyty w restauracjach, pałacach itd. - kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
8.	PRZYSTANKI KULINARNE SUWAŁSZCZYZNY	<ul style="list-style-type: none"> - wiedza na temat kulinariów regionu 	<ul style="list-style-type: none"> - degustacje - zakłady produkujące żywność - umiejętność charakteryzowania lokalnej żywności 	<ul style="list-style-type: none"> - kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
9.	SANDOMIERSKI SZLAK WINIARSKI	<ul style="list-style-type: none"> - winnice, zapoznanie się z uprawą winorośli 	<ul style="list-style-type: none"> - degustacje i zakup wina - zbiór winogron - rozróżnianie wina, dobieranie wina do potraw 	<ul style="list-style-type: none"> - święto młodego wina sandomierskiego - kontakt z wytwórcami i innymi zwiedzającymi
10.	ŚLIWKOWY SZLAK	<ul style="list-style-type: none"> - gospodarstwa agroturystyczne 	<ul style="list-style-type: none"> - konkursy kulinarne - degustacje, warsztaty produkcji przetworów, wypiek chleba - umiejętność produkcji wyrobów i potraw 	<ul style="list-style-type: none"> - poznanie pracy w gospodarstwie - kontakt z gospodarzami
11.	LUBUSKI SZLAK WINA I MIODU	<ul style="list-style-type: none"> - poznanie procesu wytwarzania wina 	<ul style="list-style-type: none"> - targi, degustacje, pikniki, pogadanki, muzea - proces wytwarzania wina, zwiedzanie winnic - zwiedzanie pałacu Mierzęcin - umiejętność charakteryzowania lokalnej żywności 	<ul style="list-style-type: none"> - kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi

12.	DOLINA KARPIA	<ul style="list-style-type: none"> - wiedza na temat walorów potraw rybnych - wiedza na temat hodowli ryb 	<ul style="list-style-type: none"> - degustacje potraw z karpia - turystyka wędkarska - proces hodowli karpia - umiejętność charakteryzowania lokalnej żywności 	<ul style="list-style-type: none"> - kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
13.	ŚLĄSKIE SMAKI	<ul style="list-style-type: none"> - kuchnia beskidzka, jurajska, zagłębiowska, śląska 	<ul style="list-style-type: none"> - własnoręczne wykonanie prezentowanych dań 	<ul style="list-style-type: none"> - pobyty w restauracjach, pałacach itd. - kontakt z gospodarzami i gośćmi
14.	SZLAK OSCYPKOWY	<ul style="list-style-type: none"> - wiedza na temat historii bacówek, hodowli owiec - wyrobów sera i innych wyrobów 	<ul style="list-style-type: none"> - uczestnictwo w wyrabianiu sera - zwiedzanie historycznych bacówek - umiejętność charakteryzowania lokalnej żywności 	<ul style="list-style-type: none"> - kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi
15.	SZLAK PODKARPACKIEGO JADŁA I WINA	<ul style="list-style-type: none"> - wiedza na temat winnic 	<ul style="list-style-type: none"> - winnice, targi, pobyt w gospodarstwach agroturystycznych - umiejętność charakteryzowania lokalnej żywności 	<ul style="list-style-type: none"> - poznanie pracy w gospodarstwie, kontakt z gospodarzami
16.	SZLAK SMAKÓW KRAINY LESSOWYCH WĄWOZÓW	<ul style="list-style-type: none"> - wiedza na temat regionu i specyfiki kulinarnej 	<ul style="list-style-type: none"> - własnoręczne wykonanie zaprezentowanych dań 	<ul style="list-style-type: none"> - pobyty w restauracjach, pałacach itd. - kontakt z miejscową ludnością i innymi zwiedzającymi

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów Konsorcjum Produktowego „Polskie Szlaki Kulinarne” www.pot.gov.pl

- podniesienie atrakcyjności turystycznej polskich regionów na podstawie walorów środowiska przyrodniczego i dziedzictwa kulturowego, w szczególności kulinarnego;
- spowodowanie wzrostu zainteresowania produktami tradycyjnymi i zwiększenie popytu na te produkty,
- działanie na rzecz podniesienia konkurencyjnej przewagi szlaków kulinarnych przez działania w grupie.

Konsorcjum swe cele realizuje przez inicjowanie i podejmowanie wspólnych działań promocyjnych, edukacyjnych, szkoleniowych i eksperckich, wymianę doświadczeń, współpracę z władzami lokalnymi i samorządowymi, przedsiębiorcami, producentami, branżą gastronomiczną i turystyczną.

Do zadań Konsorcjum w szczególności należy:

- podejmowanie wspólnych działań promocyjnych, obejmujących m.in.: publikacje, multimedia, materiały radiowe i telewizyjne, stronę internetową, podróże studyjne, konferencje, warsztaty, targi turystyczne, festiwale kulinarne i inne tego typu wydarzenia o charakterze promocyjnym,
- stymulowanie powstawania zintegrowanych kulinarnych produktów turystycznych opartych na kuchni regionalnej i produktach tradycyjnych oraz wzbogacanie tych produktów o nowe elementy w celu uzyskania efektów komplementarności,
- wzajemny transfer wiedzy, budowa marki, w tym korzystanie z doświadczeń zagranicznych,
- organizacja szkoleń, których celem jest podnoszenie jakości usług, komercjalizacja oferowanego produktu turystycznego, implementacja dobrych praktyk.

Podsumowanie

Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne to efekty kształcenia, które powinny zwińczać dzieło edukacyjne. Wszystkie to osiągnięte w naturalnym środowisku występowania przedmiotu zainteresowań, w bezpośrednim kontakcie z przyrodą, ludźmi i różnego rodzaju obiektami jest bez porównania pełniejsze, głębsze i trwalsze niż wiadomości uzyskane podczas lektury literatury czy też słuchania opowieści osób trzecich. Osobiste doświadczenia wyniesione z podróżowania szlakami kulinarnymi ma wielką wartość ze względu na bezpośredniość kontaktu. Duże znaczenie edukacyjne ma rozbudzenie zainteresowań zarówno dorosłych uczestników, jak i dzieci oraz młodzieży, co wiąże się ściśle z uczestnictwem w wycieczce. Staje się ono zasadniczym motywem poznania. Dzięki temu gromadzenie wiedzy następuje w sposób ciekawy i niebanalny, a także rozwija się spostrzegawczość i wyobraźnia uczestników.

Istnieje duży potencjał do wykorzystania właśnie w zakresie poznawania szlaków kulinarnych. Wieleelementowość szlaków sprawia, że turyści poznają główny produkt kulinarny, a niejako przy okazji edukują się w różnych zakresach. Edukacyjna rola szlaków kulinarnych jest zatem nie do przecenienia.

Literatura

References

Boniface, P. (2003). *Tasting Tourism: Travelling for food and drink*. Priscille Boniface, Ashgate Publishing Limited, Hampshire.

- Dominik, P. (2014). Szlak kulinarny jako produkt turystyczny. W: P. Dominik, (red.) *Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu Mazowsze*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 11–13.
- Doroszewski, W. (1996). *Słownik języka polskiego*, Warszawa: PWN.
- Drązkiewicz, J. (2015, 15 czerwca). *Edukacyjne funkcje turystyki*. Pozyskano z www.wycieczkiznami.pl.
- Erasmus, E. (2006). Strategie uczenia się i studiowania w gospodarce rynkowej. *ZN Almamater*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, 3(43), 166.
- Komeński, J., A. (1956). *Wielka dydaktyka*, Wrocław: Ossolineum.
- Kowalczyk, A. (2005). Turystyka kulinarna – ujęcie geograficzne, *UW, Turyzm* 15, 163–168.
- Kruczek, Z. (2011). Szlak oscypkowy w Małopolsce. Droga od pomysłu do produktu turystycznego. W: B. Włodarczyk, B. Krakowiak, J. Latośńska (red.), *Kultura i turystyka. Wspólna droga*, Łódź: Uniwersytet Łódzki, Instytut Geografii Miast i Turyzmu.
- Kruczek, Z. (2013). Znaczenie szlaków kulturowych dla rozwoju turystyki edukacyjnej. W: A. Rapacz, *Gospodarka turystyczna w regionie*. Wrocław: *Prace naukowe UE we Wrocławiu*, 304, 124–126.
- Lubański, K. (2006). Pedagogiczny potencjał turystyki. *ZN Almamater Wyższa Szkoła Ekonomiczna*, 3(43).
- Milewska, M., Prączko, A., Stasiak, A. (2010). *Podstawy gastronomii*. Warszawa: PWE.
- Przeclawski, K. (1996). *Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki*. Kraków: Albis.
- Przeclawski, K. (1997). *Turystyka a kultura na przełomie XX/XI wieku. Kulturowe aspekty turystyki i gospodarki turystycznej*. Warszawa: PST, 13.
- Puczko, L., Ratz, T. (2006). Trailing Goethe, Humbert, and Ulysses. Cultural Routes in Tourism. W: A. Stasiak, *Produkt turystyczny – szlak, Turystyka i Hotelarstwo*, 10, 9–40.
- Rapacz, A. (2013). Gospodarka turystyczna w regionie. *Prace naukowe UE we Wrocławiu*, 304, 124.
- Richards, G. (red.) (2007). *Cultural tourism. Global and Local perspectives*. New York: The Haworth Hospitality, Press, 131–148.
- Rohrscheidt, A.M. (2010). *Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja*. Kraków: Proksenia.
- Turos, L. (2003). *Turystyka edukacyjna i transgresja*, Warszawa: Ypsilon.
- Turos, L. (2001). *Wprowadzenie do wiedzy o turystyce edukacyjnej*, Warszawa: Ypsilon.
- Woźniczko, M., Orłowski, D. (2009). Szlak Oscypkowy jako nowy produkt turystyczny Podhala. W: M. Jalinik (red.), *Konkurencyjność produktów turystycznych*. Białystok: Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, 100–112.
- Woźniczko, M., Orłowski, D. (2011a). Szlaki kulinarne komponentem wiejskiego produktu turystycznego. W: C. Jastrzębski (red.), *Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji*. Kielce: Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa im. prof. Edwarda Lipieńskiego w Kielcach, 101–123.
- Woźniczko, M., Orłowski, D. (2011b). Lubuski Szlak Wina i Miodu oraz jego kulturowe znaczenie dla rozwoju turystyki winiarskiej. W: B. Sawicki, J. Janicka (red.), *Wielowymiarowe aspekty turystyki kulturowej*. Lublin: Wyd. Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, 158–174.
- Woźniczko, M., Orłowski, D. (2014). Funkcjonowanie szlaków kulinarnych na Mazowszu. W: P. Dominik (red.), *Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu Mazowsze*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 133.
- Wysokińska, B. (2014). Elementy historyczne w tworzeniu i rozwoju szlaków kulinarnych Mazowsza. Funkcjonowanie szlaków kulinarnych na Mazowszu. W: P. Dominik (red.), *Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu Mazowsze*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 51.
- Zadrozna, D. (2014). Konsorcjum Produktowe „Szlaki Kulinarne” w ramach inicjowania, tworzenia i zarządzania partnerskimi grupami produktowymi. W: P. Dominik (red.), *Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu Mazowsze*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 207.

Piotr Dominik, dr inż., absolwent Wydziału Technologii Żywności SGGW. Ukończył studia doktorskie z zakresu oceny jakości żywności. Ze względu na profil zainteresowań jest aktywnie związany z branżą hotelarską i gastronomiczną przez pracę w organizacjach branżowych oraz działalność trenerką. Jest autorem podręczników akademickich, rozdziałów w monografiach oraz artykułów naukowych z zakresu żywienia, gastronomii i hotelarstwa. Obecnie pracuje jako adiunkt w Szkole Głównej Turystyki i Rekreacji w Warszawie. Tematy badawcze, którymi się zajmuje, to m.in.: wpływ preparatów błonnikowych na cechy jakościowe pieczywa; tworzenie szlaków kulinarnych w świetle zwiększania atrakcyjności turystycznej regionu; tradycyjne produkty kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności Mazowsza; aktywność systemów gastronomicznych na polskim rynku oraz ich udział w obsłudze ruchu turystycznego. Piotr Dominik był organizatorem konferencji i seminariów naukowych i branżowych, w tym konferencji zorganizowanej we współpracy z Urzędem Marszałkowskim Mazowsza pt. „Szlaki kulinarne jako element turystycznej atrakcyjności regionu – Mazowsze”.

Piotr Dominik, PhD of Agricultural Sciences. Graduate of the Department of the SGGW Food Technology. Finished doctoral studies from the scope of the assessment of the food quality. Piotr Dominik is an author of textbooks, academic chapters in monographs and scientific papers on feeding, gastronomy and the hotel trade. Assistant Professor in the Warsaw School of Tourism and Hospitality Management. Research topics include: influence of the cellulose formulations on the qualitative features of bread; creating the culinary trails in the light of increasing the touristic attractiveness of the region; traditional culinary products as an element of touristic attractiveness of the Masovia region; activity of the gastronomic systems on the Polish market and their participation in servicing the touristic traffic. Piotr Dominik was an organizer of scientific and business conferences and seminars, including the conference organized in cooperation with the Marshall Office of Masovia entitled “Culinary Trails as an Element of the Touristic Attractiveness of the Region – Masovia”.

Adres/Address:

Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji
ul. Stokłosy 3
02-787 Warszawa, Polska
e-mail: piotrdominik@autograf.pl

Uwarunkowania rozwoju postaw przedsiębiorczych
w procesie edukacyjnym

CZĘŚĆ 3
PART 3

Conditions for the Development of Entrepreneurial Attitudes
in the Educational Process

DANUTA PIROG

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Wybrane determinanty przedsiębiorczości indywidualnej – zarys stanu badań

Selected Determinants of Individual Entrepreneurship: an Outline of the Current State of Research

Streszczenie: Przedsiębiorczość indywidualna jest jednym z ważniejszych czynników rozwoju społeczno-gospodarczego regionów w różnej skali układów przestrzennych oraz istotnym sposobem uelastyczniania rynku pracy. Studia specjalistycznej literatury jednoznacznie wskazują na istnienie wielu determinant wpływających na skłonność jednostki do samozatrudnienia. Są to zarówno kwestie ekonomiczne (np. poziom rozwoju gospodarczego, sytuacja na rynku pracy, polityka fiskalna), jak i pozaeconomiczne (np. płeć, wiek, wykształcenie, stan cywilny, posiadanie dzieci, wcześniejsze doświadczenie na rynku pracy). Celem autorki artykułu jest dokonanie przeglądu krajowych i zagranicznych prac teoretycznych, poświęconych determinantom przedsiębiorczości indywidualnej, a także syntezy wyników badań, weryfikujących wpływ czynników pozaeconomicznych na poziom samozatrudnienia. Przeprowadzone badania literaturowe, dotyczące roli czynników ekonomicznych w podejmowaniu samozatrudnienia wskazują, że w ujęciu międzynarodowym jego poziom pozostaje przede wszystkim w ścisłym związku z wartością PKB. W grupie czynników pozaeconomicznych dowiedziono zaś znaczącego wpływu płci, wieku, stanu cywilnego oraz poziomu wykształcenia na skłonność do rozpoczęcia działalności gospodarczej.

Abstract: Individual entrepreneurship is among the key factors of social and economic development of regions in various scales of spatial settings. It is also an important way of increasing the flexibility of the labor market. Specialist literature clearly shows that there is a multitude of determinants influencing an individual's willingness to become self-employed. They include both economic factors (e.g. the level of economic development, labor market situation, fiscal policy) and non-economic ones (e.g. the person's gender, age, education level, marital status, whether or not the person has children, the person's previous experience on the labor market). This paper serves the following purposes: a review of Polish and foreign theoretical studies on the determinants of individual entrepreneurship; a synthesis of the findings of studies verifying the impact of non-economic factors on an individual's decision to become self-employed. Literature studies on the economic factors' role on individuals' decision to become self-employed show that, internationally, the scale of self-employment is essentially in close correlation with the GDP. Among the non-economic factors, gender, age, marital status and education level have been demonstrated to significantly influence the willingness to start one's own business.

Słowa kluczowe: czynniki ekonomiczne; czynniki pozaekonomiczne; przedsiębiorczość indywidualna; samozatrudnienie

Key words: economic factors; individual entrepreneurship; non-economic factors; self-employment

Otrzymano: 6 listopada 2015

Received: 6 November 2015

Zaakceptowano: 2 marca 2016

Accepted: 2 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Piróg, D. (2016). Determinanty przedsiębiorczości indywidualnej – zarys stanu badań. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 300–314.

Wstęp

Przedsiębiorczość, definiowana najczęściej jako zespół cech, predyspozycje, postawy, talent, inicjatywa gospodarcza, działalność innowacyjna, ma różne oblicza. Stosując podział ze względu na formę organizacyjno-prawną oraz rodzaj inspiracji, rozumiany jako czynnik stymulujący, wyróżnia się trzy typy przedsiębiorczości: indywidualną, korporacyjną (wewnętrzna) oraz rodzinną (Koźmiński, 2004; Chodyński, 2008; Chyba, 2015). Wśród nich rolę ważnego inicjatora rozwoju gospodarczego w różnej skali układów przestrzennych przypisuje się **przedsiębiorczości indywidualnej**, która przez samozatrudnienie jest uznawana za istotną strategię uelastyczniania rynku pracy¹ (Lemańska-Majdzik, 2008, 2013; Czerniachowicz, 2011; Szepelska, 2013). Przedsiębiorczość indywidualna jako alternatywny sposób zatrudnienia zapobiega bowiem nasilaniu się bezrobocia. Osobom poszukującym bezskutecznie pracy najemnej pozwala na powrót do grona pracujących. Ci przedsiębiorcy, którzy wykreowali miejsca pracy (ang. *swichers*), zwiększają popyt na pracę (Kaczorowski, 2011; Tyrowicz, 2011).

Z ekonomicznego punktu widzenia przejście do samozatrudnienia powinno następować wówczas, kiedy korzyści płynące z tej formy pracy przewyższają profity materialne i pozamaterialne z bycia zatrudnionym (Douglas, Shepherd, 2002). Studia literatury uprawniają do stwierdzenia, że występuje szereg innych czynników warunkujących skłonność jednostki do samozatrudnienia (m.in. Dawson i in., 2009; Livanos, 2009; Kraska, 2010; Czerniachowicz, 2011; Korpysa, 2011; Lechmann, Schnabel, 2011; Tyrowicz, 2011; Gindling, Newhouse, 2013; Kopycińska, 2013; Kunasz, 2013, 2014; Piróg, 2014; Simoes i in., 2013). Dla części ludzi decyzja o samozatrudnieniu jest efektem ich przedsiębiorczej postawy, potrzeby niezależności, chęci zdobycia wyższego statusu społecznego, zrealizowania swoich celów, ambicji zawodowych. Dla innych to jedyna alternatywa wobec bezrobocia. Dla jeszcze innych pracę na własny rachunek warunkuje konieczność wynikająca z sytuacji życiowej bycia aktywnym zawodowo tylko w elastycznym czasie pracy, jakiego nie mogli wynegocjować u pracodawców. W krajach rozwijających się samozatrudnienie może być postrzegane jako oblicze nieformalnego zatrudnienia (Dawson i in., 2009).

Ze względu na złożoność oraz wielowymiarowość samej przedsiębiorczości, a także determinant wpływających na skłonność jednostki do samozatrudnienia powinna być ona

¹ Samozatrudnienie jest tłumaczeniem angielskiego sformułowania *self-employment*. Określa się je także jako pracę na własny rachunek, działalność gospodarczą osób fizycznych czy indywidualną działalność gospodarczą.

rozpatrywana zarówno pod względem ekonomicznym, jak i społeczno-kulturowym (Lemańska-Majdzik, 2008). Założenie to jest realizowane w pracach teoretycznych i empirycznych poświęconych tej problematyce, w których najczęściej wyodrębniane są tzw. ekonomiczne i pozaekonomiczne determinanty przedsiębiorczości indywidualnej.

Do czynników ekonomicznych zaliczane są: sytuacja na rynku pracy, poziom rozwoju gospodarczego, polityka fiskalna, polityka monetarna, oczekiwane różnice w dochodach, mobilność siły roboczej, posiadane lub dostępne środki finansowe.

Zaś jako determinanty pozaekonomiczne wskazuje się: kapitał ludzki, a w nim płeć, wiek, stan zdrowia, wykształcenie, stan cywilny, posiadanie dzieci, cechy osobowości (zdolności przedsiębiorcze, skłonność do ryzyka), czynniki geograficzno-lokalizacyjne i narodowość, wpływ innych osób, zwłaszcza członków rodziny (Kopycińska, 2013; Kunasz, 2013, 2014; Simoes i in., 2013, van der Zwan i in., 2013).

W literaturze stosowane jest także podejście do czynników wpływających na samozatrudnienie rozpatrywanych z punktu widzenia modeli przedsiębiorczości. Wówczas – przy założeniu, że w każdym człowieku istnieje pierwiastek przedsiębiorczości – wyróżnia się działanie czynników mikropodażowych oraz makro- i mezopopytowych (Korpysa, 2011).

Celem autorki niniejszego artykułu jest dokonanie, przy zastosowaniu metody studiów literatury:

- przeglądu krajowych i zagranicznych prac teoretycznych, poświęconych determinantom przedsiębiorczości indywidualnej,
- syntezy wyników badań empirycznych, weryfikujących wpływ czynników pozaekonomicznych na poziom samozatrudnienia.

Determinanty ekonomiczne

Do wiodących ekonomicznych czynników przedsiębiorczości indywidualnej zalicza się sytuację gospodarczą i bezpośrednio z nią związane realia rynku pracy. Zachowania jednostki w obliczu zmian koniunktury gospodarczej, w tym jej stopnień aktywnego zainteresowania się samozatrudnieniem, zostały przedstawione w teorii *push* i *pull*. Teorię *push* oparto na założeniu, że stabilny i bezpieczny rynek pracy nie jest dobrym impulsem do otwierania działalności gospodarczej. Zgodnie z tą teorią wysoka stopa bezrobocia na rynku pracy pozytywnie wpływa na poziom samozatrudnienia, ponieważ prowokuje tzw. efekt uchodźstwa. Ludzie, chcąc mieć źródło dochodu, decydują się na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej, uznając, że jest to dla nich jedyna alternatywa uratowania się przed problemem bezrobocia. Wzrost liczby takich osób statystycznie zwiększa szanse na powodzenie, co w efekcie redukuje skalę bezrobocia w ogóle. Trudności na rynku pracy mogą pobudzać do samozatrudnienia wszystkie osoby, bez względu na poziom wykształcenia (Piróg, 2014). Badania wskazują, że taka sytuacja wpłynęła na podjęcie decyzji o samozatrudnieniu przez 42% osób pracujących na własny rachunek w Polsce, podczas gdy np. w Norwegii była ona bodźcem do takich działań dla 5% przedsiębiorców (Kaczorowski, 2011). Zaś teoria *prosperity pull* wychodzi z odmiennego założenia, że jedynie stabilny i bezpieczny rynek pracy z niskim poziomem bezrobocia ośmiela do podejmowania prób samozatrudnienia (Piróg, 2014).

Ilustracją tych teorii są zachowania ludzi funkcjonujących na rynku pracy w gospodarkach o różnym poziomie rozwoju. Jak wskazują dane, trendy w samozatrudnieniu oraz poziom samozatrudnienia w ujęciu międzynarodowym są względnie stałe i pozostają w ścisłym w związku

z PKB. W krajach o wyższym poziomie PKB odsetek samozatrudnionych jest niższy niż w krajach rozwijających się. Dowodem na występowanie takiej tendencji są dane zawarte w tabeli 1. Większość pracowników w krajach rozwijających się to samozatrudnieni (53,2%), a tylko jedna czwarta to pracownicy najemni. Kraje o średnim dochodzie narodowym brutto notują blisko jedną trzecią samozatrudnionych, natomiast kraje o wysokim dochodzie charakteryzują się odsetkiem samozatrudnionych na poziomie 13,0% (w tym 9,3% to samozatrudnieni, a 3,7% pracodawcy), a odsetek pracowników najemnych w tych krajach utrzymuje się na poziomie aż 85,9% (Gindling, Newhouse, 2013).

Tab. 1. Struktura pracujących (%) w krajach o różnym poziomie dochodu narodowego brutto

DNB*	Zatrudnieni (z wynagrodzeniem)	Zatrudnieni (bez wynagrodzenia)	Pracodawca	Samozatrudniony
niski	25,2	21,6	1,6	51,6
średni	46,0	18,2	2,4	33,5
średniowysoki	73,1	4,2	4,2	18,6
wysoki	85,9	1,0	3,7	9,3

* Niski: mniej niż 1,006 dolarów; średni 1,007–3,975 dolarów; średniowysoki 3,976–12,275; wysoki, pow. 12,276.

Źródło: opracowanie na podstawie: Gindling, Newhouse (2013). *Self-employment in developing world. Background paper for the world development report*

W świetle ostatnich statystyk odsetek samozatrudnionych dla krajów OECD w roku 2011 wynosił 15,8%. Dane dla poszczególnych krajów wskazują na jego dużą różnorodność. Do państw, w których odsetek pracujących na własny rachunek jest względnie niski (poniżej 10%), należą: USA (6,8%), Norwegia (6,9%), Estonia (8,6%), Kanada (8,9%) i Dania (9,1%). Najwyższe odsetki samozatrudnionych (powyżej 20%) notuje się w: Turcji (37,1%), Grecji (36,8%)², Meksyku (33,7%), Korei Płd. (28,8%), Brazylii (27,1%), Włoszech (25,1%), Polsce (22,4%) i Portugalii (21,9%). Polska z takim odsetkiem samozatrudnionych plasuje się zatem na trzecim miejscu wśród krajów Unii Europejskiej.

W latach 2000–2012 odsetek samozatrudnionych wykazywał tendencje do wzrostu tylko w trzech krajach – w Czechach, Holandii i Słowacji. W większości krajów następował niewielki spadek pracujących na własny rachunek. Znaczące spadki (powyżej 5 p.p.) wystąpiły w Turcji (14,3 p.p.), Korei Płd. (8,6 p.p.), w Grecji (o 5,2 p.p.), na Islandii (o 5,3 p.p.), w Polsce (5,0 p.p.). W każdym z krajów, z wyjątkiem Turcji i Meksyku, w populacji pracujących na własny rachunek przeważali mężczyźni (OECD, 2014) (tab. 2).

Sytuacja na krajowym rynku pracy wpływa na poziom mobilności pracowników, w tym na ich zagraniczne migracje zarobkowe. Te z kolei sprzyjają nasilaniu się przedsiębiorczości indywidualnej w populacji imigrantów. Ich wyższa od średniej skłonność do samozatrudnienia została rozpoznana i naukowo wyjaśniona już w latach 70. XX w. przez E. Bonacich (1973) w tzw. teorii pośredników (ang. *middleman minority theory*) i rozwinięta w pracach A. Portesa i L. Jensena (1989).

² Badania Eurobarometru wskazują, że w Grecji i na Cyprze odnotowano największy odsetek respondentów, którzy stwierdzili, iż woleliby pracować na własny rachunek (ok. 63%), niż być pracownikami. Natomiast w takich krajach, jak Irlandia, Litwa, Bułgaria, Włochy, Rumunia, Polska to deklarowane zainteresowanie było niższe o ok. 10%. Wskazane różnice w zadeklarowaniu chęci bycia osobą prowadzącą własną działalność w krajach o bardzo zbliżonym poziomie rozwoju gospodarczego badacze tłumaczą faktem dużego sentymentu do samozatrudnienia i sprzyjającym systemem polityki rynku pracy wobec przedsiębiorców.

Tab. 2. Samozatrudnienie w krajach OECD w latach 2000 i 2012 (%)

Kraj	Kobiety		Mężczyźni		Razem	
	2000	2012	2000	2012	2000	2012
Australia	10,4	8,3	16,1	12,3	13,6	10,5
Austria	12,2	10,8	13,9	15,6	13,1	13,3
Belgia	13,5	10,5	17,5	17,6	15,8	14,3
Chile	24,5	..	32,4	..	29,8	..
Czechy	10,2	13,5	19,1	22,3	15,2	18,5
Dania	5,7	5,6	12,1	12,3	9,1	9,1
Estonia	6,4	5,1	11,6	12,3	9,1	8,6
Finlandia	9,2	8,9	17,8	18,2	13,7	13,6
Francja	7,2	..	11,0	..	9,3	..
Grecja	38,9	31,2	43,7	40,6	42,0	36,8
Hiszpania	16,6	13,0	22,2	21,5	20,2	17,6
Holandia	9,4	11,7	12,6	18,5	11,2	15,3
Irlandia	8,6	7,5	25,9	24,8	18,8	16,7
Islandia	11,0	9,0	24,0	16,2	18,0	12,7
Izrael	9,3	..	18,3	..	14,2	..
Japonia	18,3	10,7	15,5	12,6	16,6	11,8
Kanada	9,2	8,0	11,8	9,7	10,6	8,9
Korea Płd.	38,4	26,0	35,7	29,8	36,8	28,2
Luksemburg	6,9	..	7,7	..	7,4	..
Meksyk	35,2	35,1	36,4	32,9	36,0	33,7
Niemcy	7,9	8,3	13,4	14,4	11,0	11,6
Norwegia	4,8	4,1	9,8	9,4	7,4	6,9
Nowa Zelandia	14,5	12,2	25,6	20,0	20,6	16,4
Polska	24,8	19,2	29,5	25,0	27,4	22,4
Portugalia	24,4	17,5	27,4	25,8	26,0	21,9
Słowacja	4,6	9,9	10,8	19,8	8,0	15,5
Słowenia	13,0	12,8	18,6	19,2	16,1	16,2
Stany Zjednoczone	6,1	..	8,6	..	7,4	6,8
Szwajcaria	12,3	10,5	13,9	10,7	13,2	10,7
Szwecja	5,7	5,9	14,5	14,6	10,3	10,5
Turcja	64,7	45,7	46,5	33,5	51,4	37,1
Węgry	10,5	8,8	19,1	14,3	15,2	11,7
Wielka Brytania	8,3	9,6	16,7	19,0	12,8	14,6
Włochy	22,0	18,3	32,3	30,0	28,5	25,1
OECD	15,1	..	19,6	..	17,7	..

Źródło: opracowanie na podstawie: OECD Factbook 2014

Do przedsiębiorców – pośredników zalicza się tych migrantów, którzy zakładają małe przedsiębiorstwa handlowe lub usługowe, działające w biednych lub postrzeganych za

niebezpieczne dzielnicach. Przyczyną podjęcia przez nich decyzji o założeniu działalności gospodarczej jest segmentacja rynku pracy i relatywnie małe szanse na pozyskanie zatrudnienia w sektorze pierwotnym. Samozatrudnienie kreuje dla nich wówczas możliwości zbliżone do sektora pierwotnego (przez wyłonienie się tzw. trzeciego sektora), często niedostępnego dla mniejszości etnicznych czy nowo przybyłych imigrantów (Bonacich, 1973; Portes, Jensen, 1989; Kopycińska, 2013). Ci przedsiębiorcy, którzy na tyle rozwinęli swoją działalność, że potrzebują zatrudnić pracowników, wykorzystują w tym celu zasoby siły roboczej innych migrantów, skłonnych pracować nieformalnie i za względnie niskie wynagrodzenie. Takim strategiom służy koncentracja przedsiębiorstw etnicznych na określonym obszarze (dzielnica miasta), które w ten sposób zaspokajają zarówno potrzeby własnej grupy, jak i społeczeństwa przyjmującego (Wysieńska, 2012).

Determinanty pozaekonomiczne

Różnice w odsetkach samozatrudnionych i ich strukturze płciowej w krajach o zbliżonym poziomie gospodarczym wskazują na to, że przedsiębiorczość indywidualna jest uwarunkowana przez wiele pozaekonomicznych czynników, zwanych także determinantami indywidualnymi. W dalszej części artykułu zamieszczono przegląd wyników badań teoretycznych i empirycznych na temat wpływu takich czynników pozaekonomicznych na poziom samozatrudnienia, jak: wiek, płeć, stan zdrowia, stan cywilny, posiadanie dzieci, wpływ innych osób, zwłaszcza członków rodziny, wykształcenie, cechy osobowości (zdolności przedsiębiorcze, skłonność do ryzyka), motywacje.

Wiek

Badania ustalające wpływ wieku na poziom przedsiębiorczości indywidualnej dowodzą tzw. U-kształtnej zależności wieku i samozatrudnienia. Jest ona konsekwencją trzech głównych czynników. Po pierwsze, ludzie z wiekiem akumulują kompetencje, nabywają nowe kwalifikacje, budują kapitał społeczny oraz finansowy. Z tego powodu, im większe są wszystkie wymienione „aktywa ludzkie”, tym rośnie szansa u ludzi odczuwających chęć kontynuowania swojej ścieżki kariery zawodowej przez samozatrudnienie na wdrożenie tego zamiaru w życie (Simoes i in., 2013).

Po drugie, wiek jest pozytywnie skorelowany z rosnącą potrzebą elastycznych godzin pracy, wynikającą z różnych przesłanek, w tym także z nasilających się własnych lub innych bliskich członków rodziny problemów zdrowotnych. W przypadku niemożności wynegocjowania elastycznego czasu pracy u pracodawcy osoby takie decydują się na samozatrudnienie po to, aby móc pogodzić potrzeby lub ograniczenia prywatne z wolą dalszej aktywności zawodowej.

Trzecia argumentacja wzrostu prawdopodobieństwa pracy na własny rachunek wraz z wiekiem odnosi się do chęci opóźnienia momentu opuszczenia rynku pracy (przejścia na emeryturę). Jak wskazują badania, coraz powszechniejsze staje się w populacji osób starszych przejście na samozatrudnienie i traktowanie go jako swoistego pomostu pomiędzy dotychczasową karierą zawodową a ostatecznym wyjściem z rynku pracy (Cahill i in., 2006; Kerr, Armstrong-Stassen, 2011).

Występują także czynniki negatywnie wpływające na prawdopodobieństwo samozatrudnienia wśród osób starszych. Są to: malejąca z wiekiem gotowość do podejmowania ryzyka,

słabsza kondycja fizyczna i psychiczna, mniejsza odporność na stres oraz relatywnie krótszy czas na odzyskanie kapitału zainwestowanego w rozpoczęcie własnej działalności (Hintermaier, Steinberger, 2005).

Ustalona została również zależność między wiekiem i bezpośrednio z nim związaną długością kariery zawodowej a prawdopodobieństwem podjęcia pracy na własny rachunek jako firma jednoosobowa lub jako przedsiębiorca zatrudniający pracowników. Stwierdzono, że wraz z wiekiem i doświadczeniem na rynku pracy rośnie wśród samozatrudnionych odsetek firm jednoosobowych (Lechmann, Schnabel, 2011).

Płeć

Badania prowadzone w krajach wysoko rozwiniętych wskazują na istnienie dużych różnic w prawdopodobieństwie wyboru ścieżki przedsiębiorcy pomiędzy kobietami a mężczyznami, na korzyść tych ostatnich. Stan ten pozostaje w opozycji do teorii dyskryminacji, która zawiera racjonalne wyjaśnienie spodziewanego, wyższego zainteresowania samozatrudnieniem u kobiet. Nierówne traktowanie kobiet w pracy i niższe wynagrodzenie powinno je skłaniać do samozatrudnienia, które może być strategią ucieczki od niesatysfakcjonującej sytuacji w pracy najemnej (Williams, 2012).

Wśród kobiet o zróżnicowanym poziomie wykształcenia i kraju pochodzenia stwierdzono, że ich motywacje i oczekiwania wobec pracy zawodowej są odmienne od oczekiwań mężczyzn. Mężczyźni częściej pragną wysokich dochodów, prestiżu i niezależności, co przypisuje się prowadzeniu własnej działalności gospodarczej. Kobietom bardziej zależy na zachowaniu równowagi między pracą zawodową a życiem prywatnym (rodzinnym) i na stabilności, a warunki te częściej spełniają prace najemne (Clark, 1997).

Niższe odsetki kobiet wśród populacji samozatrudnionych wynikają – jak wskazują badania – przede wszystkim z ich większej niechęci do podejmowania ryzyka w porównaniu z mężczyznami. Panowie mają bardziej rozległe sieci kontaktów społecznych, w dużej mierze zbudowanych w trakcie swoich działań zawodowych, co ułatwia im znalezienie nabywców na dobra lub usługi wytwarzane w pracy na własny rachunek. Role życiowe kobiet (macierzyństwo) i wynikające z nich przerwy w pracy zawodowej, na ogół większe niż u mężczyzn, a także zaangażowanie w życie rodzinne nie sprzyjają budowaniu podobnie dużej sieci kontaktów zawodowych. Ponadto kobiety, kiedy już wybiorą samozatrudnienie, są bardziej ostrożne w przyjmowanych strategiach i skali działania, ogniskują swoje działania w branżach, w których są nadreprezentowane (usługi, handel). Z tego powodu mają mniejsze szanse na rozwijanie firmy z dużym sukcesem. Istotna jest również struktura ukończonych przez kobiety kierunków kształcenia, które predestynują je częściej do pracy najemnej. Kobiety także rzadziej poszukują zewnętrznych źródeł finansowania, polegając przede wszystkim na swoich aktywach, co często ogranicza, a niekiedy bywa poważną barierą dla dobrego startu w samozatrudnienie (nie zainwestowano odpowiednich środków w infrastrukturę, sprzęt, reklamę itp.) (Taniguchi, 2002; Georgellis, Wall, 2005; Sena i in., 2012; Williams, 2012).

Stan zdrowia

Ustalenia dotyczące wpływu stanu zdrowia na poziom samozatrudnienia są niejednoznaczne. Dyskryminacja osób mających problemy zdrowotne czy niepełnosprawnych przez pracodawców jest uznawana za impuls do poszukiwania przez nich alternatywnych form

zatrudnienia. Wykonano zarówno badania dowodzące większego zainteresowania podjęciem pracy na własny rachunek wśród osób z problemami zdrowotnymi, jak i takie, które egzemplifikują odwrotną sytuację. Różnice wynikają w dużej mierze z polityki rynku pracy i polityki socjalnej, np. wobec osób niepełnosprawnych. Charakter tej polityki może, znacznie intensywniej niż sam stan zdrowia, zachęcać do pracy na własny rachunek lub studiować takie zamiary, a w związku z tym może również zmuszać do określonych zachowań na rynku pracy (Parker, Rougier, 2007; Jones, Latreille, 2011).

Stan cywilny, posiadanie dzieci

Wpływ stanu cywilnego na zachowania na rynku pracy, w tym na samozatrudnienie, cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem badaczy reprezentujących różne dyscypliny naukowe. Do najważniejszych aktualnych ustaleń w tym zakresie należy zaliczyć to, że pozostawanie w związku sprzyja wybieraniu ścieżki samozatrudnienia, co związane jest ze wsparciem materialnym i niematerialnym, którego udziela partner/współmałżonek zarówno na początku, jak i w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej. Pracujący współmałżonek zwiększa komfort i poczucie bezpieczeństwa osoby samozatrudnionej przez zapewnienie stałych środków utrzymania i umożliwienie przetrwania okresowych trudności finansowych. Ponadto może on partycypować w prowadzonym biznesie, np. pracować okresowo, nieodpłatnie i z największym zaangażowaniem w podejmowane działania, ponieważ kieruje nim pragnienie pomocy osobie najbliższej w osiągnięciu założonych celów. Aspekt oddziaływania niematerialnego jest nie mniej ważny na każdym etapie samozatrudnienia. Współmałżonek może być szczerym, krytycznym i długofalowym źródłem emocjonalnego wsparcia w toku działań towarzyszących tej formie zatrudnienia (Özcan, 2011).

Mniej jednoznaczne zdanie na temat korzystnego wpływu współmałżonka na samozatrudnienie przedstawione zostało w neoklasycystycznej teorii rodziny. Teoria ta zakłada, że ten małżonek, który „specjalizuje się” w czynnościach domowych, automatycznie mniej uwagi i czasu poświęca na pracę zawodową. Samozatrudnienie – jako szczególnie angażująca forma realizacji ścieżki zawodowej – wydaje się mało realne w przypadku tej osoby, która wykonuje większość czynności domowych. Fakt często nieproporcjonalnego (na niekorzyść kobiet) podziału obowiązków domowych w wielu rodzinach bardziej zatem sprzyja samozatrudnieniu małżonków płci męskiej (Becker, 1991).

Z drugiej strony, ostatnio przeprowadzone badania wyraźnie dowodzą, że zmiany społeczno-demograficzne skutkujące niestabilnością związków małżeńskich, wzrostem związków nieformalnych, rozwodów, partnerskim podziałem obowiązków rodzinnych osłabiają wpływ stanu cywilnego na samozatrudnienie, jednak przy dalszej pozytywnej korelacji między stanem małżeńskim a odsetkiem samozatrudnionych (Macieira, 2009; Özcan, 2011).

W badaniach empirycznych dominują też konkluzje o korzystnym wpływie ojcostwa/macierzyństwa na podjęcie drogi samozatrudnienia. Po pierwsze, posiadanie dzieci motywuje część rodziców do samozatrudnienia, ponieważ daje im ono szansę na osiągnięcie wyższych dochodów i tym samym stwarza lepsze warunki finansowe do wychowania oraz wykształcenia potomstwa. Po drugie, wychowywanie i opieka nad dziećmi często utrudnia pracę na etacie, wykonywaną w stałych godzinach i trwającą dość długo, co skłania rodziców do samozatrudnienia umożliwiającego im bardziej elastyczny czas pracy. Po trzecie, dzieci-nastolatki mogą pomagać w prowadzeniu biznesu, co może przyczyniać się do obniżenia kosztów i podniesienia jakości wykonywanych dóbr lub usług (Dawson i in., 2009).

W innych opracowaniach wskazuje się jednak, że bycie rodzicem zmniejsza prawdopodobieństwo samozatrudnienia, gdyż wymaga ono bardzo dużego zaangażowania (czasowego), co bywa niemożliwe do pogodzenia z obowiązkami rodzinnymi. Ponadto podkreślono, że poczucie odpowiedzialności za rodzinę może nasilać niechęć do podejmowania ryzyka, które wiąże się z prowadzeniem działalności bardziej niż praca etatowa (Fairchild, 2009).

Wpływ innych osób, zwłaszcza członków rodziny (zaplecze rodzinne), tradycje przedsiębiorcze w rodzinie

Tradycje przedsiębiorcze w rodzinie lub małżeństwo z osobą z rodziny przedsiębiorców odgrywają bardzo ważną rolę w podejmowaniu samozatrudnienia. Wiedza i kompetencje, niejako mimowolnie nabyte w środowisku rodziny, nasiąknięcie atmosferą przedsiębiorczości, kapitał kontaktów społecznych, zwłaszcza posiadanie rodziców – przedsiębiorców sprzyja wyborowi pracy na własny rachunek (Kirkwood, 2007). Klimat przedsiębiorczości w rodzinie, pozytywne doświadczenia rodziców w prowadzeniu własnej firmy zdecydowanie uprawdopodobniają powielenie ich ścieżki kariery zawodowej przez samozatrudnienie u dzieci. Doświadczenie przedsiębiorczości rodzinnej buduje w młodzieży przekonanie o wykonalności i realności ścieżki zawodowej przez działalność gospodarczą (Wach, 2015).

Ponadto, w sytuacji gdy rodzice prowadzą/prowadzili własną działalność gospodarczą, ich dzieci zakładały swoje firmy wcześniej niż rówieśnicy, a przyjęte przez nich strategie działania były skuteczniejsze. Jest to głównie efekt współuczestniczenia w prowadzeniu działalności przez rodziców, co skutkuje nie tylko naśladowaniem ich stylu pracy, lecz także krytyczną refleksją w tym zakresie. W ten sposób gromadzi się również bagaż bezpośrednich doświadczeń i obserwacji, które zwiększają szanse na długofalowe powodzenie we własnej karierze zawodowej przedsiębiorcy (Macieira, 2009). Zależność ta nie odnosi się wyłącznie do więzów krwi, ale również np. do związków małżeńskich (Blanchflower, 2000; Livanos, 2009). Jak wskazują badania, nawet trudności członków rodziny w toku prowadzenia własnej działalności gospodarczej nie mają negatywnych reperkusji w postaci zamiany decyzji pokolenia dzieci w zakresie samozatrudnienia (De Wit, van Winden, 1989).

Wykształcenie

Studia teoretyczne oraz badania empiryczne zgodnie wskazują na znaczący wpływ poziomu i kierunku wykształcenia na samozatrudnienie w krajach rozwiniętych oraz na mniej istotny wpływ tego czynnika w krajach słabo rozwiniętych. Wiele krajów europejskich zaczęło też włączać przedsiębiorczość do programów kształcenia na różnych poziomach edukacyjnych. Około dwie trzecie tych krajów prowadzi edukację w zakresie przedsiębiorczości w szkołach podstawowych, blisko połowa ma takie kursy w szkołach średnich. Rośnie też zainteresowanie przedsiębiorczością w edukacji akademickiej (van der Zwan i in., 2013).

Pozytywna korelacja poziomu wykształcenia i odsetka samozatrudnienia wynika z faktu, że im większy jest zasób kompetencji (rosnący z każdym kolejnym poziomem edukacji), tym niższe, szczególnie na pierwszym etapie, są koszty inicjowanej działalności gospodarczej (Henley, 2005; Dawson i in., 2009; Falk, Leoni, 2009). Wraz ze wzrostem wykształcenia zwiększa się też prawdopodobieństwo stania się pracodawcą. Jak bowiem zakłada E. Lazear w teorii *Jacks-of-all-trades* ('spec od wszystkiego, mistrz od niczego'), bycie przedsiębiorcą wymaga opanowania w wielu dziedzinach i posiadania o nich aktualnej, podstawowej wiedzy, która powinna być stale rozbudowywana i odświeżana. Przedsiębiorca nie musi być zatem ekspertem

w określonej branży, ponieważ ekspertami powinni być jego pracownicy, którym są wyznaczone określone zadania, ale powinien mieć taki zasób wiedzy z obszarów kompetencji swoich pracowników, by mógł skutecznie kierować i kontrolować efekty ich pracy³. Im dłużej człowiek się kształci, tym łatwiej przychodzi mu przyswajanie wiedzy. Korzystny wpływ wyższego wykształcenia na odsetek samozatrudnionych potwierdzają badania, wskazujące na większe możliwości bycia przedsiębiorcą w grupie tzw. *talented workers*, wśród których bezsprzecznie dominują osoby posiadające dyplom uczelni wyższej (Tyrowicz i in., 2015).

Te teoretyczne założenia znajdują potwierdzenie w badaniach empirycznych ustalających, że absolwenci studiów wyższych z większym prawdopodobieństwem założą własną działalność gospodarczą (Cooper i in., 1994). Posiadanie wyższego wykształcenia ma pozytywny wpływ na odsetek samozatrudnienia i wysoką nadreprezentatywność osób z dyplomem szkoły wyższej w strukturze pracodawców (Bates, 1990; Grotkowska, Sztanderska, 2007). Dowiedziono także, że edukacja wyższa wyraźnie pozytywnie oddziałuje na podejmowanie inicjatywy gospodarczej, zwłaszcza bezpośrednio po zakończeniu studiów. Już po czterech latach od uzyskania dyplomu nie ujawniał się statystycznie istotny wpływ umiejętności nabytych na studiach na podjęcie samozatrudnienia (Greene, Saridakis, 2008; Zbierowski, 2014).

Podobnie liczne są prace, które dowodzą, że pozytywna korelacja pomiędzy wyższym wykształceniem a samozatrudnieniem jest przynajmniej niejednoznaczna. Chronologicznie najwcześniejszym kontrargumentem było to, że przed długi okres edukacji dyplom, stopień i kwalifikacje w znacznie większym stopniu warunkowały wysoki status podmiotu na najemnym rynku pracy, niż wpływały na podejmowanie decyzji o założeniu własnej działalności gospodarczej (Piróg, 2014).

Cechy osobowości i motywacje

W pracach poświęconych wpływowi wybranych cech osobowości na prawdopodobieństwo pracy na własny rachunek za wiodące uznaje się: gotowość do podejmowania ryzyka, pewność siebie, wolę sukcesu, potrzebę autonomii, wysoką samoocenę, asertywność, niezależność, narcyzm (Simoes i in., 2013).

Empirycznie stwierdzono, że samozatrudnienie jest bardziej prawdopodobne u osób ekstrawertycznych, otwartych na nowe doświadczenia, ugodowych, sumiennych i stabilnych emocjonalnie (Caliendo i in., 2011).

Badania pozwalają na wskazanie siedmiu kluczowych motywacji, które wpływają na podjęcie decyzji o samozatrudnieniu i sprzyjają długofalowemu funkcjonowaniu na rynku pracy osób pracujących na własny rachunek, które często występują również w roli pracodawcy:

1. idiosynkratyczne (ang. *idiosyncratic entrepreneurship*) dotyczą osób, które decydują się na samozatrudnienie, ponieważ mają najczęściej wrodzone cechy i zdolności kognitywne w zakresie przedsiębiorczości, charakteryzują się ponadprzeciętną wolą walki i osiągnięć, bardzo wysokim poziomem optymizmu, naturalnym zmysłem przywódczym. Osoby te tylko w samozatrudnieniu znajdują spełnienie zawodowe;
2. racjonalne – popytowe (ang. *market-facing opportunity entrepreneurship*), wynikające z analizy popytu na określone dobra/usługi i chęci wypełnienia ustalonej luki. Osoby te często decydują się na rozpoczęcie działalności gospodarczej niezwiązanej z ich

³ Pracownik nie musi mieć szerokiej wiedzy, ale powinien być dobrym specjalistą w swojej, niekiedy wąskiej, dziedzinie. Potwierdziły to badania, w których ustalono, że wysokie wynagrodzenia pracowników są determinowane przez tę wąską specjalizację, czego nie odnotowano wśród pracodawców.

dotychczasowym doświadczeniem zawodowym i ukończonym kierunkiem kształcenia, ponieważ na nie – jak wynika z ich rozeznania – nie ma popytu;

3. racjonalne – podażowe (ang. *professional entrepreneurship*) dotyczą osób, które wybierają samozatrudnienie, aby móc samodzielnie decydować o dołączaniu się do zespołów profesjonalnych (jako podwykonawcy) i w ten sposób zdobywać coraz większe doświadczenie zawodowe w danej branży. Motywacją jest chęć efektywnego wykorzystania własnych kompetencji i ich bardziej dynamiczny rozwój;
4. rodzinne (ang. *family entrepreneurship*) odnoszą się do tych przedsiębiorców, którzy dołączają lub przejmują działalność gospodarczą od innych członków rodziny. Motywacją jest przede wszystkim chęć kontynuacji dotychczasowych dokonań, przeprowadzenie zmian mających na celu bardziej dynamiczny rozwój firmy;
5. psychologiczne – niezależności (ang. *independence-seeking*) cechują osoby stawiające na pierwszym miejscu potrzebę niezależności. Ich motywacje do samozatrudnienia wynikają głównie z intensywnej potrzeby bycia niezależnym, a w znikomym stopniu mają uwarunkowania ekonomiczne;
6. filozoficzne/przyjętego stylu życia (ang. *lifestyle entrepreneurs*) są prezentowane głównie przez kobiety i młodych ludzi, którzy świadomie wybierają samozatrudnienie z wewnętrznej potrzeby (nie konieczności) zachowania równowagi między pracą zawodową a życiem rodzinnym/osobistym, a która byłaby niemożliwa do realizacji w pracy na etacie;
7. potrzeby zmiany (ang. *reward-seeking entrepreneurship*) spotykane najczęściej na początku ścieżki kariery zawodowej u ludzi, którzy rezygnują z pracy na etacie, chcąc przez samozatrudnienie zmienić na lepsze swoje warunki pracy i poziom dochodów (Dawson i in., 2009).

Wnioski końcowe

Przeprowadzone studia prac teoretycznych i empirycznych po raz kolejny potwierdzają fakt, że ludzie mogą zdecydować się na samozatrudnienie z wielu powodów. Dla części osób wybór pracy na własny rachunek jest efektem ich przedsiębiorczej postawy, potrzeby zrealizowania indywidualnych aspiracji, planów, wyrażenia kreatywności i niezależności. Dla innych ta forma zatrudnienia stanowi alternatywę dla pracy etatowej, której nie mogą wykonywać ze względu na osobiste uwarunkowania rodzinne i życiowe. Dla jeszcze innych bywa to jedyny sposób na uniknięcie bezrobocia.

Na podstawie dokonanego przeglądu literatury można stwierdzić, że w grupie czynników ekonomicznych dowiedziono występowania dodatniej korelacji między samozatrudnieniem a:

- niekorzystną sytuacją na rynku pracy,
- trudnościami z przejściem do pierwotnego segmentu pośród migrantów zarobkowych,
- niższymi dochodami z alternatywnych form aktywizacji zawodowej,
- posiadaniem wyższego kapitału (finansów),
- możliwością swobodnego przemieszczania się pracowników poza granice kraju.

W grupie czynników pozaekonomicznych ustalono większą skłonność do zakładania własnej działalności:

- wśród mężczyzn i osób młodych (do 40 roku życia),
- wśród dorosłych dzieci (wnuków) przedsiębiorców,

- wówczas, kiedy podjęcie samozatrudnienia zyskuje akceptację najbliższego otoczenia,
- w populacji wykazującej motywację idiosynkratyczne oraz popytowo-podażowe,
- przez osoby posiadające wyższe wykształcenie.

Przedstawiona synteza wyników badań empirycznych, weryfikujących wpływ czynników ekonomicznych i pozaekonomicznych na poziom samozatrudnienia, wydaje się uprawniać do wskazania dalszych kierunków badań w tym nurcie. Jednym z nich jest potrzeba eksploracji roli edukacji w procesie podejmowania decyzji o rozpoczęciu działalności gospodarczej i wdrażania tego zamiaru do działań praktycznych. Pomimo rosnącego zainteresowania systemu edukacji przedsiębiorczością, przejawiającego się we wprowadzaniu kursów o tej tematyce do programów kształcenia na różnych poziomach, brak jest naukowej oceny realnego oddziaływania edukacji w zakresie przedsiębiorczości na podejmowanie samozatrudnienia. Odczuwa się także niedobór prac poświęconych metodom badań tego typu problemów. Luki te nie wynikają z nieświadomości potrzeby takich badań wśród specjalistów, ale z czasochłonności (niezbędne badania co najmniej kilkunastoletnie), kosztochłonności, trudności organizacyjnych i z wysokiego ryzyka osiągnięcia niewystarczającego poziomu responsywności, co uniemożliwia przeprowadzenie analiz spełniających wszystkie wymagania stawiane rzetelnym badaniom naukowym. Z drugiej strony, ich podjęcie wydaje się być kluczowe nie tylko z punktu widzenia diagnozy implementacji efektów kształcenia z przedsiębiorczości do praktyki, weryfikacji skuteczności przyjmowanych strategii metodycznych oraz dydaktycznych w trakcie realizowania kursów, lecz także budowania nowoczesnych teorii efektywnego kształcenia w tym zakresie.

Literatura

References

- Bates, T. (1990). Entrepreneur human capital inputs and small business longevity. *The Review of Economics and Statistics*, 4, 551–559.
- Becker, G. (1991). *A treatise on the family*. Cambridge: Harvard University Press.
- Blanchflower, D.G. (2000). Self-employment in OECD countries. *Labour Economics*, 7(5), 471–505.
- Bonacich, E. (1973). A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*, 38(5), 583–594.
- Cahill, K., Giandrea, M., Quinn, J. (2006). Retirement patterns from career employment. *The Gerontologist*, 46(4), 514–523. DOI: 10.1093/geront/46.4.514
- Caliendo, M., Fossen, F., Kritikos, A. (2011). Personality characteristics and the decision to become and stay self-employed. *IZA Discussion Paper*, 5566.
- Chodyński, A. (2008). Przedsiębiorczość i innowacyjność a kompetencje – aspekty strategiczne. *Zeszyty Naukowe Szkoły Humanitas*, 2, 31–39.
- Chyba, Z. (2015). Rola potencjału technologicznego w kształtowaniu przedsiębiorczości technologicznej. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 4, 27–35.
- Clark, A.E. (1997). Job satisfaction and gender: why are women so happy at work? *Labour Economics*, 4(4), 341–372. DOI: 10.1016/S0927-5371(97)00010-9
- Cooper, A.C., Gimeno-Gascon, F.J., Woo, C.Y. (1994). Initial human capital and financial capital as predictors of a new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9, 371–395. DOI: 10.1016/0883-9026(94)90013-2
- Czerniachowicz, B. (2011). Uwarunkowania przedsiębiorczości korporacyjnej na podstawie przedsiębiorstw z województwa zachodniopomorskiego. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Uniwersytet Szczeciński*, 21, 197–206.
- Dawson, Ch., Henley, A., Latreille, P. (2009). Why do individuals choose self-employment? *IZA Discussion Papers*, 3974.

- De Wit, G., van Winden, F.A. (1989). An empirical analysis of self-employment in the Netherlands. *Small Business Economics*, 1(4), 263–272. DOI: 10.1007/BF00393805
- Douglas, E., Shepherd, D. (2002). Self-employment as a career choice: attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81–90.
- Fairchild, G. (2009). Residential segregation influences on the likelihood of ethnic self-employment. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 373–395. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2009.00295.x
- Falk, M., Leoni, T. (2009). Characteristics of self-employment among university graduates. *Applied Economics Letters*, 16(10), 1065–1071. DOI: 10.1080/13504850701335319
- Georgellis, Y., Wall, H. (2005). Gender differences in self-employment. *International Review of Applied Economics*, 19(3), 321–342. DOI: 10.1080/02692170500119854
- Gindling, T.H., Newhouse, D. (2013). *Self-employment in developing world. Background paper for the world development report 2013*.
- Greene, F., Saridakis, G. (2008). The role of higher education skills and support in graduate self-employment. *Studies in Higher Education*, 33(6), 653–672. DOI: 10.1080/03075070802457082
- Grotkowska, G., Sztanderska, U. (2007). Samozatrudnienie. W: *Edukacja dla pracy. Raport o rozwoju społecznym Polska 2007*. Warszawa: UNDP, 115–116.
- Henley, A. (2005). Job creation by the self-employed: the roles of entrepreneurial and financial capital. *Small Business Economics*, 25, 175–196. DOI: 10.1007/s11187-004-6480-1
- Hintermaier, T., Steinberger, T. (2005). Occupational choice and the private equity premium puzzle. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 29(10), 1765–1783. DOI: 10.1016/j.jedc.2004.11.001
- Jones, M., Latreille, P. (2011). Disability and self-employment: evidence for the UK. *Applied Economics*, 43(27), 4161–4178. DOI: 10.1080/00036846.2010.489816
- Kaczorowski, P. (2011). *Samozatrudnienie jako forma przedsiębiorczości w województwie łódzkim – ocena dotychczasowego stanu, bariery i perspektywy*. Łódź: Wydawnictwo Naukowe UŁ.
- Kerr, G., Armstrong-Stassen, M. (2011). The bridge to retirement: older workers' engagement in post-career entrepreneurship and wage-and-salary employment. *Journal of Entrepreneurship*, 20(1), 55–76. DOI: 10.1177/097135571002000102
- Kirkwood, J. (2007). Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13(1), 39–59. DOI: 10.1108/13552550710725174
- Kopycińska, D. (2013). Determinanty przedsiębiorczości indywidualnej emigrantów zarobkowych z województwa zachodniopomorskiego. *Przegląd Zachodniopomorski*, 3(1), 137–156.
- Korpysa, J. (2011). Popytowo-podażowy model przedsiębiorczości indywidualnej. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, 6(737), 34–41.
- Koźmiński, A.K. (2004). *Zarządzanie w warunkach niepewności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kraska, E. (2010). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. *Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae*, 14(1), 247–257.
- Kunasz, M. (2013). Analiza determinant wyboru momentu rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej. *Management and Business Administration. Central Europe*, 22, 65–79. DOI: 10.7206/mba.ce.2084-3356.99
- Kunasz, M. (2014). Skłonność do samozatrudnienia i determinanty wyboru docelowej formy aktywności zawodowej w świetle wyników badań studentów. *Optimum. Studia Ekonomiczne*, 2(68), 116–131.
- Lechmann, D., Schnabel, C. (2011). Are the self-employed really Jacks-of-all-trades? Testing the assumptions and implications of Lazear's theory of entrepreneurship with German data. *IZA Discussion Paper*, 6157.
- Lemańska-Majdzik, A. (2008). Rola osoby przedsiębiorcy w rozwoju przedsiębiorczości indywidualnej. W: G. Maniak (red.), *Problemy ekonomii i polityki gospodarczej (materiały konferencyjne)*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe US, 136–146.
- Lemańska-Majdzik, A. (2013). Powody prowadzenia własnej działalności gospodarczej małych firm. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie*, 1, 48–56.

- Livanos, I. (2009). What determines self-employment? A comparative study. *Applied Economics Letters*, 16(3), 227–232. DOI: 10.1080/13504850601018320
- Macieira, M.H.C. (2009). *The determinants of self-employment*. Universidade Tecnica de Lisboa.
- OECD (2014). Self-employment. W: *OECD Factbook 2014: Economic, environmental and social statistics*. OECD Publishing.
- Özcan, B. (2011). Only the lonely? The influence of the spouse on the transition to selfemployment. *Small Business Economics*, 37(4), 465–492. DOI: 10.1007/s11187-011-9376-x
- Parker, S., Rougier, J. (2007). The retirement behaviour of the self-employed in Britain. *Applied Economics*, 39(6), 697–713. DOI: 10.1080/00036840500447807
- Piróg, D. (2014). Uwarunkowania przedsiębiorczości absolwentów szkół wyższych: założenia teoretyczne i stan rzeczywisty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 306–315.
- Portes, A., Jensen, L. (1989). The enclave and the entrants: Patterns of ethnic enterprise in Miami before and after Mariel. *American Sociological Review*, 54, 929–949.
- Sena, V., Scott, J., Roper, S. (2012). Gender, borrowing patterns and self-employment: some evidence for England. *Small Business Economics*, 38(4), 467–480. DOI: 10.1007/s11187-010-9272-9
- Simoes, N., Moreira, S.B., Crespo, N. (2013). Individual determinants of self-employment entry – What do we really know? *MPRA Paper*, 1–44.
- Szepelska, A. (2013). Samozatrudnienie jako forma wspierania rozwoju przedsiębiorczości regionów. *Ekonomia i Prawo*, 12(1), 69–80. DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/EiP.2013.006>
- Taniguchi, H. (2002). Determinants of women's entry into self-employment. *Social Science Quarterly*, 83(3), 875–893. DOI: 10.1111/1540-6237.00119
- Tyrowicz, J. (2011). What distinguishes entrepreneurs? Evidence on the motives for self-employment. *Economic Letters*, 112, 226–221. DOI: 10.1016/j.econlet.2011.05.010
- Tyrowicz, J., Liberda, B., Smyk, M. (2015). Talented workers as entrepreneurs: a new approach to aspirational self-employment. *Working Papers*, 18(166).
- Wach, K. (2015). Środowisko biznesu rodzinnego jako stymulanta intencji przedsiębiorczych młodzieży akademickiej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 16(7), cz. 3, 25–40.
- Williams, D. (2012) Gender discrimination and self-employment dynamics in Europe. *The Journal of Socio-Economics*, 41(2), 153–158. DOI: 10.1016/j.soc.2011.08.029
- Wysieńska, K. (red). (2012). *Sprzedawać, gotować, budować? Plany i strategie Chińczyków i Wietnamczyków w Polsce*. Warszawa: ISP.
- Zbierowski, P. (2014). Determinanty intencji przedsiębiorczej studentów – wyniki badań. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 51–63.
- van der Zwan, P., Zuurhout, P., Hessels, J. (2013; 2015, 10 września). *Entrepreneurship education and self-employment: the role of perceived barriers*. Panteia/EIM bv. Pozyskano z: <http://www.ondernemerschap.nl/pdf-ez/H201301.pdf>

Danuta Piróg, dr hab., jest adiunktem w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jej zainteresowania naukowe dotyczą: roli usług edukacyjnych w przygotowywaniu człowieka do optymalnego funkcjonowania w integrującej się Europie, ze szczególnym uwzględnieniem przestrzeni wielokulturowych; metod badań z zakresu geografii społecznej, głównie innowacji dotyczących metod i technik społecznych badań jakościowych; funkcjonowania człowieka na rynku pracy w zmieniających się warunkach, na przykładzie absolwentów studiów wyższych. Autorka swoje doświadczenie naukowe pogłębiała przez czynny udział oraz kierowanie krajowymi i międzynarodowymi projektami badawczymi. Aktualnie zajmuje się przede wszystkim wielowymiarowymi analizami czynników warunkujących procesy tranzykcji absolwentów szkół wyższych na rynek pracy oraz nowoczesnymi strategiami diagnozy predyspozycji zawodowych.

Danuta Piróg, PhD, an associated professor at the Pedagogical University of Cracow (Institute of Geography). Her research interests are concerning the following three core areas: the role of educational services in preparing people to function, in the best possible way, in integrating Europe, with particular

consideration to multicultural settings; social geography research methods, particularly innovations in methods and techniques of social qualitative research; people's functioning on the labour market in evolving circumstances, using the example of higher education graduates. She has been a member of various scientific projects on national and European level. Currently her scientific surveys are devoted to multidimensional analysis of determinants of HE graduates transition into the labour market and an innovative strategies of vocational counselling.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Dydaktyki Geografii
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: dbutryn@up.krakow.pl

AGNIESZKA ŻUR

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska ■ Cracow University of Economics, Poland

Możliwości i ograniczenia przedsiębiorczości w kontekście zwalczania wykluczenia społecznego

Contributions and Limitations of Entrepreneurship in Fighting Social Exclusion

Streszczenie: Artykuł przedstawia przedsiębiorczość jako realną odpowiedź na narastające problemy społeczne, w szczególności lokalne, związane z wykluczeniem społecznym jednostek i grup. Ma charakter eksploracyjno-analityczny i oparty jest na przeglądzie literatury tematu, jak również na analizie istniejących rozwiązań praktycznych na styku przedsiębiorczości społecznej i wykluczenia społecznego. Opracowanie sugeruje, że przedsiębiorczość może być ścieżką wyjścia z zamkniętego obszaru wykluczenia społecznego, jeśli przedsiębiorca podejmie wysiłek działań przedsiębiorczych w tym obszarze. Aby tak się stało, musi on zidentyfikować okazję przedsiębiorczą, która staje się punktem wyjścia do działań przedsiębiorczych w ramach samozatrudnienia, przedsiębiorczości komercyjnej bądź też przedsiębiorczości społecznej. Wykluczenie społeczne może stanowić zatem punkt wyjścia do okazji przedsiębiorczej. Istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że jest ukrytym źródłem cennych zasobów ludzkich, kompetencji, talentów i pracy. Wnioski końcowe opracowania prezentują potencjalne ścieżki wyjścia z obszaru wykluczenia społecznego przez przedsiębiorczość oraz przedstawiają przewagę ścieżek opartych na przedsiębiorczości nad rozwiązaniami związanymi z pomocą państwa lub organizacji charytatywnych.

Abstract: The article is devoted to the contemporary role of entrepreneurship in fighting social exclusion. It presents entrepreneurship as a potential answer to social problems relating to social exclusion. The study has an exploratory and analytical character and is based on an integrated literature review as well as analysis of existing practical solutions on the intersection of social entrepreneurship and social exclusion. The study suggests that entrepreneurship can be an effective path of exiting the area of social exclusions for individuals and groups, through self-employment, commercial or social entrepreneurship. Social exclusion can therefore be the source of entrepreneurial opportunity, holding hidden human and work resources. Conclusions present potential pathways created by entrepreneurial actions enabling social inclusion and the advantages of these over state-led or charity-based solutions.

Słowa kluczowe: inkluzja społeczna; przedsiębiorczość; przedsiębiorstwo społeczne; wykluczenie społeczne

Keywords: entrepreneurship; social exclusion social inclusion; social enterprise

Otrzymano: 12 stycznia 2016

Received: 12 January 2016

Zaakceptowano: 26 lutego 2016

Accepted: 26 February 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Żur, A. (2016). Możliwości i ograniczenia przedsiębiorczości w kontekście zwalczania wykluczenia społecznego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 315–325.

Wstęp

Przedmiotem niniejszego artykułu jest zjawisko wykluczenia społecznego. Opracowanie podejmuje temat współczesnej roli przedsiębiorczości w zwalczaniu tego niepożądanego zjawiska. Opiera się za założeniu, że istniejące na rynku przedsiębiorstwa wykorzystują narzędzia ekonomiczne do osiągania nie tylko celów ekonomicznych, ale też, w sposób celowy lub niecelowy, do realizacji celów społecznych. Dodatkowo, przekształcają zasoby rynkowe w kapitał społeczny (Stryjan, 2004), co uzasadnia podjęcie próby analizy ich potencjalnej roli w zwalczaniu wykluczenia społecznego.

Wiodącym problemem badawczym niniejszego artykułu jest identyfikacja roli przedsiębiorstw społecznych w zwalczaniu wykluczenia społecznego. Podstawowe pytania badawcze to:

1. Czy przedsiębiorczość może odgrywać istotną rolę w zwalczaniu wykluczenia społecznego?
2. Czy sytuacje wykluczenia społecznego mogą stanowić punkt wyjścia do okazji przedsiębiorczych?
3. Czy przedsiębiorczość społeczna ma przewagę w zwalczaniu wykluczenia społecznego nad rozwiązaniami polityki społecznej państwa i organizacjami charytatywnymi?

Celem naukowym badania jest zatem zidentyfikowanie roli przedsiębiorczości w zwalczaniu wykluczenia społecznego. W ramach tak sformułowanego celu głównego wyodrębniono szereg celów szczegółowych:

1. Identyfikacja kluczowych konceptualizacji wykluczenia społecznego w świetle literatury.
2. Identyfikacja potencjalnych sposobów, którymi przedsiębiorczość przyczynia się do zwalczania wykluczenia społecznego.
3. Konceptualizacja okazji przedsiębiorczych opartych na sytuacjach wykluczenia społecznego określonych grup społecznych.
4. Zaproponowanie modelu inkluzji społecznej w kontekście przedsiębiorczości społecznej.

Artykuł składa się z założeń metodycznych, w których przedstawiono proces badawczy, części teoretycznej oraz wniosków końcowych stanowiących podsumowanie rozważań.

Założenia metodyczne

Ostatnie dekady przyniosły nową falę dyskusji naukowych w ramach poszukiwania optymalnych modeli zwalczania wykluczenia społecznego. Rosnąca liczba opracowań kwestionuje jednowymiarowy model oparty na interwencji oraz aktywnej polityce państwa i postuluje wielowymiarowe podejście do rozwiązywania problemu wykluczenia społecznego, oparte na współwystępowaniu i komplementarności rozwiązań sektora państwowego, sektora *non-profit* i sektora *for-profit* (Skillen et al., 2007). Kluczową rolę w tej nowej fali zajmuje przedsiębiorczość jako czynnik podnoszący skuteczność i efektywność walki z wykluczeniem społecznym.

Teoria przedsiębiorczości koncentruje się na identyfikacji i eksploatacji okazji rynkowych. Poszukuje odpowiedzi na pytania: gdzie, jak i dlaczego w pewnych kontekstach

społeczno-ekonomicznych okazje rynkowe się pojawiają lub są kreowane, a następnie eksploatowane (Shane, Venkataraman, 2000). Niniejsze opracowanie sytuuje się w nurcie rozważań poświęconych postrzeganiu określonych warunków społecznych lub kondycji społecznej (jak wykluczenie społeczne) jako okazji przedsiębiorczej. Na podstawie dostępnych opracowań krajowych i zagranicznych autorka zmierza do określania roli przedsiębiorczości w zwalczaniu wykluczenia społecznego.

Opracowanie ma charakter eksploracyjno-analityczny i oparte jest na przeglądzie literatury tematu, jak również na analizie istniejących rozwiązań praktycznych na styku przedsiębiorczości społecznej i wykluczenia społecznego. Podstawową metodą badawczą jest krytyczna analiza treści zgromadzonego materiału literaturowego oraz wnioskowanie logiczne.

Przyjęta metodyka badań opiera się na podejściu dedukcyjnym, a więc usystematyzowanym procesie, w trakcie którego etapowa analiza zgromadzonego materiału prowadzi do formułowania wniosków. Zgromadzony materiał składał się ze źródeł literaturowych w postaci monografii i artykułów naukowych, krajowych i zagranicznych z obszaru przedsiębiorczości, socjologii, polityki społecznej, jak również treści pochodzących z opracowań Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej oraz Komisji Europejskiej.

Wykluczenie społeczne

Zjawisko wykluczenia społecznego jest pojęciem szerokim, wielowymiarowym i niejednoznacznym. Komisja Europejska podkreśla dwa aspekty wykluczenia społecznego: aspekt partycypacji społecznej oraz relatywność zasobów w zależności od miejsca zamieszkania. Definiuje osoby wykluczone społecznie jako takie, których zasoby są tak ograniczone, że wykluczają ich z akceptowanych na poziomie minimalnym standardów życia obowiązujących w danym kraju członkowskim. Taka konceptualizacja jednoznacznie sugeruje, że wykluczenie społeczne jest kategorią płynną, zależną od geograficznego występowania, poziomowi społeczno-gospodarczego kraju i aktualnie występujących norm ekonomicznych i społecznych (Szopa B., Szopa A., 2011).

Różnice w konceptualizacjach, definicjach, jak również w sposobie analizowania przyczyn wykluczenia, można rozciągnąć na osi ograniczonej dwoma konkurencyjnymi podejściami do badania problemów społecznych w socjologii (Eitzen et al., 2012):

1. *person-blame approach* – podejście, które postrzega jednostkę jako głównego sprawcę swojego losu i analizuje jednostkowe indywidualne powody oraz przesłanki wykluczenia społecznego. Ta grupa definicji ujmuje zjawisko wykluczenia społecznego jako niepodjęcie zwyczajowej i społecznie akceptowanej drogi życiowej przez jednostki lub wypadanie z tej drogi z przyczyn zależnych i/lub niezależnych od tej jednostki;
2. *system-blame approach* – podejście, które koncentruje się na badaniu systemowych warunków wykluczenia społecznego, związanych z równym dostępem do zasobów, systemowym wsparciem dla osób doświadczonych losowo lub nieradzących sobie w życiu.

Przykładem drugiej grupy definicji jest definicja wykluczenia społecznego przyjęta w *Narodowej Strategii Integracji Społecznej dla Polski* następującej treści: „Wykluczenie społeczne to brak lub ograniczenie możliwości uczestnictwa, wpływania i korzystania z podstawowych instytucji publicznych i rynków, które powinny być dostępne dla wszystkich, a w szczególności dla osób ubogich” (Ministerstwo Pracy..., 2003: 22).

Współlistniejące współcześnie definicje wykluczenia społecznego sytuują to zjawisko w czterech podstawowych kontekstach (Szarfenberg, 2006):

1. uczestnictwa w życiu społecznym,
2. dostępu do zasobów, dóbr i instytucji społecznych,
3. ubóstwa i deprywacji potrzeb,
4. praw społecznych i możliwości ich realizacji.

Przyczyny wykluczenia społecznego bywają bardzo złożone i rozpatrywane są zazwyczaj w ujęciu procesowym. Polskie Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej identyfikuje szereg obszarów przyczyniających się do wykluczenia społecznego: „Wykluczenie społeczne dotyczy jakości życia osób, rodzin lub grup ludności, które znalazły się w niekorzystnych warunkach ekonomicznych i/lub społecznych (bieda, ubóstwo materialne, prześladowanie społeczne), gdyż:

- zostają dotknięte niekorzystnymi procesami społecznymi, wynikającymi z masowych i dynamicznych zmian rozwojowych, np. dezindustrializacji, kryzysów, gwałtownego upadku branż czy regionów;
- nie zostały wyposażone w kapitał życiowy umożliwiający im zdobycie normalnej pozycji społecznej, odpowiedniego poziomu kwalifikacji, wejście na rynek pracy lub założenie rodziny, co dodatkowo utrudnia dostosowywanie się do zmieniających się warunków społecznych i ekonomicznych;
- nie mają dostępu do odpowiednich instytucji pozwalających na wyposażenie w kapitał życiowy, jego rozwój i pomnażanie, co wynika z niedorozwoju tych instytucji spowodowanego brakiem priorytetów, brakiem środków publicznych, niską efektywnością funkcjonowania;
- doświadczają przejawów dyskryminacji, zarówno wskutek niedorozwoju właściwego ustawodawstwa, jak i kulturowych uprzedzeń oraz stereotypów;
- mają cechy utrudniające im korzystanie z powszechnych zasobów społecznych ze względu na zaistnienie niesprawności, uzależnienia, długotrwałej choroby albo innych cech indywidualnych;
- są przedmiotem niszczącego działania innych osób, np. przemocy, szantażu, indoktrynacji” (Ministerstwo Pracy..., 2003: 21).

Zawarte w dokumencie polskiego ministerstwa przyczyny wykluczenia zawodowego nakreślają szerokie spectrum problemów społecznych, które dotyczą jednostki i grupy objęte wykluczeniem społecznym. Dodatkowo należy zauważyć współzależność wielu problemów; poszczególne wymiary wykluczenia społecznego często nakładają się na siebie, pogłębiając marginalizację.

Zatem można powiedzieć, że wykluczenie społeczne wiąże się nieodzownie z różnymi deficytami jednostki, rodziny lub grupy, które obniżają poziom życia poniżej akceptowalnego społecznie minimum.

Walka z wykluczeniem społecznym i inkluzja społeczna

Mając powyższe rozważania na uwadze, można przyjąć, że inkluzja społeczna jest procesem odwrotnym do wykluczenia społecznego i polega na zapewnieniu takiego dostępu do zasobów materialnych, finansowych, społecznych kulturowych, który gwarantuje poziom życia zgodny z poziomem minimalnych standardów obowiązujących w danym kraju, jak również dostęp do instytucji społecznych i rynków. Przeciwdziałanie i walka z wykluczeniem społecznym

tradycyjnie utożsamiane są z aktywną polityką społeczną państwa, w drugiej kolejności – z organizacjami pozarządowymi, i w trzeciej kolejności – z podmiotami gospodarczymi (Dess, 2007).

Bezspornie państwo ma najszerzej rozwinięty aparat przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu i jego zwalczania z racji gospodarowania znacznymi zasobami przeznaczonymi do tych celów, systemem organizacyjnym obejmującym teren całego kraju oraz aparatem ludzi obsługujących i wdrażających politykę państwa w tym zakresie. Istnieją jednak rozległe obszary życia społecznego, gdzie państwu nie udaje się wprowadzić trwałych zmian. Do tych obszarów należy wykluczenie społeczne. Najczęściej wymieniane powody nieudolności państwa w programach społecznych to: rozbudowana biurokracja, wpływy polityczne i kreowanie zależności (a czasem nawet roszczeniowości) zamiast zaradności (Dess, 2007). Rozwiązania odgórne są z natury oparte na rozbudowanych strukturach i obciążone biurokacją, co nie sprzyja kreatywności i wdrażaniu innowacji. Ponadto programy rządowe nie wykazują wrażliwości na specyfikę lokalnych warunków, problemów i zasobów. Polityki państwowe funkcjonują w sztywnych ramach programów i budżetów rządowych, często pod wpływem nacisków politycznych. Po dekadach eksperymentowania z różnymi formami rządzenia i interwencji społecznej, wiemy już, że państwo posiada mechanizmy skuteczne dla określonych interwencji społecznych, ale nie dla wszystkich. W konsekwencji państwo często występuje współcześnie w roli nieudolnego świadcziela pomocy społecznej, a nie agenta pożądanych zmian społecznych.

Rolę państwa w ograniczaniu wykluczenia społecznego uzupełniają organizacje charytatywne i pozarządowe. Część z nich ma charakter filantropijny i ogranicza się do świadczenia pomocy potrzebującym. Częstą ich słabością jest kreowanie zależności, gdyż organizacje charytatywne z założenia mają nieść ulgę i pomoc, a nie inicjować trwałe zmiany społeczne. Ponadto większość tych organizacji dysponuje bardzo ograniczonymi środkami, a możliwość działalności zarobkowej jest w ich przypadku znacznie ograniczona.

Zatem zarówno polityka państwa, jak i działalność organizacji charytatywnych posiada istotne ograniczenia w przeciwdziałaniu i zwalczaniu wykluczenia społecznego.

Rola przedsiębiorczości w zwalczaniu wykluczenia społecznego

Ostatnie dekady przyniosły gwałtowny rozwój teorii przedsiębiorczości, rozszerzający zakres tego zjawiska poza sferę komercyjną. Przedsiębiorczość utożsamiana jest dzisiaj przede wszystkim z identyfikacją i eksploatacją okazji przedsiębiorczych (Shane, Venkataraman, 2010). Inna popularna definicja określa przedsiębiorczość jako proces rozciągania możliwości poza granice posiadanych zasobów w celu generowania korzyści (Stevenson, Jarillo-Mossi, 1986). Tak szerokie ujęcie tego zjawiska pozwala poszukiwać procesów przedsiębiorczych i owoców tych procesów w sferze nie tylko gospodarczej, ale też społecznej czy też kulturalnej. Przedsiębiorczość jako pewien szczególny rodzaj aktywności ludzkiej generuje korzyści na wielu polach i przyczynia się do szeroko pojętego rozwoju społeczno-gospodarczego krajów (Austin et al., 2006). Kontekst podejmowanych działań może się zmieniać, jednak sedno, czyli mobilizacja zasobów i eksploatacja okazji przedsiębiorczych oraz generowanie korzyści pozostają niezmiennie.

Należy zatem przyrzeć się potencjalnym korzyściom, które niesie przedsiębiorczość pojmowana jako aktywność ludzka zorientowana na cel, charakteryzująca się proaktywnością, innowacyjnością i podejmowaniem skalkulowanego ryzyka (Miller, 1983) dla sfery wykluczenia społecznego. Komisja Europejska przyjęła przedsiębiorczość za podstawowy element swojej

polityki społecznej: „Przedsiębiorczość jest również napędem rozwoju osobistego i może przyczyniać się do stanu społecznej harmonii, kiedy możliwość prowadzenia swojej działalności gospodarczej jest osiągalna dla każdego, niezależnie od pochodzenia i lokalizacji” (*European Commission Entrepreneurship Action Plan*, 2004: 3).

Zatem pierwszym i podstawowym sposobem, w jaki przedsiębiorczość przyczynia się do walki z wykluczeniem społecznym, jest możliwość założenia i prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Dla wielu osób wykluczonych społecznie z uwagi na swoje pochodzenie, niepełnosprawność lub miejsce zamieszkania, możliwość samozatrudnienia jest sposobem na aktywny udział w życiu społeczno-gospodarczym, niezależność finansową i rozwój. Należy pamiętać, że samozatrudnienie i stanie się przedsiębiorcą to droga dostępna tylko dla wybranych osób objętych wykluczeniem społecznym. Osoby bezdomne, trwale bezrobotne, upośledzone umysłowo najczęściej nie mają dostępu nawet do minimalnych zasobów finansowych, informacyjnych i społecznych, aby udźwignąć to wyzwanie.

W drugiej kolejności należy przyrzeć się, co inni przedsiębiorcy mogą zrobić dla osób wykluczonych społecznie. Jak przedsiębiorczość innych może przyczyniać się do inkluzji społecznej? Bezpośrednią formą walki z wykluczeniem społecznym jest generowanie miejsc pracy. W przypadku przedsiębiorczości komercyjnej ten potencjał sprowadza się w pierwszej kolejności do generowania miejsc pracy, co należy uznać za bezpośredni i najbardziej pożądaný sposób walki z wykluczeniem społecznym. Konsekwentnie od *Strategii lizbońskiej* to właśnie zatrudnienie i możliwość pracy zarobkowej uznana jest za najskuteczniejszy sposób walki z wykluczeniem społecznym i powrotu do pełnego życia społecznego (inkluzji społecznej) (Dieckhoff, Gallie, 2007), gdyż opiera się na aktywności, sprawczości i samostanowieniu osób niegdyś wykluczonych społecznie z powodu bezrobocia. Nowa *Strategia lizbońska* (2005) wiele uwagi poświęca zatrudnieniu jako podstawowej formie aktywizacji osób wykluczonych społecznie i podkreśla rolę nie tylko kreacji nowych miejsc pracy, lecz także kreacji lepszych miejsc pracy, czyli trwałych, bezpiecznych, dających możliwość zdobywania cennych kompetencji i możliwość awansu zawodowego oraz społecznego.

Należy również zwrócić uwagę na pośrednią rolę przedsiębiorczości komercyjnej w przeciwdziałaniu wykluczeniu społecznemu. Polega ona na dbaniu o rozwój zawodowy, osobisty i społeczny osób zatrudnionych. Praca jest miejscem, gdzie człowiek ma możliwość rozwijania kompetencji zawodowych, nawiązywania relacji społecznych i realizacji siebie. Ponadto małe i średnie przedsiębiorstwa są filarem lokalnych społeczności, powiązane licznymi zależnościami i relacjami z siecią lokalnych dostawców, producentów, odbiorców, konsumentów i instytucji. Przyczyniają się one do budowania żywej tkanki społecznej. Pośrednia rola przedsiębiorczości komercyjnej odnosi się również do aktywnych działań na rzecz społeczności lokalnej w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu. Z uwagi na swoją nieanonimowość, wpłatanie w sieć lokalnych relacji, małe i średnie przedsiębiorstwa przyjmują nieraz bardzo aktywną funkcję we wspieraniu rozwoju społecznego: pośrednio w partnerstwie z lokalnymi organizacjami społecznymi lub bezpośrednio przez wsparcie dla lokalnych domów dziecka, organizację imprez lub prowadzenie fundacji, programów poświęconych konkretnemu problemowi społecznemu.

W toku identyfikacji potencjału przedsiębiorczości w walce z wykluczeniem społecznym nie można pominąć przedsiębiorstw społecznych, czyli przedsiębiorstw założonych i prowadzonych w celu realizacji celów społecznych. Taka formuła działania zalicza je do grupy przedsiębiorstw społecznych. W Polsce są to liczne spółdzielnie i mniej liczne podmioty prawa handlowego jak dzielność osób fizycznych czy też spółka z ograniczoną odpowiedzialnością,

prowadzone w celach społecznych (w języku potocznym: *non-profit*). Polskie prawo przewiduje prowadzenie spółki z o.o. w celach społecznych. W takich przedsiębiorstwach gospodarowanie zyskiem ogranicza się do reinwestowania w cel spółki i nie podlega podziałowi między udziałowców. Prowadzenie działalności społecznej w formie prawnej tradycyjnie zarezerwowanej dla przedsiębiorców komercyjnych ma swoje zalety, gdyż pozostawia przedsiębiorcy najszersze pole niezależności decyzyjnej i finansowej, co przekłada się na elastyczność i dynamiczność takich przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwem społecznym nazywa się organizację, której przedmiotem działania są innowacyjne przedsięwzięcia podejmowane na zasadach rynkowych w ramach lub na styku sektora prywatnego, publicznego i/lub sektora *non-profit* w celu generowania korzyści społecznych (Austin et al., 2006). Taka definicja przedsiębiorczości społecznej zakłada niezależność samego przedsiębiorcy lub grupy przedsiębiorców i swobodę ich działania w ramach wolego rynku oraz oparcie działalności na innowacyjnym pomysle.

Przedsiębiorstwa społeczne w sposób bezpośredni mogą przyczyniać się do walki z wykluczeniem społecznym lub przeciwdziałania temu zjawisku. Z definicji realizują cel społeczny, który może polegać na wyprowadzaniu ludzi z bezdomności, nałogów, bezrobocia przez zatrudnienie, aktywizację, cykle szkoleń, formy aktywności i zaangażowania społecznego. Przedsiębiorstwa społeczne polegają często na pracy wolontariuszy, budują relacje z różnymi organizacjami i instytucjami, tak aby realizować ambitne cele społeczne i generować społeczną wartość dodaną.

Podsumowując, przedsiębiorczość może przyczyniać się do walki z wykluczeniem społecznym po pierwsze przez kreowanie przestrzeni do samozatrudnienia, a po drugie – przez działania przedsiębiorców komercyjnych i społecznych.

Wykluczenie społeczne jako okazja przedsiębiorcza

Okazja jest centralną nicią przewodnią w teorii przedsiębiorczości. Należy zatem postawić pytanie: czy sytuacja wykluczenia społecznego może być punktem wyjścia okazji przedsiębiorczej?

Jak zostało wspomniane na wstępie, sytuacje wykluczenia społecznego charakteryzują się przede wszystkim ubóstwem materialnym (bezrobocie, bezdomność) bądź prześladowaniem społecznym (dyskryminacja, stereotypizacja). Obydwa przypadki kreują często bezradność ludzi i niemożność samodzielnego wyjścia z zaistniałego stanu. Ludzie bez perspektyw i możliwości samodzielnego działania na rzecz poprawienia swojego losu nierzadko są bardzo mocno zmotywowani do podjęcia działań i zmiany swojej sytuacji. Wysoki poziom motywacji może stanowić ten rzadki zasób, o który pracodawcy zabiegają na rynku pracy. Dodatkowo, ludzie wykluczeni społecznie mogą posiadać cenne kompetencje, zdobyte na wcześniejszych etapach swojego życia bądź nabyte w trakcie bezdomności lub bezrobocia, kiedy o każdy zasób życiowy musieli walczyć (Hall et al., 2012). Przedsiębiorcy, którzy zidentyfikują ten stan rzeczy jako okazję przedsiębiorczą, będą poszukiwać ludzi do pracy i do współpracy.

Podobnie przedstawia się sytuacja ludzi prześladowanych lub dyskryminowanych. Taka sytuacja stawia ich w słabej pozycji przetargowej na rynku pracy. Niemożność znalezienia zatrudnienia może okazać się powodem bardzo dużej motywacji, oddania i ponadprzeciętnej rzetelności w pracy w sytuacji zatrudnienia przez przedsiębiorcę.

Rosnąca liczba autorów zwraca uwagę na ukryte zasoby w obszarze wykluczenia społecznego i na dole piramidy społecznej. Okazje przedsiębiorcze mogą w tym obszarze dotyczyć zasobów ludzkich, kapitału społecznego i siły roboczej, ale również potencjalnych konsumentów. C. Prahalad (2007) zwraca uwagę na nasycenie rynków w krajach wysoko rozwiniętych i na okazje przedsiębiorcze ukryte w dolnych obszarach piramidy społecznej, gdzie zasoby są skromne, ale za to potrzeby są wielkie. Autor przywołuje szereg przykładów innowacyjnych produktów i usług skierowanych do odbiorców objętych wykluczeniem społecznym, które przyczyniają się do walki z tym zjawiskiem. Ich konsumenci nie raz uzyskują dofinansowanie z programów rządowych lub organizacji *non-profit* na pokrycie kosztów zakupu.

Wykluczenie społeczne może stanowić zatem punkt wyjścia do okazji przedsiębiorczej. Istnieje wysokie prawdopodobieństwo, że jest ukrytym źródłem cennych zasobów ludzkich, kompetencji, talentów i pracy. Ponadto obszary wykluczenia społecznego mogą stać się rynkiem zbytu bardzo specyficznych produktów i usług przeznaczonych dla ludzi o niezaspokojonych potrzebach elementarnych. Przedsiębiorczość w obszarze wykluczenia społecznego wymaga jednak wrażliwości społecznej, wyobraźni, dokładnego rozpoznania i zdiagnozowania rynku oraz innowacyjności (Konda et al., 2015).

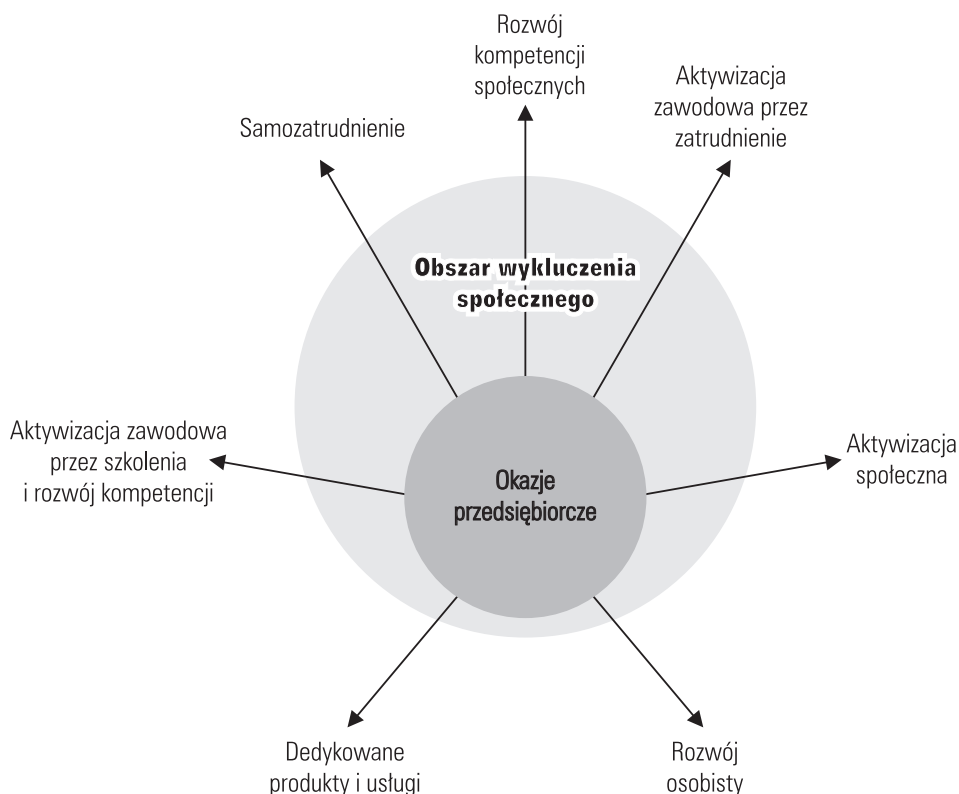
Wnioski

Wnioski z niniejszego opracowania zostały przedstawione na rycinie 1. Przedsiębiorczość może być ścieżką wyjścia z zamkniętego obszaru wykluczenia społecznego, jeśli przedsiębiorca podejmie wysiłek działań przedsiębiorczych w tym obszarze. Aby tak się stało, musi on zidentyfikować okazję przedsiębiorczą, która staje się punktem wyjścia do działań przedsiębiorczych w ramach samozatrudnienia, przedsiębiorczości komercyjnej bądź też przedsiębiorczości społecznej. Inkluzja społeczna następuje w wyniku wyjścia człowieka z obszaru wykluczenia społecznego przez: podjęcie działalności gospodarczej, podjęcie pracy u przedsiębiorcy, wykorzystanie oferty szkoleń i programów aktywizacji prowadzonych przez przedsiębiorców społecznych, ofert produktów i usług przeznaczonych dla tej grupy społecznej, rozwój swoich kompetencji zawodowych i/lub kompetencji społecznych.

Przedsiębiorczość otwiera zatem potencjalnie szerokie pole do zwalczania wykluczenia społecznego i – co więcej – daje szereg wyjątkowych korzyści i przewag nad rozwiązaniami centralnymi. Wprowadzenie na scenę przemian społecznych prywatnej inicjatywy i przedsiębiorczości otwiera nowe ścieżki rozwoju i niesie ze sobą szereg potencjalnych korzyści. Pierwsza istotna kontrybucja to innowacje. Teoria rozwoju gospodarczego Schumpetera (1960) stawia przedsiębiorców w centrum zainteresowania jako tych, którzy wprowadzają nowe kombinacje zasobów i nowe rozwiązania. Przypisał on przedsiębiorcy rolę burzyciela równowagi rynkowej i innowatora, który w poszukiwaniu zysku w nowy sposób łączy czynniki produkcji. Według tego autora główną siłą sprawczą rozwoju gospodarczego są przedsiębiorcy (nie administratorzy) obdarzeni duchem kreatywnej destrukcji. Burzą to, co przestarzałe i nieefektywne, a uruchamiają to, co twórcze i nowe. Przedsiębiorczość niesie zatem obietnicę postępu w sferze społecznej i walki z wykluczeniem społecznym.

Po drugie, przedsiębiorczość społeczna opiera się na ekonomicznym rachunku i efektywnym działaniu. To stanowi zarówno o kontrybucji, jak i ograniczeniu społecznego wymiaru przedsiębiorczości. Przedsiębiorca działa na własne ryzyko i odpowiedzialność, w ramach zasad rynkowych i każde jego przedsięwzięcie podlega naturalnej weryfikacji rynkowej.

Ryc. 1. Inkluzja społeczna przez przedsiębiorczość



Źródło: opracowanie własne

Proces naturalnej selekcji generowany przez prawa rynku jest najlepszym jak do tej pory mechanizmem weryfikacyjnym przedsięwzięć. Skuteczne, potrzebne i rynkowe rozwiązania przetrwają i będą się rozwijały, a słabsze zostaną wyeliminowane. Aktywność przedsiębiorców społecznych w sferze socjalnej na warunkach rynkowych umożliwia społeczeństwu eksperymentowanie, testowanie nowych rozwiązań oraz uczenie się nowego działania przy zdecydowanie niższym ryzyku dla sfery budżetowej. Nie można tego powiedzieć o programach rządowych, które zabudżetowane są na określany czas z góry i prowadzone niezależnie od swojej skuteczności.

Autonomia przedsiębiorców i działanie w ramach wolego rynku oznaczają, że posiadają oni swobodę mobilizowania zasobów, zarówno finansowych, jak i ludzkich. Tej możliwości nie mają organizacje pozarządowe działające w Polsce najczęściej w formie stowarzyszeń, spółdzielni i fundacji. Przedsiębiorcy mają swobodę korzystania z różnych źródeł finansowania oraz współpracy z różnymi podmiotami. Ponadto przedsiębiorcy, działając niezależnie od struktur rządowych na własne ryzyko i odpowiedzialność, posiadają większą możliwość mobilizowania innych zasobów, w tym ludzkich, szybkiego reagowania na zmiany, dostrajania się do potrzeb rynku i potrzeb społecznych. Tak rozumiana elastyczność podnosi ich efektywność.

Przedsiębiorczość, zarówno komercyjna, jak i społeczna, jest zatem obiecującym kierunkiem rozwoju w kontekście zwalczania wykluczenia społecznego, gdyż opiera się na przeobrażaniu problemów w okazje przedsiębiorcze, a jej rozwiązania nie generują postaw roszczeniowych, a raczej postawy aktywne i poczucie sprawczości i odpowiedzialności. Prezentuje wyraźne korzyści dla społeczeństwa, gdyż stawia sobie za cel zmiany na lepsze w sferze społecznej, niesie ze sobą innowacje i postęp, wykorzystuje szanse niedostrzegalne dla innych oraz podlega weryfikacji rynkowej. Przyszłe kierunki badań powinny weryfikować te założenia i analizować efekty działalności przedsiębiorczej w sferze wykluczenia społecznego, zarówno pod względem jakościowym, jak i ilościowym.

Literatura

References

- Austin, J., Stevenson, H. i Wei-Skillern J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1–22.
- Blackburn, R. i Ram, M. (2006). Fix or fixation? The contributions and limitations of entrepreneurship and small firms to combating social exclusion. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(1), 73–89.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Rowman & Littlefield.
- Dess, J.G. (2007). Taking Social Entrepreneurship seriously, *Society*, 44(3), 24–33.
- Dieckhoff, M., Gallie, D. (2007). The renewed Lisbon Strategy and social exclusion policy. *Industrial Relations Journal*, 38(6), 480–502.
- Drucker, P.F. (1985). Entrepreneurial strategies. *California Management Review (pre-1986)*, 27(000002).
- Eitzen, D. S., Zinn, M.B., Eitzen Smith, K. (2012). *Social problems*, Allyn&Bacon.
- Eckhardt, J.T., Shane, S. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of management*, 29(3), 333–349.
- European Commission *Entrepreneurship Action Plan* (2004). Brussels: Commission of the European Communities.
- Hall, J., Matos, S., Sheehan, L., Silvestre, B. (2012). Entrepreneurship and Innovation at the base of the pyramid: a recipe for inclusive growth or social exclusion?. *Journal of Management Studies*, 49(4), 786–812.
- Konda, I., Starc, J., Rodica, B. (2015). Social challenges are opportunities for sustainable development: tracing impacts of social entrepreneurship through innovations and value creation. *Ekonomске Teme*, 53(2), 215–233.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770–791.
- Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. (2003). *Narodowa Strategia Integracji Społecznej dla Polski*, Warszawa.
- Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej (2013). *Krajowy Program Przeciwdziałaniu Ubóstwu i Wykluczeniu Społecznemu 2020. Nowy Wymiar Aktywnej Integracji*, Warszawa.
- Prahalad, C. (2007). *The fortune at the bottom of the pyramid: eradicating poverty through profits*, Upper Saddle River, New York.
- Schumpeter, J.A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*, Warszawa: PWN.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of management review*, 25(1), 217–226.
- Skillen, J., Austin, J., Stevenson, H. (2007). *Entrepreneurship in the social sector*, Sage Publications.
- Stevenson, H., Jarrillo-Mossi. J.C. (1986). Preserving entrepreneurship as companies grow. *Journal of Business Strategy*, 7(1), 10–23.

- Stevenson, H. i. Jarillo, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic management journal*, 11(5), 17–27.
- Stryjan, J. (2004). The Practice of Social Entrepreneurship. W: J. Tragalski (red.) *Entrepreneurship, Employment and Beyond*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Akademickiego w Krakowie.
- Szarfenberg, R. (2006). *Marginalizacja i wykluczenie społeczne*. Warszawa: Instytut Polityki Społecznej.
- Szopa, B., Szopa, A. (2011). Wykluczenie finansowe a wykluczenie społeczne. *Zeszyty Naukowe*, 11, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.

Agnieszka Żur, doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu, absolwentka, a następnie pracownik Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Autorka publikacji z zakresu przedsiębiorczości organizacyjnej oraz przedsiębiorczości społecznej. Zainteresowania badawcze: przedsiębiorczość społeczna, metodyka nauczania. Wieloletnie doświadczenie w nauczaniu przedsiębiorczości i zarządzania. Certyfikowany trener oraz tutor akademicki (w systemie OxCam). Specjalista w zakresie aktywnych metod nauczania na uczelniach wyższych. Członek Academy of Management od 2010 r. Gościnne wykłady m.in. dla Grand Valley State University (Grand Rapids, USA), Western Michigan University (Kalamazoo, USA), Durham University i Luton University (Wielka Brytania), Sodertorn University (Sztokholm, Szwecja).

Agnieszka Żur, PhD in Management (corporate entrepreneurship). A graduate and later employee of the Cracow University of Economics. The author of publications on corporate entrepreneurship and social entrepreneurship. Current research areas include: social entrepreneurship, teaching methodology, socially engaged teaching and learning. Extensive experience in entrepreneurship and management teaching. The certified trainer and academic OxCam tutor. The member of Academy of Management since 2010. A guest lecturer for Grand Valley State University (Grand Rapids, USA), Western Michigan University (Kalamazoo, USA), Durham University and Luton University (Great Britain), Sodertorn University (Stockholm, Sweden).

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków, Polska
e-mail: zura@uek.krakow.pl

Artykuł powstał w ramach projektu badawczego nr 054/WE-KPI/02/2015/S/5054 pt. „Przedsiębiorczość inkluzywna: współczesne wyzwania i perspektywy rozwoju” sfinansowanego ze środków przyznanych Wydziałowi Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego.

MAŁGORZATA KOSAŁA

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska ■ Cracow University of Economics, Poland

Przedsiębiorczość imigrantów w państwach UE i krajach OECD

Immigrant Entrepreneurship in the EU and OECD Countries

Streszczenie: Uwarunkowania rozwoju współczesnej gospodarki wiążą się z procesami globalizacyjnymi. Jednym z kluczowych elementów takiej gospodarki są migracje. Decyzja o emigracji wymaga przełamania wielu barier, podjęcia ryzyka. Wyzwaniem staje się funkcjonowanie w nowych warunkach społeczno-gospodarczych, gdzie każde podjęte działanie nacechowane jest innowacyjnością. Można postawić tezę, że działania takie wymagają od emigrantów rozwiniętych zachowań przedsiębiorczych. Połączenie zjawisk, takich jak migracje i przedsiębiorczość, a w konsekwencji analiza przedsiębiorczości imigrantów staje się interesującym polem badawczym. Celem głównym opracowania jest analiza zjawiska przedsiębiorczości wśród imigrantów oraz określenie istotnych obszarów dla dalszych prac badawczych. W ramach tak określonego celu poruszono zagadnienia odnoszące się do zachowań przedsiębiorczych oraz problematyki migracji. Dla potrzeb realizacji celu wykorzystano dostępną literaturę przedmiotu. Odczuwa się pewien niedosyt w zakresie prowadzonych badań, szczególnie pogłębionych, kompleksowych. W niektórych krajach (np. Grecja) można zauważyć wyższy wskaźnik samozatrudnienia wśród rdzennych mieszkańców, natomiast w innych (np. Polska) wśród imigrantów. Można przypuszczać, że na taki obraz mają wpływ z jednej strony bariery przedsiębiorcze dla emigrantów (kapitał, ograniczenia formalno-prawne), a z drugiej skłonność rodzimych mieszkańców do prowadzenia własnej firmy. Powstaje pytanie, na ile te różnice są wynikiem zachowań przedsiębiorczych, ograniczeń formalno-prawnych, wymuszonej przedsiębiorczości. Poznanie motywów migracji wśród przedsiębiorców imigrantów, z uwzględnieniem narodowości imigrantów oraz branży, w której działają w poszczególnych krajach, pozwoliłoby na formułowanie precyzyjnych wniosków.

Abstract: Determinants of the development of modern economies are associated with globalization processes. One of the key elements of the new economy is migrations. Decisions about migration require overcoming many challenges. The functioning in the new socio-economic conditions becomes challenging, whereas every action is connected with innovation. It can be argued that it requires immigrants to be more entrepreneurial. The combination of phenomena such as migration and entrepreneurship, and consequently the analysis of immigrant entrepreneurship, is becoming an interesting research field. The main objective of the study is to analyze the phenomenon of entrepreneurship among immigrants and to identify important areas for further research in this field. As part of that objective, the article addresses issues related to entrepreneurial behavior and migration. The article is based on available literature review. We can observe some in-depth comprehensive deficiency in the literature. In some countries (e.g. Greece), you will notice a higher rate of self-employment among indigenous people, in others (e.g. Poland) among immigrants. It can be assumed that such a picture is affected on the one hand by the barriers towards entrepreneurial immigrants (capital, legal constraints) and

on the other, by the tendency of native residents to run their own businesses. The question is to what extent these differences are the result of entrepreneurial behavior, constraints, formal and legal, forced entrepreneurship. Ascertaining the reasons for migration among immigrant entrepreneurs, including the immigrant nationalities and the industry in which they operate in individual countries, would allow to formulate proper conclusions.

Słowa kluczowe: migracja; przedsiębiorczość; przedsiębiorczość imigrantów

Keywords: entrepreneurship; immigrant entrepreneurship; migration

Otrzymano: 11 stycznia 2016

Received: 11 January 2016

Zaakceptowano: 12 maja 2016

Accepted: 12 May 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Kosała, M. (2016). Przedsiębiorczość imigrantów w państwach UE i krajach OECD. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 326–340.

Wstęp

Współczesne uwarunkowania gospodarcze powinny być rozpatrywane w kontekście wszechobecných procesów globalizacyjnych. Rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnej, którego skutkiem jest łatwy dostęp do informacji oraz duża możliwość pozyskiwania wiedzy i jej weryfikacji, wpływa na globalne postrzeganie przestrzeni społeczno-gospodarczej. Możliwość pozyskiwania wszelkich zasobów w warunkach globalnych i wykorzystanie tej szansy przełożyły się na nawiązywanie i rozwój współpracy międzynarodowej. W ślad za rozwojem tej współpracy na gruncie gospodarczym zmianom ulegały uwarunkowania polityczno-prawne, które wpłynęły na liberalizację przepisów o ruchu granicznym, by w rezultacie, jak w przypadku krajów należących do strefy Schengen, pozwolić na swobodny przepływ osób wewnątrz strefy, który dotyczy nie tylko obywateli tych państw, lecz wszystkich osób przekraczających granice wewnętrzne na terenie objętym porozumieniem (wszelkiej narodowości i o dowolnym obywatelstwie).

Procesy migracyjne, które od zawsze występowały i które są jak najbardziej naturalnym zjawiskiem, stają się współcześnie coraz intensywniejsze. Głównych przyczyn migracji można upatrywać w różnicach dotyczących sytuacji gospodarczej (np. polepszenie warunków materialnych) lub politycznej (np. zagrożenie działaniami wojennymi, dyskryminacja wyznaniowa).

Decyzja o emigracji i jej realizacja stanowi spore wyzwanie. Wiąże się z przełamaniem wielu barier, podjęciem pewnego ryzyka czy zaangażowaniem kapitału. Można postawić tezę, że działania takie wymagają od emigrantów rozwiniętych zachowań przedsiębiorczych. Ponadto nie mniejszym wyzwaniem dla obcokrajowców staje się umiejętne funkcjonowanie w nowych warunkach społeczno-gospodarczych, gdzie każde podjęte i zrealizowane działanie nacechowane jest innowacyjnością. Przedsiębiorczość jest jednym ze sposobów odnalezienia się w nowych warunkach, a analiza problematyki przedsiębiorczości wśród imigrantów staje się interesującym zagadnieniem badawczym. W opracowaniu odniesiono się zarówno do zagadnień migracji, jak i przedsiębiorczości.

Celem głównym podjętych badań, realizowanych w oparciu o wykorzystanie dostępnej literatury przedmiotu jest analiza zjawiska przedsiębiorczości wśród imigrantów oraz określenie istotnych obszarów dla dalszych prac badawczych w tym zakresie.

Zachowania przedsiębiorcze

Przedsiębiorczość można rozpatrywać w kontekście zjawiska ekonomicznego, społecznego, jak również w zakresie zarządzania (Glinka, Gudkova, 2011). Definicje przedsiębiorczości w literaturze przedmiotu odnoszą się do (Wach, 2013; 2015a):

- rynku, czyli działań przedsiębiorczych w gospodarce,
- osobowości, tj. cech osobowych przedsiębiorców,
- czynności menedżerskich, czyli specyficznego sposobu zarządzania,
- indywidualnego przedsiębiorcy.

Istota przedsiębiorczości sprowadza się do umiejętności wyszukiwania szans i okazji rynkowych oraz ich aktywnego wykorzystania, z uwzględnieniem ryzyka, jakie jest z tym związane (ujęcie procesowe). Skutkiem działań przedsiębiorczych jest uzyskanie wyższej efektywności w ramach dostępnych zasobów, a przedsiębiorczość utożsamiana jest z procesem tworzenia nowej wartości. Przedsiębiorczość związana jest z cechami i zachowaniami osób, jest kwestią praktyki i motywacji (Targalski, Kosała, Pichur, 2007: 90). W centrum uwagi staje zatem osoba – przedsiębiorca, który wykazuje się szczególnymi cechami i umiejętnościami pozwalającymi na podejmowanie tego rodzaju działań (ujęcie osobowościowe).

Wśród cech charakteryzujących osoby podejmujące działania przedsiębiorcze i składających się na postawę przedsiębiorczą można wymienić: inicjatywę, przywództwo, komunikatywność, umiarkowaną skłonność do ryzyka, elastyczność, pomysłowość, kreatywność, umiejętność przewidywania, zdolność podejmowania decyzji, niezależność, pozytywne nastawienie do krytyki, optymizm, potrzebę osiągnięć, wytrwałość, optymizm, umiejętność rozwiązywania problemów, spostrzegawczość i wyobraźnię (Gibb, 1990; Drucker, 1991; Piasecki, 1997; Domurat, 2011).

Przedsiębiorczość odnosi się do przedsiębiorcy, czyli osoby prowadzącej działalność gospodarczą, ważnego uczestnika systemu społeczno-gospodarczego (aspekty prawne, rola w gospodarce, zakres działania), wyróżniającego się najczęściej przedsiębiorczymi cechami (problematyka dotycząca cech osobowych) i realizującego przedsięwzięcia (specyficzny sposób zarządzania, ukierunkowany na podejmowanie szans rynkowych i wprowadzanie innowacji) w przedsiębiorstwie (jednostka gospodarcza prowadząca działalność gospodarczą). Jest to uproszczenie zagadnienia, jednak pozwala ono na pokazanie jego złożoności definicyjnej (Kosała, 2014). Wspieranie przedsiębiorczości umożliwia optymalizowanie korzyści w zakresie prowadzenia firmy. Wpływa również na aktywne kształtowanie kariery zawodowej oraz osiąganie odpowiedniej pozycji społecznej poprzez umiejętne, efektywne lokowanie zasobów (Kosała, Pichur, 2008).

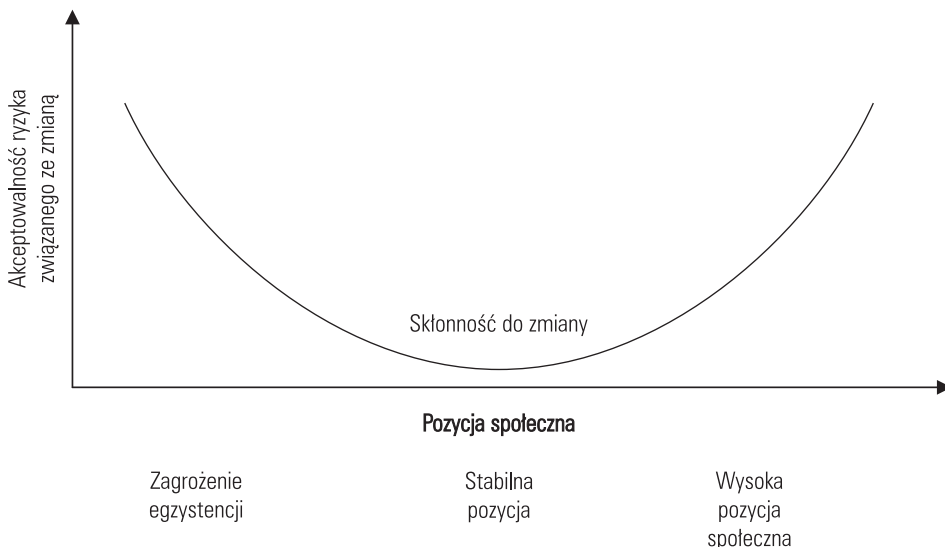
Aby zrozumieć, jakie mechanizmy rządzą intencjami przedsiębiorczymi poszczególnych jednostek, warto wykorzystać koncepcję psychologiczno-socjologiczną pochodzącą z połowy lat 80. XX w., opracowaną przez I. Ajzena (1991) – teorię planowanego zachowania (ang. *theory of planned behavior*, TPB), zgodnie z którą intencje zachowania zależą od trzech antecedenencji: od tego, jakie mamy do tego zachowania nastawienie, od postrzeganej kontroli zachowania, czyli wykonalności, oraz od norm społecznych, które kształtują postrzeganie tego zachowania (Wach, 2015b).

Migracje a przedsiębiorczość

Ciekawym problemem badawczym staje się połączenie przedsiębiorczości ze zjawiskiem migracji. Imigranci stanowią bowiem specyficzną grupę społeczną, która charakteryzuje się skłonnością do podejmowania aktywności związanej z wysokim stopniem niepewności i ryzyka, jaką jest decyzja o osiedleniu się w obcym kraju.

Skłonność do migracji można wyrazić jako funkcję dwóch zmiennych: akceptowalności ryzyka oraz odczuwanej pozycji społecznej (ryc. 1).

Ryc. 1. Skłonność osób do migracji



Źródło: opracowanie własne

Skłonność do podejmowania ryzykownych działań w zależności od zajmowanej pozycji społecznej, przy określonym poziomie ryzyka, jest wysoka w sytuacji zagrożenia egzystencji (migracje ekonomiczne) i maleje wraz ze stabilizacją pozycji społecznej, aż do jej unormowania. W przypadku osób o stabilnej pozycji skłonność ta osiąga swój punkt krytyczny (minimum) i jest to sytuacja, która zachęca do utrzymania *status quo*. W miarę wzrostu pozycji społecznej osoby chętniej podejmują działania migracyjne, przy czym z zupełnie innych powodów (migracje poznawcze, turystyczne). Można przyjąć, że we współczesnych warunkach migracje będą się nasilały, a przedsiębiorczość pozwoli na efektywniejszą asymilację w nowej społeczności.

Migracje – modele, znaczenie w gospodarce

Słowo „migracja” pochodzi od łacińskiego wyrazu *migratio* i oznacza przesiedlenie, a szczegółowiej – demograficzne wędrówki albo ruch mechaniczny (fizyczny) ludności, czyli przemieszczenia terytorialne związane ze względnie trwałą zmianą miejsca zamieszkania (*Internetowa encyklopedia PWN*). Można wskazać wiele rodzajów migracji, posługując się wybranymi kryteriami. Ze względu na kryterium (*Internetowa encyklopedia PWN*):

- a. czasu wyróżnia się migracje:
 - stałe (trwała zmiana miejsca zamieszkania),
 - czasowe (sezonowa lub okresowa zmiana miejsca zamieszkania),
 - wahadłowe (codzienne dojazdy z miejsca zamieszkania do miejsca pracy lub nauki);
- b. odległości rozróżnia się migracje:
 - wewnętrzne (w obrębie danego państwa – wewnątrzregionalne lub międzyregionalne),
 - zewnętrzne (poza granice państwa – kontynentalne, międzykontynentalne);
- c. organizacji można wyróżnić migracje:
 - żywiołowe, planowe (np. repatriacje),
 - legalne,
 - nielegalne,
 - dobrowolne,
 - przymusowe (przesiedlenia, wysiedlenia, deportacje);
- d. przyczyny migracje dzieli się na:
 - zarobkowe,
 - rodzinne,
 - narodowościowe,
 - religijne,
 - polityczne,
 - edukacyjne,
 - rekreacyjne,
 - turystyczne.

Biorąc pod uwagę kierunki napływu ludności, wyróżnia się imigrację, która oznacza napływ ludności na dane terytorium, natomiast jej odpływ określany jest jako emigracja. Reemigracja zaś to powrót do dawnego miejsca zamieszkania (migracja powrotna).

Badania ludzkich migracji zostały zdominowane przez naukowców antropologii (dane pochodzą z wielu dyscyplin, tj. z archeologii, etnologii, antropologii kulturowej, a opracowane modele mają tendencję do skupiania się na początkach społeczeństwa), historii i socjologii. Socjologiczne podejście do analizy zjawiska migracji zaowocowało opracowaniem licznych teoretycznych modeli koncentrujących się na zjawiskach ekonomicznych, demograficznych, społecznych czy politycznych, które w znacznym stopniu się pokrywają. Funkcjonujące obecnie teorie migracji podejmują próbę odpowiedzi na pytania: kto, dlaczego i gdzie migruje oraz jakie są następstwa tego procesu (Clark, 1986; J. Lucassen i in., 2010; Holobinko, 2012). Główne zainteresowania badawcze poruszające problematykę migracji odnoszą się do (Portes, Bach, 1985 za: Włoch, 2015):

- genezy migracji,
- kierunku i ciągłości przepływów migrantów,
- wykorzystania imigranckiej siły roboczej,
- społeczno-kulturowej adaptacji imigrantów.

Wśród wypracowanych teorii, modeli migracyjnych (tab. 1), można wyróżnić takie, które zwracają uwagę na czynniki negatywne – „wypychające” z kraju macierzystego mieszkańców, czynniki korzystne – „przyciągające” imigrantów do danego kraju, elementy gospodarki pozwalające na maksymalny zwrot z inwestycji czy też wynikające z korzystania z sieci społecznych, jak również takie, które odnoszą się do chęci pozyskiwania nowych doświadczeń, motywów poznawczych oraz swobody wyboru miejsca zamieszkania w świecie „bez granic”. O ile początki migracji były determinowane czynnikami ekonomicznymi i również aktualnie mają

istotne znaczenie, o tyle warto zwrócić uwagę na kwestie migracji wynikające z chęci światowego wyboru miejsca zamieszkania rozważanego w kontekście globalnym (np. migracje emerytów niemieckich czy mieszkańców Skandynawii do cieplejszych rejonów świata).

Tab. 1. Przegląd głównych teorii/modeli migracyjnych

Teoria/Model	Podstawowe założenia	Mankamenty
Teoria neoklasyczna: <i>push and pull</i> (Lee, 1966) poziom analizy: makro	Zachowanie migranta jest racjonalne w wymiarze jednostkowym. O migracji decydują czynniki wypychające (np. niemożność znalezienia pracy w miejscu zamieszkania, niesatysfakcjonujące dochody, niemożność realizacji ambicji i planów życiowych) i przyciągające (możliwość znalezienia pracy, lepsze zarobki, poziom życia, możliwość podniesienia kwalifikacji). Nacisk został położony na indywidualny wybór migranta. Teorię tę uważa się za archaiczną, ale nadal funkcjonuje i poddawana jest wielokrotnym modyfikacjom; silnie opiera się na teorii racjonalnego wyboru.	Nadmierne uproszczenie czynników migracji, brak hierarchizacji czynników.
Teoria neoklasyczna kapitału ludzkiego (Sjaastad, 1962) poziom analizy: mikro	Migranci dążą do maksymalnego zwrotu z inwestycji (np. w przypadku migrantów edukacyjnych – do zwrotu inwestycji w edukację). Umożliwia im to wysoki poziom kapitału ludzkiego (cech wrodzonych, wiedzy, umiejętności i doświadczenia).	Przecenianie „racjonalności” i dobrowolności decyzji o migracji.
Teoria dualnego rynku pracy (Reich, Gordon, Edwards, 1973) poziom analizy: mezo	Kluczowe znaczenie mają czynniki przyciągające po stronie państwa przyjmującego (zwłaszcza charakterystyka rynku pracy). W ramach rynku pracy funkcjonują dwa segmenty: 1) zapewniający pracę, relatywnie wysokie wynagrodzenia i możliwości awansu zawodowego osobom wysoko wykwalifikowanym; 2) zatrudniający osoby niżej wykwalifikowane, oferujący niższe wynagrodzenia i mniejsze możliwości awansu zawodowego (w tym segmencie częściej pracują imigranci).	Arbitralny podział na 1 i 2 segment, nadmierne skupienie na kraju przyjmującym.
Teoria etnicznej enklawy na rynku pracy (Portes, Bach, 1985) poziom analizy: mezo	W krajach przyjmujących imigrantów powstają etniczne enklawy zapewniające im pracę, często są one równoległe wobec rynku pracy i funkcjonują w dużej mierze w szarej strefie.	Przecenianie izolacji etnicznego rynku pracy.
Teoria nowej ekonomii migracji (Stark, Bloom, 1973) poziom analizy: mikro/mezo	Decyzje migracyjne podejmowane są w grupach społecznych, zwłaszcza w ramach gospodarstwa domowego; determinowane są przez rynek pracy, system zabezpieczeń społecznych itp. Istotne znaczenie ma poczucie relatywnej deprivacji gospodarstw domowych.	Skupienie na czynnikach po stronie kraju wysyłającego.

Tab. 1. Przegląd głównych teorii/modeli migracyjnych (cd.)

Teoria systemu światowego (Wallerstein, 1974; Sassen, 1988) poziom analizy: makro	Migracje należy rozpatrywać z perspektywy nierównych powiązań między krajami wysoko rozwiniętymi i krajami rozwijającymi się. W wersji teorii neokolonialnej podkreśla się również istnienie silnych więzi historycznych, gospodarczych i społecznych, co przejawia się napływem migrantów z byłych kolonii do państw kolonialnych.	Niekiedy nadmierna ideologizacja; wyjaśnienia formułowane z ogólnego poziomu teorii, często niepoddawane testom empirycznym.
Teoria sieci migracyjnych (Faist, 2000; Vertovec, 2002) poziom analizy: mezo (sieci, diaspora)	Migranci podążają ścieżkami wyznaczonymi przez poprzednich migrantów.	Pomijanie faktu, że mogą istnieć równoległe sieci migracyjne (np. rodzinna i zawodowa), a ich skutki mogą się wykluczać.
Teoria sieci społecznych/kapitału społecznego (Granovetter, 1973; Harvey, 2012) poziom analizy: mezo/mikro	Migranci korzystają z sieci społecznych w poszukiwaniu pracy za granicą; znaczenie mają nie tylko funkcjonowanie w danej sieci, lecz także wartości w nią wpisane, strategiczne ulokowanie i hierarchizacja. Słabe ulokowanie w sieciach społecznych obniża szanse na znalezienie odpowiedniej pracy nawet w przypadku wysoko wykwalifikowanych migrantów.	Przecenianie znaczenia kontaktów społecznych.
Teoria migracji niepełnych (Okólski, 2001) poziom analizy: mikro	Wielokrotne podejmowanie zatrudnienia czasowego w innym państwie i regularne powroty do państwa pochodzenia powodują podwójną marginalizację migrantów (i w społeczeństwie wysyłającym, i w przyjmującym).	Zasadniczo wyjaśnia migrację osób o niskim i średnim poziomie wykształcenia i niewysokich aspiracjach zawodowych.

Źródło: opracowanie na podstawie: Włoch (2015: 24–26)

Modele migracji odnoszą się również do kwestii cech wrodzonych, wiedzy, umiejętności i doświadczenia osób podejmujących decyzje o przesiedleniu, jak również do rodzajów wykonywanych zawodów na rynku pracy czy środowiska, w którym funkcjonują imigranci.

W literaturze przedmiotu panuje pogląd, że w wymiarze ekonomicznym migracje są korzystne dla krajów przyjmujących imigrantów (Kahanec, Zimmermann, 2011). Napływająca ludność może stanowić cenny zasób, szczególnie w sytuacji pozyskiwania wysokich kwalifikacji, a tym samym (Włoch, 2015):

- przyczyniać się do wzrostu efektywności pracy w strategicznych sektorach (przez wzrost innowacyjności powodowany zróżnicowanym środowiskiem pracy),
- zwiększać możliwości ekspansji na rynki międzynarodowe (pracownicy-migranci dysponują wiedzą na temat specyfiki rynku kraju pochodzenia, znają język, uwarunkowania społeczno-kulturowe, polityczno-prawne),
- uzupełniać krajową podaż wykwalifikowanej siły roboczej.

Rozumiejąc znaczenie procesów migracyjnych we współczesnej gospodarce (przez pozyskiwanie zasobów ludzkich według określonych kompetencji), państwa określają politykę, jaką będą stosować wobec imigrantów. W zakresie polityki migracyjnej dla samozatrudnienia i przedsiębiorczości w krajach OECD (tab. 2), wśród kryteriów stosowanych przez te państwa można wymienić: posiadane doświadczenie, minimalne nakłady inwestycyjne, opracowanie planu działalności, znaczenie dla gospodarki czy ograniczenia dotyczące podejmowanych rodzajów działalności

Tab. 2. Przyjęte kryteria wobec polityki migracyjnej dla samozatrudnienia i przedsiębiorczości w krajach OECD

Kryteria	Kraje wykorzystujące dane kryteria	
	samoatrudnienie	inwestycje biznesowe
Doświadczenie	Australia, Austria, Belgia, Kanada, Dania, Finlandia, Niemcy, Grecja, Irlandia, Włochy, Japonia, Holandia, Nowa Zelandia, Norwegia, Portugalia, Hiszpania, Szwecja, Szwajcaria	Australia, Kanada, Nowa Zelandia (chyba że inwestycja jest powyżej progu, gdzie nie jest wymagane doświadczenie)
Minimalna inwestycja	Czechy, Nowa Zelandia, Wielka Brytania (zazwyczaj zobowiązanie do przedstawienia dowodu posiadania środków finansowych na wydatki i założenia działalności)	Australia, Kanada, Francja, Grecja, Irlandia, Korea Płd., Holandia, Nowa Zelandia, Portugalia, Hiszpania, Wielka Brytania, USA
Business Plan	Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Francja, Niemcy, Irlandia, Holandia, Nowa Zelandia, Norwegia, Polska, Hiszpania, Szwecja, Szwajcaria	Grecja, Irlandia, Holandia
Ograniczenie działalności	Australia, Kanada, Czechy, Dania, Japonia	Australia, Korea Płd.
Znaczenie dla lokalnej gospodarki	Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Niemcy, Grecja, Irlandia, Holandia, Polska, Szwajcaria	Grecja, Irlandia, Portugalia, USA

Źródło: opracowanie na podstawie: *World migration report 2015* (IOM, 2015)

Przedsiębiorczość imigrantów

W Unii Europejskiej 6,6% osób pracujących na własny rachunek (samozatrudnionych) urodziło się poza granicami kraju zamieszkania, co stanowi ponad 2 mln osób, z czego 3,1% stanowią osoby urodzone w krajach Unii Europejskiej, a 3,5% to osoby urodzone poza UE (tab. 3).

W Estonii, Chorwacji, Słowenii, na Łotwie czy w Portugalii można dostrzec wśród przedsiębiorców imigrantów przewagę tych urodzonych poza granicami Unii. W Austrii, Irlandii czy Belgii większością grupę stanowią imigranci z terenów innych krajów UE, a znaczną różnicę w tym zakresie można odnotować w przypadku Luksemburga, gdzie 44,6% wśród przedsiębiorców imigrantów stanowią pochodzący z UE. Wskaźnik samozatrudnienia wśród osób urodzonych za granicą jest nieco niższy niż dla rodowitych mieszkańców: średnia

dla UE wynosi w przypadku imigrantów 14,1%, podczas gdy dla rdzennych mieszkańców – 15,3% (ryc. 2).

Tab. 3. Struktura samozatrudnienia wśród imigrantów ze względu na pochodzenie z UE i spoza UE

	Imigranci z UE	Imigranci spoza UE	% imigrantów wśród samozatrudnionych ogółem
Węgry	1,8	0,7	2,5
Grecja	0,8	2,0	2,8
Łotwa		3,3	3,3
Finlandia	2,0	2,1	4,1
Czechy	1,8	2,4	4,2
Malta	2,2	3,1	5,2
Estonia		5,5	5,5
Portugalia	1,8	3,8	5,6
Chorwacja	1,2	4,7	5,9
Słowenia	0,8	5,6	6,4
EU28	3,1	3,5	6,6
Włochy	2,7	4,2	7,0
Holandia	3,0	4,9	7,9
Dania	4,0	5,4	9,4
Francja	3,7	6,1	9,8
Hiszpania	5,2	4,7	9,9
Austria	8,3	4,4	12,7
Szwecja	5,9	7,3	13,2
Irlandia	10,6	3,0	13,6
Belgia	8,7	5,2	13,9
Wielka Brytania	7,6	7,3	14,9
Cypr	9,1	6,2	15,3
Luksemburg	44,6	5,9	50,5

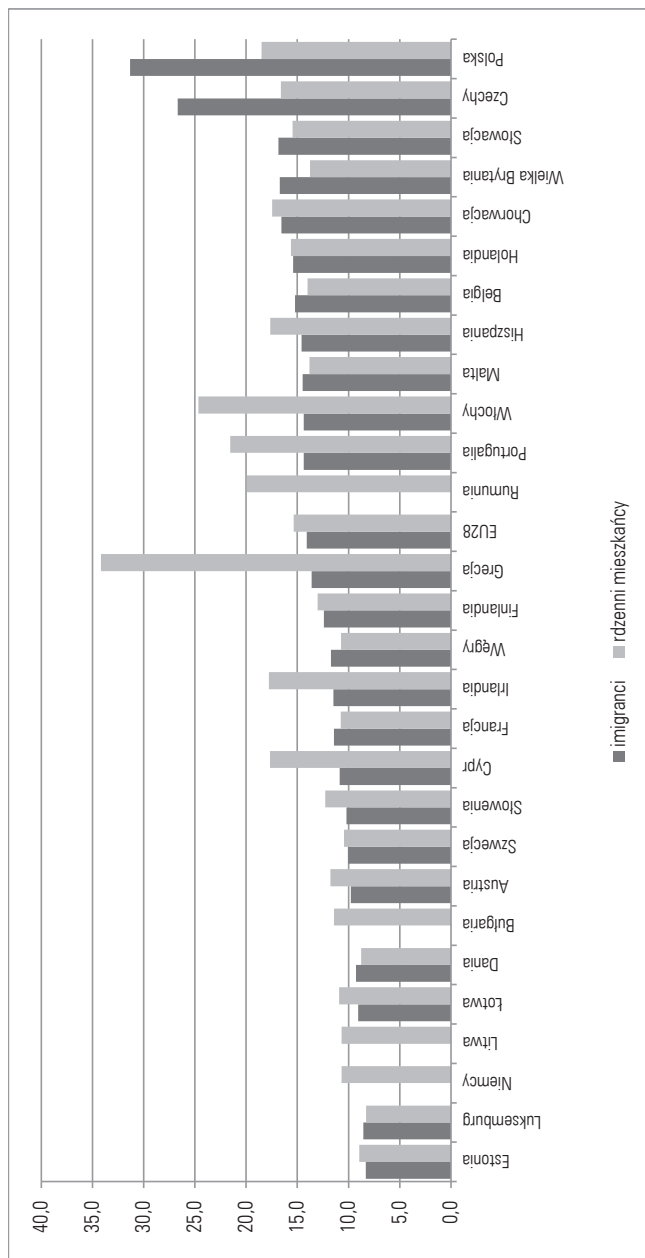
Źródło: opracowanie własne na podstawie: Eurostat (2014), OECD/European Union (2015)

Zdecydowanie wyższy wskaźnik samozatrudnienia wśród rdzennych mieszkańców można zauważyć w takich krajach, jak Grecja, Włochy, Portugalia, Cypr, Hiszpania czy Irlandia. Natomiast wyższą aktywność w przypadku samozatrudnienia wśród imigrantów można odnotować m.in. w Polsce, Czechach czy Wielkiej Brytanii.

Porównywalne dane, dotyczące aktywności przedsiębiorczej wśród imigrantów w poszczególnych krajach, zostały zamieszczone w raporcie opracowanym w 2010 r. przez OECD, dotyczącym krajów należących do OECD, a więc również państw spoza UE (tab. 4). Na tej podstawie można zaobserwować wyższą i niższą skłonność do działań przedsiębiorczych w porównaniu z rodzimymi mieszkańcami w poszczególnych krajach, co skłania do poznania przyczyn tego zjawiska i staje się interesującym zagadnieniem badawczym.

Można przypuszczać, że na taki obraz wskaźników mają wpływ z jednej strony bariery przedsiębiorcze dla emigrantów (kapitał, koszty utrzymania czy ograniczenia formalno-prawne), a z drugiej strony skłonność rodzimych mieszkańców do prowadzenia własnej firmy (np.

Ryc. 2. Samozatrudnienie wśród imigrantów i rdzennej ludności w UE w 2013 r.



* Samozatrudnienie jako % całkowitego zatrudnienia.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: OECD/European Union (2015)

Grecja). Powstaje zatem pytanie, na ile występujące różnice są wynikiem zachowań przedsiębiorczych, na ile wynikają z ograniczeń formalno-prawnych, a na ile są wynikiem wymuszonej przedsiębiorczości.

Tab. 4. Wskaźnik samozatrudnienia wśród imigrantów i rdzennej ludności w krajach OECD w 2009 r.

Kraj	Ludność rdzenna	Imigranci
Australia	16,3%	18,8%
Austria	9,3%	8,4%
Belgia	12,1%	15,5%
Kanada	14,5%	17,5%
Czechy	15,3%	19,6%
Dania	7,0%	9,6%
Finlandia	9,6%	14,1%
Francja	8,1%	10,8%
Niemcy	10,0%	9,5%
Grecja	26,4%	10,6%
Węgry	10,8%	16,4%
Irlandia	16,8%	9,3%
Włochy	23,6%	17,5%
Luksemburg	5,4%	6,5%
Holandia	11,0%	11,0%
Norwegia	5,8%	6,9%
Polska	11,2%	29,2%
Portugalia	15,6%	12,1%
Słowacja	12,6%	26,4%
Hiszpania	16,0%	11,7%
Szwecja	8,5%	10,0%
Szwajcaria	12,4%	9,1%
Turcja	21,5%	18,2%
Wielka Brytania	11,9%	13,4%
USA	9,9%	10,2%

Źródło: opracowanie na podstawie: OECD (2010b)

Według statystyk samozatrudnieni imigranci w Unii Europejskiej rzadziej zatrudniają pracowników w swoich firmach (24,7%) w porównaniu z ludnością rdzenną (28,5%) (Eurostat, 2014). Odstępstwa od tego unijnego trendu można jednak zauważyć w takich krajach, jak Czechy, Portugalia, Słowenia, Szwecja, Chorwacja, Łotwa i Węgry. W tym miejscu warto postawić sobie pytanie, czy nie są to kraje atrakcyjne do podejmowania działalności przez obywateli państw UE o wyższym standardzie życia, którzy pragną wykorzystać swój potencjał i przewagę, działając w kraju, gdzie rodzimi mieszkańcy mają mniejsze doświadczenie w biznesie, w wybranych branżach. Poznanie motywów migracji wśród przedsiębiorców imigrantów z uwzględnieniem ich narodowości oraz branży, w której działają w poszczególnych krajach, pozwoliłoby na formułowanie precyzyjnych wniosków. Niestety, brak jest spójnych i kompleksowych badań w tym zakresie.

Przedsiębiorcy wywodzący się z grup imigrantów najczęściej podejmują działalność gospodarczą jako alternatywę dla zatrudnienia na stanowiskach o niskich wymaganiach kwalifikacyjnych na rynku pracy (Ndofor, Priem, 2011) lub w celu uniknięcia dyskryminacji na rynku pracy. Wielu imigrantów traktuje samozatrudnienie jako jeden z niewielu sposobów na osiągnięcie awansu społecznego (Marucci, Montedoro, 2010). Motywacje te wydają się sugerować, że imigranci-przedsiębiorcy mogli zostać „wepchnięci” (ang. *pushed*) do biznesu i dlatego mało prawdopodobne jest, by myśleli o rozwoju swoich firm. Z drugiej strony, imigranci mogą stanowić kluczowy czynnik w realizacji strategii internacjonalizacji, wynikający z łączenia i znajomości różnych kultur. Jak przypuszczają H. Ndofor i R. Priem (2011), przedsiębiorcy drugiego pokolenia imigrantów mogą przyczyniać się do wzrostu firm na arenie międzynarodowej.

Podsumowanie – perspektywy rozwoju badań przedsiębiorczości wśród imigrantów

Migracje ludności są faktem i z wysokim prawdopodobieństwem będą ulegały dalszej intensyfikacji. O ile motywy i kierunki migracji mogą być różne, o tyle bez wątpienia wymagają one podjęcia określonej aktywności wiążącej się z ryzykiem związanym z funkcjonowaniem w niepewnych warunkach. Podejmowanie takich działań charakteryzuje osoby przedsiębiorcze. Również zjawisko depriwacji, które towarzyszy imigrantom (rozłąka z rodziną, krewnymi, wykluczenie społeczne, bezpieczeństwo wynikające ze znajomości przepisów prawnych, a także bezpieczeństwo ekonomiczne), ma wiele wspólnego z umiejętnym funkcjonowaniem w zmieniających się warunkach. Zdolność do funkcjonowania w kontekście ciągłych zmian została dość dobrze rozpoznana w zakresie zarządzania zmianą, jak również w problematyce przedsiębiorczości i innowacyjności.

Połączenie tych dwóch nurtów badawczych: migracji i przedsiębiorczości stwarza interesujące pole badawcze. W literaturze przedmiotu można wprawdzie znaleźć badania dotyczące tej problematyki, jednak odczuwa się pewien niedosyt w tej kwestii, szczególnie chodzi tu o pogłębione, kompleksowe badania. Ograniczenia badawcze czasowo-ekonomiczne nie pozwoliły na analizę wielu interesujących aspektów w ramach poruszanej tematyki. Mogą one jednak stanowić podstawę do podjęcia pogłębionych badań, które pozwolą na uwzględnienie uwarunkowań w poszczególnych krajach.

W trakcie dalszych badań warto zatem podjąć próbę otrzymania odpowiedzi na następujące pytania:

- Jakimi są czynniki wypychające po stronie państwa, z którego pochodzą emigranci?
- Jakimi są czynniki przyciągające po stronie państwa, które determinują decyzję o podjęciu migracji do tego kraju?
- Jaka część cudzoziemców znajduje pracę w sektorze wysokich kwalifikacji, a jaka w sektorze o zapotrzebowaniu na niskie kwalifikacje?
- Jakimi czynnikami mogą utrudniać znajdowanie pracy w sektorze wysokich kwalifikacji?
- Jakimi czynnikami stanowią największą barierę w działaniach przedsiębiorczych?
- Czy występuje zjawisko „pułapki enklawy etnicznej”, tzn. podejmowania pracy w ramach danego środowiska etnicznego?
- Jakimi są główne motywy przedsiębiorczości oraz pomysły na nią wśród imigrantów?
- W jakich branżach działają imigranci?
- Jakimi są główne źródła finansowania działań przedsiębiorczych?

- Czy imigranci są nastawieni na rozwój swoich firm?
- Czy imigranci w drugim pokoleniu dokonują internacjonalizacji firm?

Uzyskanie odpowiedzi na powyższe kwestie może być pomocne we wprowadzaniu skuteczniejszych działań w zakresie rozwoju przedsiębiorczości wśród imigrantów. Postępujące procesy globalizacyjne wymagają bowiem coraz bardziej przemyślanych i skoordynowanych działań uwzględniających migracje ludności. Działania te powinny przyczyniać się do łagodnej formy asymilacji napływającej ludności i dać imigrantom możliwości wykorzystania ich potencjału. W związku z tym wspieranie przedsiębiorczości może stać się jednym z efektywniejszych rozwiązań w przeciwdziałaniu wykluczeniu społecznemu.

Literatura

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Biuletyn Migracyjny* (2016, 15 stycznia). Ośrodek Badań nad Migracjami UW. Pozyskano z: <http://www.biuletynmigracyjny.uw.edu.pl>
- Clark, W.A.V. (1986). Human migration. *Scientific Geography Series*, 7.
- Domurat, A. (2011). Przedsiębiorczość a kreatywność i innowacyjność. W: A. Strzałecki (red.), *Innowacyjna przedsiębiorczość. Teorie. Badania. Zastosowania praktyczne. Perspektywa psychologiczna*. Warszawa: Wydawnictwo SWPS „Academica”.
- Drucker, P. (1991). *Innowacja i przedsiębiorczość – praktyka i zasady*. Warszawa: PWE.
- Gibb, A.A. (1990). Enterprenurship and intrapreneurship – exploring the differences. W: R. Donckels, A. Miettinen (red.), *New findings and perspectives in Entrepreneurship*. Aldershot: Avebury Gower Publishing Group, 33–67.
- Glinka, B., Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Holobinko, A. (2012). Theoretical and methodological approaches to understanding human migration patterns and their utility in forensic human identification cases. *Societies*, 2, 42–62. DOI: 10.3390/soc2020042
- Internetowa encyklopedia PWN* (2015, 17 grudnia). Pozyskano z: <http://www.encyklopedia.pwn.pl>
- IOM (2015). *World migration report 2015, migrants and cities: New partnerships to manage mobility*. France: International Organization for Migration.
- Kahanec, M., Zimmermann, K. (2011). High-skilled immigration policy in Europe. *DIW Berlin: Discussion Papers*, 1096. DOI: 10.2139/ssrn.1767902
- Konieczna-Sałamatin, J. (red.). (2015). *Imigranci o wysokich kwalifikacjach na polskim rynku pracy. Badanie społeczne*. Warszawa: Instytut Społeczno-Ekonomicznych Ekspertyz, Fundacja „Nasz Wybór”.
- Kosała, M. (2014). Badanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży jako fundament kształtowania postawy odpowiadającej wyzwaniom współczesnego świata. *Horyzonty Wychowania*, 13(2), 317–340.
- Kosała, M., Pichur, A. (2008). Analiza działań przedsiębiorczych i postrzeganie prowadzenia działalności gospodarczej wśród młodego pokolenia – wybrane aspekty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 347–354.
- Lucassen, J., Lucassen, L., Mannin, P. (red.). (2010). *Migration history in world history: Multidisciplinary approaches*. Leiden and Boston: Brill.
- Marucci, M., Montedoro, C. (2010). L'integrazione degli immigrati tra politiche attive del lavoro e politiche sociali: esperienze ed eccellenze in quattro regioni italiane. *Strumenti ISFOL*, 6. W: *The missing Entrepreneurs 2015: Policies for self-employment and Entrepreneurship*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264226418-en

- Ndofor, H., Priem, R. (2011). Immigrant Entrepreneurs, the ethnic enclave strategy, and venture performance. *Journal of Management*, 37(3), 790–818.
- OECD (2010a). *Entrepreneurship and migrants. Report by the OECD working party on SMEs and Entrepreneurship*. Paris: OECD Publications.
- OECD (2010b). *Open for business: migrant Entrepreneurship in OECD countries*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264095830-en
- OECD (2015). *The missing Entrepreneurs 2015: Policies for self-employment and Entrepreneurship*. Paris: OECD Publishing.
- Piasecki, B. (1997). *Przedsiębiorczość i mała firma – teoria i praktyka*. Łódź: Wydawnictwo Naukowe UŁ.
- Targalski, J., Kosała, M., Pichur, A. (2007). Postawy przedsiębiorcze wśród studentów kierunku ekonomia Akademii Ekonomicznej w Krakowie – analiza wyników badań. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 90–100.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 246–257.
- Wach, K. (2015a). Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego: przegląd literatury. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 24–36.
- Wach, K. (2015b). Środowisko biznesu rodzinnego jako stymulanta intencji przedsiębiorczych młodzieży akademickiej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 16(7/3), 25–40.
- Włoch, R. (2015). Przegląd literatury przedmiotu i badań empirycznych. W: J. Konieczna-Sałamatin (red.), *Imigranci o wysokich kwalifikacjach na polskim rynku pracy. Badanie społeczne*. Warszawa: ISEE, Fundacja „Nasz Wybór”, 17–60.

Małgorzata Kosała, dr, adiunkt w Katedrze Przedsiębiorczości i Innowacji na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół problematyki procesów innowacyjnych, potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw, uwarunkowań innowacyjności, kreatywności, zarządzania oraz szeroko rozumianej przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Jest autorką ponad 40 krajowych i zagranicznych publikacji naukowych. Jako pracownik naukowo-dydaktyczny Uniwersytetu Ekonomicznego brała udział w wielu pracach badawczych.

Małgorzata Kosała, PhD, assistant professor at the Cracow University of Economics – Department of Entrepreneurship and Innovation. Her scientific interests focus on innovation process issues, innovative potential of enterprises, conditions for innovativeness, management and entrepreneurship especially in small and medium-sized enterprises. PhD in management within the specialization of innovation management (2006), Master in Organization and Management. She is a member of the Scientific Committee of the National Entrepreneurship Contest.

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków, Polska
e-mail: kosalam@uek.krakow.pl

Artykuł powstał w ramach projektu badawczego nr 054/WE-KPI/02/2015/S/5054 pt. „Przedsiębiorczość inkluzywna: współczesne wyzwania i perspektywy rozwoju”, sfinansowanego ze środków przyznanych Wydziałowi Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego.

ALEKSANDRA GAWEL

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Polska ■ Poznan University of Economics and Business, Poland

Wirtualne gry strategiczne – narzędzie edukacji przedsiębiorczej czy eksperymentalna metoda badawcza w badaniach nad przedsiębiorczością?

Virtual Strategic Games – Tool of Entrepreneurial Education or Experimental Research Method in Entrepreneurship Field of Study?

Streszczenie: Wirtualne gry strategiczne są coraz częściej stosowanym narzędziem edukacyjnym, pozwalającym na podążanie za współczesnymi trendami w dydaktyce. Są jednak narzędziem innowacyjnym, stąd konieczna jest dyskusja nad możliwościami ich stosowania w edukacji przedsiębiorczej. Jednocześnie wydają się one być możliwe do zastosowania jako narzędzie badawcze, które wykorzystuje swego rodzaju eksperyment czy też quasi-eksperyment do badań nad przedsiębiorczością. W naukach ekonomicznych możliwości wykorzystania eksperymentu są ograniczone, gdyż musiałby być on stosowany na żywych organizmach przedsiębiorstw czy gospodarek. Tymczasem gry strategiczne, będące formą prowadzenia działalności gospodarczej w warunkach wirtualnych, a nie rzeczywistych, wydają się dawać korzyści badawcze wynikające z możliwości obserwowania zachowań i efektów aktywności przedsiębiorstw bez ponoszenia ryzyka i kosztów eksperymentu przez faktyczną firmę. Celem artykułu jest ocena możliwości wykorzystania gier strategicznych w edukacji przedsiębiorczej oraz w eksperymentalnych badaniach nad przedsiębiorczością. Artykuł opiera się na rozważaniach teoretycznych, popartych wynikami badań ankietowych i wynikami obserwacji zachowań studentów w czasie trwania rozgrywek wirtualnych gier strategicznych. Aby ocenić grę z punktu widzenia metodycznego, posłużono się przykładem badań nad orientacją przedsiębiorczą i porównano wyniki uzyskane na tej samej próbie badawczej za pomocą badań ankietowych i eksperymentalnych, traktując ten problem badawczy wyłącznie jako egzemplifikację możliwości eksperymentów przez gry strategiczne.

Abstract: Virtual strategic games are more and more often used teaching tool, their use lets to follow the current trends in didactic study. However, games are still an innovative tool which indicates the necessity of discussion on possibilities of their implementation in entrepreneurial education. Virtual strategic games seem to be available for exploration also as a research tool which explores a kind of an experiment or quasi-experiment to conduct research on entrepreneurship. In economic science, the possibility to use the experiment as research tool is very limited as it should be used on real companies or economies. Meanwhile, strategic games being a form of running a business in a virtual environment, not in real one, seem to give research advantages connected with the possibilities of observing the behaviour and its effects of business activities without the risk and costs of experiments born by a real company. The aim of the paper is to assess the possibilities of using the strategic games in entrepreneurial educa-

tion and experimental research in entrepreneurship. Theoretical discussion is supported by the results conducted during the virtual strategic games. To assess the research potential of games, the example of entrepreneurial orientation was explored and the results of survey and experiment on the same sample of students were compared.

Słowa kluczowe: edukacja przedsiębiorcza; eksperyment w badaniach nad przedsiębiorczością; orientacja przedsiębiorcza; wirtualne gry strategiczne

Key words: entrepreneurial education; entrepreneurial orientation; experiment in research on entrepreneurship; virtual strategic games

Otrzymano: 3 stycznia 2016

Received: 3 January 2016

Zaakceptowano: 7 marca 2016

Accepted: 7 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Gaweł, A. (2016). Wirtualne gry strategiczne – narzędzie edukacji przedsiębiorczej czy eksperymentalna metoda badawcza w badaniach nad przedsiębiorczością? *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 340–351.

Wstęp

Współcześnie następuje zmiana podejścia w edukacji – od nauczania skoncentrowanego na nauczycielu, gdy odgrywał on dominującą rolę, a uczący się podążali za nim, do nauczania skoncentrowanego na uczniu, w którym zadaniem nauczyciela jest wspieranie indywidualnego rozwoju uczącego się i podążanie za nim. Szczególnie istotnym obszarem dydaktyki jest edukacja przedsiębiorcza, która z jednej strony ma coraz większe znaczenie w obliczu kształtowania polityki pobudzania przedsiębiorczości, jednak z drugiej strony nieustająco może być krytykowana pod kątem jej efektywności w zestawieniu z wrodzonymi cechami przedsiębiorczymi. Wagę tej problematyki udowadnia rosnąca liczba publikacji i toczące się dyskusje (m.in. Nabi, Linan, 2011; Balan, Metcalfe, 2012; Wach, 2013; Zioło, 2013). Wirtualne gry strategiczne wydają się być odpowiedzią na wyzwania edukacyjne w przedsiębiorczości, dlatego też są coraz częściej stosowanym narzędziem dydaktycznym.

Jednocześnie przedsiębiorczość jako obszar badawczy zaczyna mieć coraz bardziej utrwaloną pozycję w naukach ekonomicznych, co rodzi konieczność dyskusji metodycznych związanych z przyjmowanymi założeniami teoretycznymi i wykorzystywanymi narzędziami badawczymi.

W naukach ścisłych eksperyment jest metodą badawczą o ugruntowanej pozycji, jednak jego stosowanie w naukach ekonomicznych okazuje się być znacząco utrudnione. Wynika to głównie z ewentualnej konieczności eksperymentowania na żywych organizmach przedsiębiorstw czy gospodarek, co wiąże się z ryzykiem, kosztami i brakiem możliwości powtórzenia i zweryfikowania eksperymentu.

Wirtualne gry strategiczne wydają się być możliwe do zastosowania jako eksperymentalne narzędzie badawcze w nauce o przedsiębiorczości. Stanowią one formę prowadzenia działalności gospodarczej w warunkach wirtualnych, a nie rzeczywistych, stąd też wydają się dawać korzyści badawcze wynikające z możliwości obserwowania zachowań i efektów aktywności przedsiębiorstw bez ponoszenia ryzyka i kosztów eksperymentu przez faktyczną firmę.

Celem artykułu jest ocena możliwości wykorzystania wirtualnych gier strategicznych w edukacji przedsiębiorczej oraz w eksperymentalnych badaniach nad przedsiębiorczością. Rozważania teoretyczne poparte zostały wynikami obserwacji prowadzonych w czasie trwania rozgrywek wirtualnych gier strategicznych.

Istota wirtualnych gier strategicznych stosowanych w edukacji

Choć gry strategiczne uważane są za innowacyjne narzędzie edukacyjne, doświadczenia w ich stosowaniu sięgają już ponad 50 lat (Cohen, Rhenman, 1961) – pierwsza gra biznesowa, która zyskała popularność, została stworzona w 1956 r. przez American Management Association (Jackson, 1959).

Gry biznesowe stanowią symulację działania przedsiębiorstwa lub jego części (Greene, 1960) i wykorzystują odgrywanie ról jako narzędzie dydaktyczne (Jackson, 1959). Uczestnicy rozgrywki stawiani są w pozycji zarządzających przedsiębiorstwem, a ich zadaniem jest podejmowanie sekwencji decyzji menedżerskich, odzwierciedlających funkcjonowanie firmy. Gracze otrzymują niepełną informację o grze i rynku, nie mają pełni wiedzy o sposobie, w jaki ich decyzje wpływają na ostateczny wynik gry (Jackson, 1959). Podstawą metodyczną jest tu eksperyment, co pozwala na wzmacnianie innowacyjności, kreatywności, odporności na stres czy działania pod presją czasu u graczy (Bell, Kanar, Kozłowski, 2008). Równocześnie jest to metoda prób i błędów, w której możliwość analizy skutków swoich decyzji pozwala na głębsze zrozumienie i wgląd w różne aspekty zarządzania przedsiębiorstwem (Greene, 1960).

Dzięki grze biznesowej do nauczania wprowadza się wymiar realnych sytuacji biznesowych (Zantow, Knowlton, Sharp, 2005), co zwiększa poziom realizmu organizacyjnego podczas procesu edukacyjnego, pozwalając na nieustrukturyzowaną naukę (Tanner, Linquist, 1998).

Gry biznesowe składają się z czterech zasadniczych elementów. Pierwszym są zasady, które pokazują rodzaje koniecznych do podjęcia decyzji menedżerskich i nałożone na nie ograniczenia. Po drugie, każda gra ma swoją strukturę, która wskazuje na parametry gry i zależności między nimi. Trzecim elementem gier jest konkurencja, która powoduje, że decyzje podejmowane przez jeden zespół graczy wpływają na wyniki uzyskiwane przez wszystkich uczestników. Ostatnim elementem gry jest informacja zwrotna otrzymywana po kolejnych rundach decyzyjnych rozgrywki oraz wpływ wyników osiągniętych w jednej rundzie na sytuację graczy w kolejnych rundach (Greene, 1960).

Gry biznesowe są również pewnym uproszczeniem rzeczywistości gospodarczej, które jest swego rodzaju kompromisem między poziomem skomplikowania realnych zależności ekonomicznych a uzyskaniem grywalności rozgrywki (Cohen, Rhenman, 1961).

Rosnąca popularność wykorzystania gier w edukacji powoduje, że w literaturze przedmiotu dzieli się je na różne rodzaje. Za ich podstawowe cztery warianty uznaje się: gamifikację (ang. *gamification*), edurozrywkę (ang. *edutainment*), gry poważne (ang. *serious games*) oraz nauczanie oparte na grach (ang. *game-based learning*) (Nowacki, Ryfa, 2015).

Wirtualne gry strategiczne w edukacji przedsiębiorczej

W dyskusji nad wykorzystaniem wirtualnych gier strategicznych w edukacji przedsiębiorczej należy odnieść się do konstruktywizmu edukacyjnego jako współczesnej podstawy

teoretycznej, do której odwołuje się pedagogika i psychologia kształcenia (Schmidt, Wach-Kąkolewicz, 2011). Wskazuje on na konieczność zaangażowania się uczącego w proces edukacyjny i jego aktywność (Wach-Kąkolewicz, 2011). Zakłada również, że uczący się budują swoją wiedzę na podstawie uprzednich doświadczeń, wiedzy i umiejętności, przez swoje zaangażowanie poznawcze, emocjonalne i behawioralne. W czasie procesu dydaktycznego uczący się poszukują odpowiedzi na pytania i problemy, co pozwala na indywidualne konstruowanie ich własnych struktur poznawczych (Wach-Kąkolewicz, Shelest, 2014).

Wirtualne gry strategiczne wydają się narzędziem dydaktycznym, które spełnia założenia konstruktywizmu. Z jednej strony wymagają od graczy, aby wykorzystywali swoją dotychczasową wiedzę, umiejętności i doświadczenia. Studenci podejmują bowiem decyzje w czasie trwania rozgrywki, bazując na już posiadanych kwalifikacjach. Z drugiej strony, do przeprowadzenia rozgrywki konieczne jest ich zaangażowanie, gdyż to oni są podmiotami aktywnymi w czasie gry, dyskutując ze sobą, analizując możliwe opcje, podejmując decyzje i badając rezultaty swoich ruchów. Tym samym studenci zadają pytania o najbardziej efektywną strategię działania na rynku i samodzielnie poszukują odpowiedzi, co kształtuje ich proces poznawczy.

Pierwsze doświadczenia autorki w zakresie wykorzystania wirtualnych gier strategicznych w edukacji rozpoczęły się w 2005 r., jednak ze względu na wykorzystywanie gier licencjonowanych miały one charakter sporadyczny. W ramach realizacji międzynarodowych projektów dydaktycznych w zespole projektowym na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu stworzono grę, która od roku akademickiego 2012/2013 została włączona jako element przedmiotu przedsiębiorczość międzynarodowa, prowadzonego na Wydziale Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Od roku akademickiego 2015/2016 gra strategiczna została wydzielona i stanowi oddzielny przedmiot nauczania na tym wydziale.

W czasie trwania rozgrywki studenci są dzieleni na zespoły, najczęściej trzyosobowe, w ramach których podejmują sekwencję decyzji związanych z założeniem i prowadzeniem wirtualnego przedsiębiorstwa w trakcie kolejnych 10 rund decyzyjnych. W każdej rozgrywce bierze udział 5 zespołów, konkurujących ze sobą o wirtualny rynek. Po każdej rundzie studenci otrzymują informację zwrotną wskazującą na skuteczność ich strategii, która zależy od jakości ich własnych decyzji i działań konkurencji.

Przyjmując za punkt wyjścia kompetencje z zakresu przedsiębiorczości, które uważa się za kluczowe do opanowania w toku edukacji, takie jak budowanie zespołu, innowacyjne myślenie, komunikacja, ocena możliwości biznesowych, podejmowanie decyzji, rozpoznawanie i rozwiązywanie problemów, rozpoznawanie możliwości biznesowych, umiejętność negocjacji (Piróg, 2015), można wskazać, że dzięki udziałowi w rozgrywce wszystkie one są rozwijane.

Zdolność do budowania zespołu i pracy zespołowej jest rozwijana przez wybranie zespołów kilkusobowych, w których pracują studenci. Przed rozpoczęciem rozgrywki studenci są proszeni o określenie zasad współpracy w zespole, ustalają podział ról i kompetencji między sobą oraz sposób podejmowania decyzji, szczególnie w sytuacji potencjalnego konfliktu. Ponieważ udział w rozgrywce zmusza do podejmowania sekwencji decyzji, stąd rozwijane są zdolności decyzyjne studentów. Aby skutecznie podejmować decyzje w kilkusobowych zespołach, studenci negocjują ze sobą i rozwijają swoje umiejętności komunikacyjne. Studenci mają również możliwość wyboru zróżnicowanych rynków geograficznych i grup docelowych klientów – w ten sposób uczą się rozpoznawania i oceny możliwości rynkowych. Jako że w trakcie rozgrywki zdarzają się nieprzewidziane sytuacje związane z reakcją rynku na strategię poszczególnych grup i z relacjami wewnątrz zespołów, aby przejść całą grę, studenci są zmuszeni do rozpoznawania i rozwiązywania problemów. Wszystko to powoduje, że

rozwija się w nich umiejętność innowacyjnego myślenia. Szerzej skuteczność wykorzystania wirtualnych gier w nauczaniu przedsiębiorczości omówiona jest również w pracach A. Gawel i M. Pietrzykowskiego (2015) oraz Gawel (2014).

Reasumując, wykorzystanie wirtualnych gier strategicznych jest innowacyjnym i obiecującym podejściem do edukacji przedsiębiorczej, dzięki któremu możliwe jest kształtowanie najistotniejszych kompetencji przedsiębiorczych, opierając się na podstawach dydaktycznych konstruktywizmu.

Wirtualne gry strategiczne jako eksperyment naukowy na przykładzie badań nad orientacją przedsiębiorczą

Wydaje się również możliwe potraktowanie wirtualnych gier strategicznych jako eksperymentu czy quasi-eksperymentu naukowego i wykorzystanie ich w pracach badawczych w obszarze przedsiębiorczości.

Eksperyment jako badawcza metoda eksperymentalna polega na manipulacji i kontroli zmiennych niezależnych oraz umożliwia analizę ich wpływu na zmienne zależne, tym samym pozwala na określenie związku przyczynowo-skutkowego (Kowalczyk, 2016). Powinien on obejmować następujące kroki badawcze (Kowalczyk, 2016):

- określenie podbudowy teoretycznej,
- sformułowanie celu badawczego, przyjęcie założeń i hipotez,
- określenie i operacjonalizacja zmiennych zależnych i niezależnych,
- określenie planu eksperymentu,
- dobór podmiotów badanych w eksperymencie,
- pomiar zmiennych zależnych i niezależnych w trakcie eksperymentu,
- analiza uzyskanych danych,
- interpretacja uzyskanych wyników,
- rozpowszechnienie wyników eksperymentu.

Aby ocenić możliwość zastosowania wirtualnych gier strategicznych w badaniach nad przedsiębiorczością, równolegle oceniono natężenie wymiarów orientacji przedsiębiorczej przy zastosowaniu metody ankietowej oraz wyników rozgrywki gry strategicznej. Eksperyment przeprowadzono w okresie od lutego do czerwca 2015 r. na grupie studentów Wydziału Gospodarki Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, realizujących zajęcia z przedmiotu „przedsiębiorczość międzynarodowa” na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych drugiego stopnia.

Podbudowę teoretyczną przeprowadzonego badania stanowi dyskusja nad koncepcją orientacji przedsiębiorczej, wywodząca się z prac Millera (1983), a następnie rozwijana przez jego zwolenników (m.in. Lumpkin, Dess, 1996; Covin, Green, Slevin, 2006; Richard, Wu, Chadwick, 2009). Orientacja ta wskazuje na skłonność przedsiębiorstwa do przyjęcia i wdrożenia przedsiębiorczych procesów, praktyk i sposobu podejmowania decyzji (Merlo, Auh, 2009). Zaletą koncepcji orientacji przedsiębiorczej może być to, że stanowi ona formę operacjonalizacji przedsiębiorczości poprzez nadanie jej konkretnych wymiarów.

W literaturze wskazuje się trzy wymiary orientacji przedsiębiorczej, jakimi są proaktywność, innowacyjność i skłonność do ryzyka, lub dodawane są kolejne dwa: agresja konkurencyjna oraz autonomia (m.in. Covin, Green, Slevin, 2006; Frishammar, Horte, 2007; Bratnicki, 2008; Baker, Sinkula, 2009).

Proaktywność jest postawą przedsiębiorstwa polegającą na patrzeniu w przyszłość i przewidywaniu przyszłych trendów i zmian rynkowych (Dess, Lumpkin, 2005) oraz na poszukiwaniu możliwości rynkowych, które pozwalają na wprowadzanie nowych produktów czy usług na rynek wcześniej niż konkurencja (Rauch i in., 2009). Innowacyjność oznacza otwartość przedsiębiorstwa na nowe idee, produkty, usługi czy technologie i eksperymentowanie (Dess, Lumpkin, 2005). Skłonność do ryzyka jest związana z procesem podejmowania decyzji i działań w warunkach niepewności ich efektów (Dess, Lumpkin, 2005). Autonomia jest traktowana jako niezależność w podejmowaniu działań w celu realizacji wizji biznesowych (Dess, Lumpkin, 2005) lub jako zdolność do samodzielnego kierowania swoimi działaniami w poszukiwaniu możliwości rynkowych (Lumpkin, Dess, 1996). Agresja konkurencyjna oznacza natomiast poziom wysiłku przedsiębiorstwa wkładanego w pokonanie konkurentów branżowych (Dess, Lumpkin, 2005).

W dotychczasowej literaturze przedmiotu podejmuje się badania wpływu orientacji przedsiębiorczej na różne aspekty działania firm, w tym m.in. na ich wyniki gospodarcze (np. Boso, Story, Cadogan, 2013), wzrost sprzedaży (Covin, Green, Slevin, 2006), orientację marketingową (Li i in., 2008), tworzenie nowej wiedzy (Vidic, 2013) czy też na poziom internacjonalizacji przedsiębiorstw (Lan, Wu, 2010).

Pomimo rozwoju literatury dotyczącej orientacji przedsiębiorczej w dalszym ciągu problem mierzenia jej wymiarów nie został jednoznacznie rozstrzygnięty. W wielu przypadkach przyjmuje się badania ankietowe opierające się na 7-stopniowej skali Liekerta, zaproponowanej przez D. Millera, J. Covina i D. Slevina w 1989 r., choć ocenia się, że rozwój tej metody nie jest wystarczający (Covin, Wales, 2012). Niejako w odpowiedzi na ten zarzut, można znaleźć propozycję rozwoju ankiety zgłoszoną przez ich twórców (Covin, Miller, 2014), jak również propozycję odmiennego podejścia do kwestionariusza (Zhang i in., 2014). Pytania ankietowe odnoszą się do postaw działającego przedsiębiorstwa, zatem istnieje możliwość weryfikacji odpowiedzi przez analizę faktycznej aktywności firmy, np. poprzez badanie liczby nowych produktów faktycznie wprowadzonych na rynek czy też wydatków przeznaczanych na badania i rozwój.

Problem pomiaru orientacji przedsiębiorczej wydaje się być istotny również w odniesieniu do tych osób, które dopiero planują wejść do przedsiębiorczości lub działają w niej relatywnie krótko. Wówczas nie ma możliwości odniesienia samooceny potencjalnego przedsiębiorcy do praktyki prowadzonej przez niego firmy, a tym samym pytania standardowo stosowane w kwestionariuszach są bezzasadne. Aby wyjść naprzeciw tym problemom, w literaturze proponuje się kwestionariusze ankietowe oceniające wymiary orientacji przedsiębiorczej przez pryzmat postaw życiowych, a nie aktywności prowadzonej firmy (Taatila, Down, 2012).

Porównanie badań nad orientacją przedsiębiorczą przy zastosowaniu metody ankietowej i gry strategicznej

Badana grupa respondentów z jednej strony została poproszona o wypełnienie zaadoptowanego kwestionariusza ankietowego zaproponowanego początkowo przez Taatila i Downa (2012) (por. tab. 1), z drugiej zaś uczestniczyła w rozgrywce wirtualnej gry strategicznej, a natężenie wymiarów orientacji oceniono na podstawie decyzji podejmowanych przez uczestników w czasie trwania rozgrywki oraz ich wyników.

Tab. 1. Kwestionariusz ankietowy wykorzystany w badaniu

Ogólnie jakiego typu produkty/usługi wolisz?		
sprawdzone, tradycyjne produkty i usługi	1 2 3 4 5 6 7	nowe i innowacyjne produkty i usługi
W ciągu ostatnich 3 lat mogłeś dostrzec		
zdecydowanie mniej zmian w swoim życiu niż w życiu znajomych	1 2 3 4 5 6 7	zdecydowanie więcej zmian w swoim życiu niż w życiu znajomych
Zmiany w moim życiu w ostatnich 3 latach		
były raczej symboliczne	1 2 3 4 5 6 7	były bardzo dramatyczne
W relacjach z innymi ludźmi		
najczęściej odpowiadam na inicjatywy innych ludzi	1 2 3 4 5 6 7	najczęściej inicjuję działania
W grupie znajomych		
bardzo rzadko jako pierwszy zaczynam używać nowych produktów czy usług	1 2 3 4 5 6 7	najczęściej jako pierwszy zaczynam używać nowych produktów czy usług
W sytuacjach konfliktowych		
najczęściej unikam sprzeczek i wolę postawę „żyj i daj żyć innym”	1 2 3 4 5 6 7	najczęściej przyjmuję bardzo bezpośrednią i konfrontacyjną postawę
Generalnie		
wolę przedsięwzięcia o małym ryzyku	1 2 3 4 5 6 7	mam silną skłonność do przedsięwzięć o dużym ryzyku
Wierzę, że otoczenie najlepiej poznawać dzięki		
stopniowemu, ostrożnemu zachowaniu	1 2 3 4 5 6 7	zuchwałym zachowaniom
Gdy muszę podjąć działanie o niepewnym wyniku		
zachowuję się ostrożnie, na zasadzie „poczekamy – zobaczymy”	1 2 3 4 5 6 7	najczęściej zachowuję się agresywnie, by najlepiej wykorzystać potencjalne możliwości

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Taatila, Down (2012)

Pierwsze trzy pytania w kwestionariuszu mają za zadanie ocenić natężenie innowacyjności, kolejne trzy – natężenie proaktywności, wreszcie trzy ostatnie mają wskazać na skłonność do ryzyka. Łącznie uzyskano 32 wypełnione ankiety. W kwestionariuszu wykorzystano 7-stopniową skalę Liekerta, co powoduje, że średnia ocena powyżej 4 punktów wskazuje na wyższe niż przeciętne natężenie poszczególnych wymiarów. Uśrednione wyniki pomiaru wskazuje tab. 2 – na ich podstawie można ocenić nieznacznie powyżej średniej natężenie wymiarów, z których najwyższe oceny uzyskała innowacyjność.

Tab. 2. Średnie natężenie wymiarów orientacji przedsiębiorczej wśród studentów (skala od 1 do 7)

Wymiary orientacji przedsiębiorczej	Innowacyjność	Proaktywność	Skłonność do ryzyka
Średnie wartości	4,53	4,29	4,38

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Równocześnie oceniono podstawowe wyniki rozgrywki, wskazujące na natężenie wymiarów orientacji przedsiębiorczej. Rozgrywkę ukończyło 30 drużyn studentów, w których skład weszło łącznie 84 studentów. Większość z nich grało w zespołach trzyosobowych (łącznie 24 zespoły trzyosobowe). Aby uruchomić i prowadzić wirtualne firmy produkcyjne przez kolejnych 10 rund decyzyjnych, studenci mieli początkowy kapitał finansowy w wysokości 3 mln zł. Średnie wyniki uzyskane po zakończeniu rozgrywki wskazuje tab. 3.

Tab. 3. Średnie wyniki wirtualnych firm uzyskane przez studentów w czasie rozgrywki (30 zespołów)

Przychody ze sprzedaży	Wynik finansowy	Nakłady na badania i rozwój	Liczba marek produktów	Nakłady na badania i rozwój w stosunku do przychodów firmy
27 428 753 zł	7 875 042 zł	975 240 zł	3,23	11,07%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Oceniając wyniki rozgrywki studentów z biznesowego punktu widzenia, należy zauważyć, że przeciętnie z początkowego kapitału w wysokości 3 mln zł po 10 rundach decyzyjnych wygenerowano prawie 8 mln zł wyniku finansowego, co jest dobrym rezultatem. Jednak patrząc przez pryzmat realnej skłonności do innowacji, patrzenia w przyszłość czy ryzyka, nie można tego wyniku ocenić zbyt wysoko. Miernikami tych wymiarów uczyniono liczbę stworzonych marek produktów oraz nakłady na działalność badawczo-rozwojową, będące w grze sumą nakładów na rozwój potencjału produkcyjnego czy projektowanie marek produktów. Jak wskazują dane w tab. 3, wydatki na działalność B&R czy liczba stworzonych marek produktowych nie są zbyt wysokie.

Aby móc porównać natężenie wymiarów orientacji przedsiębiorczej wynikającej z badań ankietowych i wyników rozgrywki, w ankiecie poproszono studentów o wskazanie, którą z wirtualnych firm prowadzili. Pozwoliło to na zestawienie ich samooceny natężenia wymiarów orientacji przedsiębiorczej z postawą w czasie rozgrywki i rezultatami. Ponieważ reprezentanci nie wszystkich wirtualnych przedsiębiorstw dostarczyli wypełnione ankiety, przeanalizowano wyłącznie te firmy, dla których wyniki ankiet były dostępne, czyli 19 zespołów. Indywidualne oceny studentów zostały uśrednione dla całego zespołu, w którym pracowali, a wyniki prezentuje tab. 4.

Porównanie średniego natężenia orientacji przedsiębiorczej studentów wynikającego z badania ankietowego oraz z decyzji podejmowanych w trakcie rozgrywki wskazuje, że samoocena postaw wobec innowacji, proaktywności i ryzyka nie zawsze przekłada się na podejmowane działania w wirtualnych przedsiębiorstwach. Firma (w tabeli oznaczona jako zespół 1), która w czasie rozgrywki poniosła największe nakłady na działalność badawczo-rozwojową, jednocześnie uzyskała najwyższy zysk, cechowała się też najniższym średnim poziomem orientacji przedsiębiorczej wynikającym z odpowiedzi ankietowych. Natomiast trzy firmy (w tabeli oznaczone jako zespoły 17, 18 i 19) o najwyższym natężeniu wymiarów orientacji przedsiębiorczej wynikającym z odpowiedzi ankietowych przeznaczyły na działalność B&R mniej środków niż przeciętnie. W badanej grupie można też znaleźć przypadki, kiedy studenci prowadzący wirtualne firmy cechowali się relatywnie wysoką samooceną swojej orientacji przedsiębiorczej i miało to odzwierciedlenie w prowadzonych przez nich przedsiębiorstwach w postaci

nakładów na B&R (w tabeli oznaczone jako zespoły 13 i 14). Podobne rozbieżności można zaobserwować, porównując samoocenę w zakresie orientacji przedsiębiorczej i liczby marek produktów, wykreowanych w czasie rozgrywki. Dwa zespoły o najwyższej samoocenie wprowadziły na rynek jedynie 2 lub 3 produkty, co przy założonych w grze 4 grupach docelowych klientów o różnych preferencjach jakościowych i cenowych nie jest liczbą zbyt imponującą.

Tab. 4. Zestawienie mierników orientacji przedsiębiorczej na podstawie ankiet i wyników rozgrywki (19 zespołów)

Zespół	Średnia wartość wymiarów orientacji przedsiębiorczej (wg ankiet)	Liczba marek produktów	Nakłady na badania i rozwój w zł	Nakłady na badania i rozwój w przychodach ze sprzedaży	Wynik finansowy po zakończeniu rozgrywki w zł
1.	3,2	3	3 165 400	3,11	36 689 132
2.	3,4	3	798 700	4,28	7 790 878
3.	3,6	4	503 500	3,92	-1 164 057
4.	3,9	4	736 100	105,69	-54 146
5.	4,1	4	1 297 700	1,92	22 650 108
6.	4,2	2	410 600	1,21	3 147 599
7.	4,3	6	214 100	2,84	-793 848
8.	4,3	1	-36 700*	-0,37*	2 853 014
9.	4,3	3	556 200	12,85	-2 759 508
10.	4,3	2	1 155 400	2,88	14 154 680
11.	4,7	3	1 004 600	1,84	31 009 063
12.	4,7	3	578 900	6,34	3 420 288
13.	4,8	4	1 664 100	2,45	21 364 243
14.	5,0	5	1 753 100	3,04	24 012 543
15.	5,1	3	1 362 100	5,92	4 413 485
16.	5,1	6	1 678 800	5,71	-14 906 540
17.	5,6	4	880 100	14,85	1 676 708
18.	5,8	2	749 600	2,74	9 449 822
19.	6,0	3	935 900	4,31	5 627 051
Średnia	4,55	3,42	1 021 484	9,67 (4,72 po usunięciu skrajnych wartości)	8 872 658

* W grze była możliwość sprzedaży linii produkcyjnych, w tym przypadku studenci sprzedali linię produkcyjną za wyższą kwotę, niż w nią zainwestowali.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Sporym przyczynkiem do dyskusji może być próba wskazania na związek między natężeniem orientacji przedsiębiorczej a wynikami wirtualnych firm. Badając tę zależność w rzeczywistym świecie, naukowcy są zgodni co do występowania tu pozytywnego wpływu (por. m.in. Boso, Story, Cadogan, 2013), natomiast w przypadku przeprowadzonego badania

występowanie i kierunek zależności jest różny przy zastosowaniu odmiennych metod. Jeśli za miarę natężenia orientacji przedsiębiorczej przyjmiemy wyniki ankiet, wówczas korelacja między wynikiem a orientacją jest ujemna, lecz niezbyt wysoka ($-0,19$). Przy takim wyniku można mieć wątpliwości dotyczące statystycznej istotności związku. Jeśli natomiast za miarę orientacji przedsiębiorczej zostaną przyjęte nakłady na działalność badawczo-rozwojową poczynione przez wirtualne przedsiębiorstwa w czasie trwania rozgrywki, wówczas zależność jest wprost proporcjonalna, a bezwzględna wartość współczynnika korelacji zdecydowanie wyższa ($0,60$).

Już powyższe zestawienie, nawet jeśli nie pretenduje do bycia reprezentatywnym, wskazuje, że wyniki badań ankietowych, mające w pewnej mierze charakter samooceny, nie zawsze odzwierciedlają rzeczywisty sposób postępowania. Stąd też wartościowa wydaje się możliwość eksperymentowania, pozwalająca na ocenę zachowania i faktycznego sposobu podejmowania decyzji.

Zakończenie

Podsumowując rozważania nad możliwościami wykorzystania wirtualnych gier strategicznych, wskazać należy ich potencjał jako narzędzia edukacyjnego. Jeżeli oprzemy się na konstruktywizmie jako teoretycznej podstawie dydaktycznej, gry strategiczne pozwalają studentom na samodzielne zdobywanie nowej wiedzy na podstawie wiedzy już posiadanej, poprzez własne poszukiwania, eksperymentowanie, uczenie się od siebie nawzajem. Gry strategiczne pozwalają na kształtowanie kluczowych kompetencji przedsiębiorczych w postaci umiejętności pracy zespołowej, zdolności do podejmowania decyzji i rozwiązywania problemów, postrzegania i oceny możliwości rynkowych, komunikacyjności i negocjacji oraz innowacyjnego myślenia.

Wirtualne gry strategiczne wydają się mieć również potencjał jako narzędzie badawcze, gdyż stanowią swego rodzaju eksperyment czy quasi-eksperyment. Wszyscy gracze postawieni są w identycznej sytuacji wyjściowej, mają jednak możliwość podejmowania odmiennych decyzji przedsiębiorczych. Dzięki temu istnieje możliwość obserwacji, pomiaru i badania zachowań uczestników eksperymentu w rzeczywistości wirtualnej, a nie tylko w sferze deklaratywnej. Jak wskazuje porównanie samooceny orientacji przedsiębiorczej dokonanej przez badanych na podstawie kwestionariuszy ankietowych ze sposobem wdrażania strategii przedsiębiorczej, różnice między odpowiedziami ankietowymi i pomiarem dokonany w czasie trwania eksperymentu mogą być znaczące.

Za wykorzystaniem wirtualnych gier strategicznych jako formy eksperymentu przemawiają następujące argumenty:

- istnieje możliwość przyjęcia podbudowy teoretycznej badań i założeń teoretycznych,
- gry wprowadzają realizm sytuacji w eksperymentcie,
- gry pozwalają na kontrolowanie warunków przeprowadzenia eksperymentu,
- opierając się na tym samym scenariuszu gry, występuje powtarzalność eksperymentu.

Ograniczeniem prezentowanego badania z pewnością jest to, że próba badawcza nie jest reprezentatywna, a wyniki przeprowadzonego eksperymentu badawczego nie mają charakteru uniwersalnego. Jednak celem artykułu jest wszczęcie dyskusji nad możliwością wykorzystania gier strategicznych jako formy eksperymentu przez porównanie ich z wynikami badań ankietowych.

Literatura

References

- Baker, W.E., Sinkula, J.M. (2009). The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 443–464.
- Balan, P., Metcalfe, M. (2012). Identifying teaching methods that engage entrepreneurship students. *Education and Training*, 54(5), 368–384.
- Bell, B.S., Kanar, A.M., Kozlowski, S.W.J. (2008). Current issues and future directions in simulation-based training in North America. *The International Journal of Human Resources Management*, 19(8), 1416–1434.
- Boso, N., Story, V.M., Cadogan, J.W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708–727.
- Bratnicki, M. (2008). Konfiguracyjne ujęcie przedsiębiorczości organizacyjnej. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstw*, 6(701), 17–22.
- Cohen, K.J., Rhenman, E. (1961). The role of management games in education and research. *Management Science*, 7(2), 131–166.
- Covin, J.G., Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38, 11–44.
- Covin, J.G., Green, K.M., Slevin, D.P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sale growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 30(1), 57–81.
- Covin, J.G., Wales, W.J. (2012). The measurement of entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(4), 677–702.
- Dess, G.C., Lumpkin, G.T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19(1), 147–156.
- Frishemmar, J., Horte, S.A. (2007). The role of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation for new product development performance in manufacturing firms. *Technology Analysis & Strategic Management*, 19(6), 765–788.
- Gawel, A. (2014). Gry strategiczne w edukacji przedsiębiorczej. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 303–325.
- Gawel, A., Pietrzykowski, M. (2015). Edukacja akademicka w postrzeganiu przedsiębiorczości i kształtowaniu intencji przedsiębiorczych. *Problemy Zarządzania*, 13(1), 41–55.
- Greene, J.R. (1960). Business gaming for marketing decisions. *Journal of Marketing*, 27(1), 21–25.
- Jackson, J.R. (1959). Learning from experience in business decision games. *California Management Review*, 1(2), 92–107.
- Kowalczyk, E. (2016). Eksperyment w psychologii i możliwość jego wykorzystania w naukach o zarządzaniu. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 4(1), 89–108.
- Lan, Q., Wu, S. (2010). An empirical study of entrepreneurial orientation and degree of internationalization of small and medium-sized Chinese manufacturing enterprises. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 2(1), 53–75.
- Li, Y., Zhao, Y., Tan, J., Lui, Y. (2008). Moderating effects of entrepreneurial orientation on market orientation-performance linkage: evidence from Chinese small firms. *Journal of Small Business Management*, 46(1), 113–133.
- Lumpkin G.T., Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Merlo, O., Auh, S. (2009). The effects of entrepreneurial orientation, market orientation and marketing subunit influence on firm performance. *Market Lett*, 20, 295–311.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Sciences*, 29(7), 770–791.
- Nabi, G., Linan, F. (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: intentions, education and development. *Education and Training*, 53(5), 325–334.
- Nowacki, F., Ryfa, J. (2015). Zastosowanie klasyfikacji użytkowników gier w nauczaniu opartym na grywalizacji. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 3(5), 175–189.

- Piróg, D. (2015). Kompetencje z zakresu przedsiębiorczości: rozważania teoretyczne i ich ilustracje w obszarze szkolnictwa wyższego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 364–376.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G.T., Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: an assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787.
- Richard, O.C., Wu, P., Chadwick, K. (2009). The impact of entrepreneurial orientation on firm performance: the role of CEO position tenure and industry tenure. *The International Journal of Human Resource Management*, 20(5), 1078–1095.
- Schmidt, J., Wach-Kąkolewicz, A. (2011). Proces uczenia się oraz cechy indywidualne warunkujące jego przebieg. W: A. Andrzejczak (red.), *Metodyka studiowania*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Taatala, V., Down, S. (2012). Measuring entrepreneurial orientation of university students. *Education + Training*, 54(8/9), 744–760.
- Tanner, M.M., Linquist, T.M. (1998). Using Monopoly™ and Teams-Games-Tournaments in accounting education: a cooperative learning teaching resource. *Accounting Education*, 7(2), 139–162.
- Vidic, F. (2013). Entrepreneurial Orientation (EO) and Knowledge Creation (KC). *International Journal of Economic Sciences & Applied Research*, 6(2), 103–124.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257.
- Wach-Kąkolewicz, A. (2011). Umiejętności komunikowania i współpracy w środowisku wirtualnym jako efekt szkoleń e-learningowych. *Neodidagmata*, 31/32, 99–108.
- Wach-Kąkolewicz, A., Shelest, O. (2014). Wyzwolić zaangażowanie, czyli o konstruktywizmie w e-learningu. W: M. Dąbrowski, Zając M. (red.), *E-edukacja w praktyce – wyzwania i bariery*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 55–65.
- Zantow, K., Knowlton, D.S., Sharp, D.C. (2005). More than fun and games: reconsidering the virtues of strategic management simulations. *Academy of Management Learning and Education*, 4(4), 451–458.
- Zhang, H., Zhang, T., Cai, H., Li, Y., Huang, W.W., Xu, D. (2014). Proposing and validating a five-dimensional scale for measuring entrepreneurial orientation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(2), 102–121.
- Zioło, Z. (2013). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23.

Aleksandra Gaweł, prof. nauk ekonomicznych, pracownik Katedry Konkurencyjności Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, redaktor naczelna czasopisma „Studia Oeconomica Posnaniensia”. Kierownik i uczestnik wielu projektów krajowych i międzynarodowych z zakresu edukacji przedsiębiorczej, przedsiębiorczości, komercjalizacji technologii. Autorka i współautorka kilkunastu artykułów oraz licznych monografii z zakresu przedsiębiorczości, edukacji przedsiębiorczej, procesu przedsiębiorczego, innowacyjności, rynku pracy.

Aleksandra Gaweł, professor of economic science, working at Poznan University of Economics and Business (Poland), Department of International Competitiveness; editor-in-chief of the scientific journal “Studia Oeconomica Posnaniensia”; coordinator or participant in several national and international projects on entrepreneurial education, entrepreneurship, commercialization of new technology; author or co-author of publications on entrepreneurship, entrepreneurial education, start-up process, innovation, the labour market.

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Katedra Konkurencyjności Międzynarodowej
al. Niepodległości 10
61-875 Poznań, Polska
e-mail: aleksandra.gawel@ue.poznan.pl

Artykuł powstał dzięki realizacji projektu międzynarodowego pt. „Virtual Game Method in Higher Education (GAMES)”, finansowanego ze środków programu ERASMUS+ w latach 2014–2016; nr projektu: 2014-1-PL-01-KA203-003548.

ANGELIKA ANDRZEJCZYK

Uniwersytet w Białymstoku, Polska ■ University of Białystok, Poland

Metody badań edukacji przedsiębiorczej

The Research Methods of Entrepreneurship Education

Podziękowania dla dr. hab. Adama Sadowskiego, prof. UwB, za cenne uwagi.

Podziękowania dla dr Elżbiety Misiewicz.

Streszczenie: Inwestycje w edukację, jak wynika z wielu badań, przynoszą korzyści materialne zarówno jednostkom, jak i społeczeństwu, jednakże ciągle otwartą kwestią pozostaje, które rodzaje edukacji najsilniej wpływają na postawy przedsiębiorcze, będąc istotnymi determinantami wzrostu gospodarczego. Ważne z tego punktu widzenia jest prowadzenie badań w tym zakresie. Zauważyć jednocześnie należy, że istnieje wiele metod badawczych stosowanych w badaniach edukacji i przedsiębiorczości. Jednym z istotnych problemów dotychczasowych badań przedsiębiorczości oraz relacji przedsiębiorczość – edukacja jest niemożność porównywania ich wyników. Badacze z różnych krajów stosują różne miary przedsiębiorczości i edukacji. Ich lepsza znajomość może istotnie przyczynić się do opracowania skutecznych programów nauczania przedsiębiorczości. Niniejszy artykuł ma zatem na celu charakterystykę metod badania związków edukacji i przedsiębiorczości. Przegląd dotyczy artykułów napisanych na podstawie badań z różnych, dostępnych autorce źródeł, wydanych w okresie 2012–2015, uzupełnionych o przegląd literatury w tym zakresie¹.

Abstract: Investments in education bring tangible benefits to both the individuals as well as the society, however, it is still an open question what kind of education has the strongest influence on entrepreneurial attitudes, being important determinants of economic growth. Important from this point of view is to conduct research in this area. There should also be noted that there are many research methods used in studies of education and entrepreneurship. One of the major problems of previous studies of entrepreneurship and entrepreneurship - education relationship is the inability to compare their results. Researchers from different countries use different measures of entrepreneurship and education. Better knowledge of them can significantly contribute to the development of effective programs of entrepreneurship education. The paper's aim is to characterize the research methods of studying the connection between education and entrepreneurship. The review of articles written on the basis of research, from different available sources for the author during the period: 2012-2015, was complemented by a review of the literature in this area.

¹ W artykule przytoczono jedynie kilka wybranych opracowań poruszających problematykę przedsiębiorczości i zagadnienia jej kształtowania, niemniej opracowań w tym zakresie jest bardzo dużo, można tu wskazać m.in.: Draghbashyan, Harsman (2014); Izzrech, Giudice, Peruta (2013).

Słowa kluczowe: edukacja; edukacja przedsiębiorcza; metody badawcze; przedsiębiorczość

Key words: education; entrepreneurship; entrepreneurship education; research methods

Otrzymano: 9 stycznia 2016

Received: 9 January 2016

Zaakceptowano: 6 marca 2016

Accepted: 6 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Andrzejczyk, A. (2016). Metody badań edukacji przedsiębiorczej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 352–363.

Wstęp

Inwestycje w edukację są konieczne w tworzeniu potencjału wzrostu gospodarczego (Zimnoch, 2012). Wzrost wykształcenia wpływa dodatnio na zarobki społeczeństwa, a tym samym wysokość odprowadzanych podatków, satysfakcję z życia, stan zdrowia, zaangażowanie społeczne (Zimnoch, 2012), a także efektywność prowadzenia firmy (Węclawska, Tarnawa, Zadura-Lichota, 2012). Od lat rośnie wysokość nakładów na edukację w przeliczeniu na ucznia/studenta, jednakże w XXI w. nie wpłynęło to na poprawę jakości kształcenia. Dostrzeżono konieczność zmiany z modelu nauki opartego na ścisłym przekazywaniu wiedzy na model oparty na kształtowaniu umiejętności i postaw (Zimnoch, 2012). System edukacji ma za zadanie przekazywać zatem wiedzę, kształtować umiejętności i postawy jego uczestników, również w zakresie przedsiębiorczości.

Mnogość podejść w zakresie edukacji przedsiębiorczej nie ułatwia badań również ze względu na wielość definicji przedsiębiorczości. Przekłada się to na różnorodność stosowanych metod i kombinacji poszczególnych elementów edukacji i przedsiębiorczości w procesie badawczym.

Dokonywane próby badania zależności między edukacją przedsiębiorczą a rozwojem przedsiębiorczości reprezentują różne podejścia badawcze. W związku z licznymi różnicami postanowiono nieco uporządkować wiedzę z tego zakresu i tym samym zaprezentować stosowane metody badawcze. Poszczególne ich istotne elementy uporządkowano w tabeli 1. Nie znaczy to, że to jedyne elementy metodyczne, gdyż takie informacje, jak przyjęte skale odpowiedzi, metoda doboru próby czy wymiar czasowy, zdarzają się nie być ujmowane w opracowaniach. Do analizy starano się wybrać najnowsze artykuły badawcze z zakresu przedsiębiorczości i edukacji. Lepsza znajomość metod badania edukacji przedsiębiorczej może w istotny sposób wspomóc opracowanie skutecznych programów nauczania przedsiębiorczości. Za cel pracy przyjęto charakterystykę metod badania związków edukacji z przedsiębiorczością na podstawie wybranych artykułów z różnych, dostępnych autorce źródeł wydanych w latach 2012–2015, uzupełnioną o przegląd literatury w tym zakresie. Istotnym elementem opracowania są również wyniki badań własnych autorki.

Definicje przedsiębiorczości i sposoby jej pomiaru

W terminologii ekonomicznej używanie terminu „przedsiębiorczość” zostało zapożyczane i upowszechnione dzięki badaniom R. Cantillona dopiero w połowie XVIII w.

Mimo upływu czasu oraz kolejnych prób definiowania i określania znaczenia przedsiębiorczości w świetle teorii ekonomii nie ma jednoznacznego stanowiska wobec definicji przedsiębiorczości.

Bogata historia przedsiębiorczości swoje źródła ma w znaczeniu tego zjawiska dla gospodarki i społeczeństwa. W rozumieniu zakładania, prowadzenia i rozwijania własnej działalności gospodarczej przedsiębiorczość to prosta metoda na efektywne wykorzystanie lokalnych zasobów (Bończak-Kucharczyk, Herbst, Chmura, 1998). Przedsiębiorcy przyczyniają się nie tylko do ich wykorzystania, ale też do tworzenia innowacji. Jednostki przedsiębiorcze kształtują zatem gospodarkę kraju i kierunki jej rozwoju (Glinka, Gudkova, 2011). Jednakże definicja ta nie oddaje całego spektrum znaczeń przypisywanych omawianemu pojęciu. Dlatego też, w zależności od tego, kto podejmuje się zdefiniowania pojęcia, jest ono kształtowane na wzór zainteresowania i wiedzy badacza (Roszkowska-Mądra, Parfieniuk, Studnicki, 2014).

Warto zwrócić uwagę na to, że również w aspekcie historycznym, pierwsze ujęcie terminu „przedsiębiorczość” dotyczyło indywidualnych zachowań i postaw pojedynczych osób. Autorzy zwykle koncentrowali swoje zainteresowania właśnie na przedsiębiorczości indywidualnej (Piecuch, 2010). Ze względu na podjęty temat w niniejszej pracy skupiono uwagę na wymiarze jednostkowym przedsiębiorczości – osobie przedsiębiorczej.

W podejściu skupiającym się na osobie przedsiębiorczej brane pod uwagę są jej cechy i predyspozycje. Cechy osobowości mogą zostać wzmocnione w procesie edukacji, a w odpowiednich, sprzyjających warunkach również wykształcone u tych osób, które ich nie posiadają (Brajer-Marczak, Marciszewska, 2008).

M. Bratnicki i J. Strużyna podkreślają, że przedsiębiorczość to sposób bycia. Przedsiębiorczość to proces, który jest na tyle złożony, że można ująć go jako specyficzny sposób postrzegania świata, myślenia i działania, który pozwala na kreowanie i wykorzystywanie szans rozwojowych. Pracę przedsiębiorcy określał natomiast jako formę poszukiwania, identyfikowania, wykorzystywania i rozwijania dostrzeżonych szans (Jamka, 2012), ponieważ przedsiębiorczość można postrzegać jako poszukiwanie i eksplorację dostrzeżonych szans (Shane, Venkataraman, 2000).

Przedsiębiorczość to zatem typ aktywności ludzi polegający na wykorzystaniu pojawiających się w otoczeniu okazji, przez realizację własnych przedsięwzięć przynoszących efekty ekonomiczne i/lub pozaekonomiczne ich podmiotom lub otoczeniu (Demińska, 2012). Współczesna przedsiębiorczość powinna się odnosić do wszelkiej aktywności ludzi – nie tylko do działalności gospodarczej. Przedsiębiorczość jest więc pożądanym sposobem zachowania się i radzenia sobie w trudnych warunkach otoczenia (Piecuch, 2010), a nowoczesny człowiek to m.in. człowiek przedsiębiorczy (Demińska, 2012). Zachowanie oparte na wykrywaniu szans, chęci podążania za nimi, pewności siebie i możliwości odniesienia sukcesu stają się kluczowym elementem procesu przedsiębiorstwa (Stevenson, Jarillo, 1990).

Rozważania o przedsiębiorczości mogą dotyczyć zatem jednostek, które przyjęły przedsiębiorczą postawę, ale mogą również odnosić się do efektu ich działania, np. przedsiębiorstwa, wyróżniającej się aktywności społecznej.

Przedsiębiorczość mierzona jest na wiele sposobów. Tak, jak nie istnieje jednoznaczna definicja przedsiębiorczości, tak pomimo wielokrotnych analiz zjawiska przedsiębiorczości, jednoznaczna metoda pomiaru i oceny przedsiębiorczości wydaje się być niemożliwa. Przyczyną problemu pomiaru i oceny przedsiębiorczości jest to, że przedsiębiorczość należy do zagadnień bardzo złożonych i niełatwych do realizacji w praktyce. Co więcej, nie istnieje jeden uniwersalny sposób, procedura czy też zestaw mierników przedsiębiorczości. W związku

z powyższym, w celu pomiaru i analizy przedsiębiorczości stosuje się wiele koncepcji i podejść (Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010).

Przedsiębiorczość zwykle mierzona i oceniana jest w dwóch wymiarach: przestrzennym, np. lokalnym, krajowym, regionalnym, a także ze zróżnicowaniem ze względu na sektor, branżę, przemysł, jednostki gospodarcze (np. przedsiębiorstwa, instytucje), oraz – coraz częściej – w wymiarze jednostkowym (poza aspektem gospodarczym), gdyż każdy człowiek może wykazywać postawę przedsiębiorczą (Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010).

W efekcie stosowanych podziałów badane zależności mogą być ujmowane za pomocą różnorodnych mierników, przy czym ocena przedsiębiorczości wymaga zastosowania zarówno kryteriów ilościowych, jak i jakościowych. Należy pamiętać, że przedsiębiorczość nie może być ograniczana jedynie do liczby nowo powstałych przedsiębiorstw, wprowadzonych na rynek wyrobów czy podjętych inicjatyw prorozwojowych (Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010). Mimo to większość prowadzonych badań oparta jest na metodach ilościowych. Posługując się w badaniach nad przedsiębiorczością głównie tymi metodami, mimo ich obiektywności, rzetelności i trafności, można odnieść wrażenie istotnej straty części zjawiska przedsiębiorczości związanej z subiektywną wiedzą osób przedsiębiorczych o ich działaniu (Dembńska, 2012) oraz przejawianą postawą w życiu możliwą do zbadania w badaniach jakościowych.

W związku z dużym zainteresowaniem przedsiębiorczością w ostatnich latach i jej wpisaniem do wielu realizowanych obecnie programów w niniejszym opracowaniu zwrócono szczególną uwagę na kształtowanie postaw przedsiębiorczych uczestników procesu edukacji.

Stosowane metody badań edukacji przedsiębiorczej

Edukacja to całokształt procesów wychowawczych i kształcących człowieka (Mróz, Siwińska, 2013). „Celem edukacji jest wychowanie w świadomości bycia autonomiczną osobą, obdarzoną godnością oraz świadomego i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu społecznym” (Brzozowski, 2012: 116) oraz wyposażenie uczestnika systemu edukacji w instrumenty intelektualne, które pozwolą mu na samodzielne zgłębianie wiedzy oraz obiektywną ocenę odbieranych danych (Brzozowski, 2012). Oznacza to, że w drodze edukacji człowiek nabywa wiedzę i umiejętności, ale też kształtuje się jego osobowość i postawa wobec otaczającego świata.

Edukacja stanowi kluczową determinantę kształtowania ludzkich postaw, umiejętności i kultury, dlatego też należy edukację przedsiębiorczą kierować do jak najmłodszych odbiorców (*Entrepreneurship Education...*, 2012), a następnie kontynuować ją i wśród studentów (Kida, 2012), i wśród doktorantów (Wach, 2012). Nie można też zapomnieć o edukacji przedsiębiorczej na późniejszych etapach życia. Edukacja w tym obszarze jest istotna nie tylko ze względu na kształtowanie sposobu myślenia ludzi, lecz także ze względu na zdobywane przez nich umiejętności i wiedzę, które ostatecznie przekładają się na rozwój kultury przedsiębiorczej na danym obszarze oddziaływania (*Entrepreneurship Education...*, 2012). Jednym z celów edukacji przedsiębiorczej jest również zachęcanie, szczególnie studentów, do rozpoczęcia kariery przedsiębiorcy (Chen et al., 2015).

W literaturze występują różne podejścia do zagadnienia edukacji przedsiębiorczej. Można mówić o: 1. edukacji o przedsiębiorczości, opartej na przekazywaniu wiedzy teoretycznej z zakresu zakładania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej; 2. edukacji dla przedsiębiorczości, kształtującej umiejętności potrzebne przedsiębiorcom w prowadzeniu własnego przedsiębiorstwa; 3. edukacji przez przedsiębiorczość, o dominującej roli edukowania

aktywnych przedsiębiorców w kontekście dalszego rozwoju umiejętności biznesowych (Wach, 2013). W tych trzech ujęciach dominuje pojęcie przedsiębiorczości w kontekście prowadzenia własnej działalności gospodarczej, a nacisk kładziony jest na zdobywanie niezbędnej wiedzy teoretycznej, kształtowanie umiejętności przydatnych przedsiębiorcy w firmie, aż po ich dalszy rozwój.

Wyróżniana jest też edukacja w zakresie przedsiębiorczego dynamizmu, która ma za zadanie promowanie postaw (cech) przedsiębiorczych nie tylko w sferze własnej działalności gospodarczej, lecz także w życiu codziennym (Wach, 2013). To ostatnie podejście szczególnie inspirowa autorkę do badań związków między edukacją a przedsiębiorczością. Zbliżony podział na cztery kategorie edukacji przedsiębiorczej prezentuje T.L. Jensen (są to kategorie: *about, for, through, embedded*). Autor ten przeprowadził analizy treści wybranych badań z zakresu wpływu edukacji przedsiębiorczej, spójności zrozumienia definicji przedsiębiorczości, celów edukacji przedsiębiorczej oraz zaprezentował ocenę dotychczas stosowanych metod, a także przedstawił własne studium przypadku (Jensen, 2014).

Tab. 1. Istotne elementy stosowanych podejść w badaniu związków edukacji przedsiębiorczej z przedsiębiorczością

Definicja przedsiębiorczości	Postawa przedsiębiorcza	Założenie i prowadzenie przedsiębiorstwa	Postawa, założenie i prowadzenie przedsiębiorstwa	Inne działania, w tym społeczne
Definicja edukacji przedsiębiorczej	edukacja o przedsiębiorczości	edukacja dla przedsiębiorczości	edukacja przez przedsiębiorczość	edukacja w zakresie przedsiębiorczego dynamizmu
Cele badań	eksploracyjne	opisowe	wyjaśniające	
Jednostka analizy	studenci (zwłaszcza kierunków i/lub kursów związanych z przedsiębiorczością)	nauczyciele	programy nauczania	inne grupy
Typy obserwacji	badania sondażowe (ankieta do samodzielnego wypełnienia, telefoniczna, wywiad ankietowy)	badania niereaktywne (analizy treści, istniejących danych statystycznych, historyczna i porównawcza)	badania ewaluacyjne	eksperyment
Liczebność próby	case study (mała grupa)	mikrodane (badania niereprezentatywne)	makrodane	

Źródło: opracowanie własne

W pomiarze rezultatów edukacji przedsiębiorczej w T.L. Jensen wyróżnił trzy kategorie: ocenę nauczycieli i studentów z różnych perspektyw (w tym ocenę postawy), liczbę przedsiębiorstw założonych przez studentów oraz kombinację dwóch wcześniejszych, które właściwie odnoszą się do przyjętej w badaniu definicji przedsiębiorczości. Zwrócił on również uwagę na respondentów poddawanych badaniu, gdyż w literaturze głównie bada się osoby, które albo

studiowały kierunek ściśle związany z przedsiębiorczością, albo uczestniczyły w specjalnych kursach przygotowujących z danego zakresu. Co więcej, określił, że pewnym odstępstwem jest ocena samych kursów (bądź programów nauczania), która prowadzona jest z reguły przed uczestnictwem w zajęciach, w trakcie oraz po (do sześciu miesięcy) (Jensen, 2014).

Jensen zwrócił także uwagę na związek badań z dyscypliną, wskazując na to, że większość analizowanych przez niego badań dotyczy studentów będących na uczelni i uczących się na kierunkach ściśle związanych z przedsiębiorczością, np. takich jak zarządzanie na uczelniach biznesowych. Wyjątek stanowią dwa wspomniane przez niego badania: przeprowadzone w 2006 r. w Wielkiej Brytanii, w którym to studenci pochodzili z różnych kierunków studiów, w tym inżynierskich; oraz jego własne badania przeprowadzone na kierunkach humanistycznych w 2012 r. na Uniwersytecie Południowej Danii (Jensen, 2014)².

Studium przypadku z Danii miało na celu opisanie, jak studenci rozwijają swoją przedsiębiorczość w trakcie kursów, w przerwach między kursami oraz w życiu codziennym. Zajęcia głównie opierały się na przekazywaniu wiedzy z zakresu przedsiębiorczości oraz kształceniu dla przedsiębiorczości/przez przedsiębiorczość, a ostatecznie ukończyło je 12 osób. Po zakończeniu kursu oceniano również liczbę podjętych lub planowanych działań społecznych kursantów. Badanie to opierało się na wprowadzeniu do analizy perspektywy holistycznego ujęcia osoby w badaniach edukacji przedsiębiorczej (Jensen, 2014).

Wśród badań, do których dotarła autorka, jedno obejmowało *case study* instytucji – uniwersytetu badawczego Eastern State University. W badaniu posłużono się analizą literatury przedmiotu, wywiadami oraz analizą dokumentów. W 2013 r. badaniu poddano 31 różnych jednostek: administratorów uniwersytetu, kadry, członków wydziału, studentów. Zastosowano dobór celowy, na podstawie posiadanej wiedzy, tj. wybierano te osoby, które zarządzały akademickimi przedsięwzięciami, nadzorowały centra przedsiębiorczości, prowadziły kursy z tego zakresu lub w nich uczestniczyły. Nagrane i spisane wywiady uzupełniono o istotne treści z dokumentów: sylabusów z kursów przedsiębiorczości, informacji prasowych, katalogów kursów, instrukcji itd. Celem badania było odkrycie, dlaczego badany uniwersytet zainicjował oraz wsparł programowe i komplementarne do nich propozycje zmian angażujące wszystkich studentów pierwszego stopnia w obszarze innowacji i przedsiębiorczości w latach 2010–2013. Jednym z interesujących wniosków było to, że wielu respondentów dostrzegło potrzebę kształtowania umiejętności przedsiębiorczych u studentów ze względu na dynamiczne i zmienne otoczenie (McClure, 2015).

Również badacze z Tajwanu podjęli się analizy literatury przedmiotu i, jako nieliczni z badających, prowadzili badania przedsiębiorczości w kontekście edukacji w formie eksperymentu. W opracowaniu przedsiębiorczość utożsamili z przedsiębiorcą pracującym na własny rachunek. Badanie to miało na celu sprawdzenie, czy uczestnictwo w kursie z przedsiębiorczości zwiększy intencje przedsiębiorcze kursantów, ich satysfakcję wobec kursu z przedsiębiorczości i efektywność uczenia się studentów uniwersytetu technicznego (Chen et al., 2015).

W eksperymencie wzięło udział 41 studentów ostatniego roku Wydziału Marketingu i Logistyki Państwowego Uniwersytetu Nauki i Technologii Penghu na Tajwanie, którzy uczestniczyli w 18-tygodniowym, nadobowiązkowym kursie z zakresu zarządzania innowacyjnością

² Jest to o tyle interesujące, że autorka niniejszego opracowania w 2015 r. przeprowadziła badanie dotyczące związków edukacji z przedsiębiorczością na wszystkich uczelniach (16 uczelni) i kierunkach studiów (81 kierunków, w tym: medyczne, techniczne, społeczne) w semestrze letnim w województwie podlaskim. Wskazywałoby to, że badania te są jednym z nielicznych przykładów tak szerokiej próby badawczej. Badanie własne autorki zostanie omówione w dalszej części artykułu.

i przedsiębiorczością, przeprowadzonym w ciągu jednego semestru. Edukacja podczas kursu obejmowała nauczanie o przedsiębiorczości i dla przedsiębiorczości. Kurs prowadził instruktor, a dodatkowo przez sześć tygodni zajęcia współprowadził mentor biznesu, który miał przedsiębiorcze doświadczenie, również z porażką w prowadzeniu przedsiębiorstwa (Chen et al., 2015).

Opinie studentów zebrano, używając kwestionariusza ankiety zawierającego pytania będące kompilacją zebranych przez badacza materiałów z literatury przedmiotu. Badanie przeprowadzono przed i po zakończeniu kursu. Wyniki z tego badania są o tyle interesujące, że studenci byli usatysfakcjonowani kursem, ich wiedza i umiejętności wzrosły, ale intencje do założenia własnego przedsiębiorstwa nieznacznie spadły. Badacze argumentowali taki stan tym, że studenci przekonali się, jak trudnym przedsięwzięciem jest prowadzenie własnej działalności i że taka kariera może nie być dla nich (Chen et al., 2015).

Jedno z analizowanych opracowań obejmowało badanie postaw przedsiębiorczych na podstawie pięcioczynnikowego modelu osobowości warunkowanego cechami przedstawionymi przez Costy i McCrae, a celem badań było powiązanie cech osobowości ze wskaźnikami działania firmy. Badaniu poddano w tym wypadku 124 uczestników jednego z programów stymulacji przedsiębiorczości z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, z których 81 założyło własną działalność. Osoby te w ramach projektu korzystały ze szkoleń i doradztwa biznesowego oraz uczestniczyły w konkursie o dotację na założenie firmy. Edukacja w tym wypadku dotyczyła edukacji: o, dla przedsiębiorczości, przez przedsiębiorczość i przez przedsiębiorczy dynamizm. Obejmowała osoby w różnym wieku (23–61 lat), o różnym wykształceniu (średnie lub wyższe), co mogło mieć wpływ na różnice w wynikach. Efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa zmierzono ośmioma zagregowanymi wskaźnikami za pomocą ankiety. Pomiedzy pomiarem postawy kandydatów a oceną funkcjonowania firmy minęło osiem miesięcy. Co więcej, w artykule dokonano analizy literatury przedmiotu również w ujęciu modelowym, przedstawiono propozycję własnego modelu badania uwarunkowań procesu zostawania przedsiębiorcą (Kaczmarek, 2014).

Kolejne analizowane opracowanie obejmowało badania z zakresu przedsiębiorczości przeprowadzone na grupie 45 studentów zaocznych drugiego i trzeciego roku zarządzania Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego. Badanie to miało m.in. na celu analizę psychologiczną przedsiębiorczości, kreowania postaw przedsiębiorczych oraz charakterystykę nauczania przedsiębiorczości. Na podstawie analizy literatury przedmiotu oraz wyników badań dokonano rozważań dotyczących właściwych modeli nauczania przedsiębiorczości. Co ciekawe, w wyjaśnieniu uwarunkowań nauczania przedsiębiorczości zwrócono uwagę na to, że przedsiębiorczość akademicka powinna być rozumiana jako nie tylko biznesowe wykorzystanie wyników badawczych, ale też w kontekście indywidualnych przedsięwzięć młodzieży akademickiej. Zastosowano również kwestionariusz ankiety, w którym m.in. pytano o stopień przygotowania do prowadzenia własnej działalności gospodarczej, źródła informacji dotyczących prowadzenia przedsiębiorstwa i sposoby powiązania uczelni z gospodarką. Ankietę uzupełniono treściami uwag studentów (Kida, 2012).

Postawy i zachowania przedsiębiorcze 600 studentów dziennych 6 wrocławskich uczelni, ich uwarunkowania oraz postrzeganie przez nich systemu edukacji w odniesieniu do kształtowania postaw przedsiębiorczych zbadano w 2011 r. Dobrani losowo studenci reprezentowali kierunki ekonomiczne, techniczne, humanistyczne, sportowe i byli studentami studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich (głównie ostatnich lat). W krótkim wprowadzeniu zwrócono uwagę na wąską i szeroką definicję przedsiębiorczości. W badaniu

posłużono się kwestionariuszem ankiety opracowanym w ramach Międzynarodowych Badań Studentów Studiów Dziennych – SES 2006. W zakresie edukacji skupiono się głównie na wiedzy teoretycznej z obszaru bloków tematycznych i zajęć z zakresu prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Co więcej, w analizowanym artykule odniesiono się również do wyników badań z roku wcześniejszego (Brajer-Marczak, Marciszewska, 2012).

Badania własne przedsiębiorczości młodzieży akademickiej

Przy analizie dotychczasowego dorobku naukowego w zakresie badań związków w obszarach edukacja – przedsiębiorczość dostrzeżono wiele różnic w podejściach badawczych stosowanych przez naukowców z różnych krajów. Mając na względzie to, jak istotny wpływ na ostateczne wyniki procesu badawczego ma zastosowana metoda badawcza, postanowiono przeprowadzić badania własne wśród studentów w semestrze letnim roku akademickiego 2014/2015 w województwie podlaskim. Za trzy główne cele badań przyjęto: określenie poziomu postawy przedsiębiorczej studentów, zidentyfikowanie występujących związków (i ich siły) postaw studentów z prowadzeniem przez nich własnej działalności gospodarczej z uczestnictwem w wybranych formach edukacji formalnej i nieformalnej, a także zbadanie, jak studenci oceniają poszczególne formy edukacji.

W badaniu przyjęto szeroką definicję przedsiębiorczości obejmującą postawy przedsiębiorcze oraz zakładanie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej, które uzupełniono o dodatkowe aktywności podejmowane przez badaną młodzież akademicką. Edukacja przedsiębiorcza została zaś określona jako o, dla przedsiębiorczości i przez przedsiębiorczy dynamizm. Badanie obejmowało studentów reprezentujących wszystkie funkcjonujące w tym czasie uczelnie wyższe i kierunki studiów, łącznie 19 uczelni (oddziały zamiejscowe uczelni znajdujące się w innych jednostkach administracyjnych w obszarze województwa podlaskiego zostały ujęte jako oddzielne jednostki uczelniane) oraz 81 kierunków studiów, które pogrupowano w 21 grup kierunków wzorowanych na metodologii Głównego Urzędu Statystycznego. Minimalną próbę określono na poziomie 1843 studentów. Jednak w związku z tym, że niektóre mniejsze uczelnie i kierunki studiów o mniejszej liczbie studiujących na nich osób przy przyjętych założeniach weszłyby do próby w wartościach ułamkowych, poszerzono próbę i ostatecznie, w drodze zaokrągleń, liczebność próby przyjęta do badań wyniosła 2004 osoby. Zastosowano dobór proporcjonalny, a losowanie grup zajęciowych odbyło się na podstawie uzyskanych rozkładów zajęć. Stosując powyższe metody, starano się jak najdokładniej odzwierciedlić populację generalną. W doborze próby zastosowano losowy dobór warstwowy, a w badaniu wykorzystano kwestionariusz ankiety do samodzielnego wypełnienia, skonstruowany specjalnie do potrzeb tego badania.

Pozyskane dane mogą przyczynić się do wypromowania najefektywniejszych form edukacji. Badanie uzupełniono o 104 poszerzone wywiady ankietowe z przedsiębiorcami zarejestrowanymi w województwie podlaskim, przeprowadzone w okresie letnim 2015 r. (należy zaznaczyć, że próba ta jest znacznie mniejsza od minimalnej, wynoszącej prawie 400 przedsiębiorców) oraz wypowiedzi w zakresie przedsiębiorczości specjalistów z różnych grup (nauczyciele szkół średnich i przedstawiciele kuratorium oświaty, nauczyciele akademicki, naukowcy, przedstawiciele instytucji otoczenia biznesu, przedstawiciele władz i instytucji lokalnych, przedsiębiorcy).

Jako jeden z licznych, interesujących wniosków z przeprowadzonych badań można przytoczyć ocenę form edukacyjnych w procesie kształcenia postaw przedsiębiorczych dokonaną przez studentów. Szczególnie wysoko (w skali od 1 do 5) oceniono³ szkolenia praktyczne (4,16), płatne staże zawodowe (4,13) i praktyki zawodowe (4,07), tj. formy o silnym akcencie praktycznym.

W badaniu określono również postawę przedsiębiorczą studentów na podstawie 13 stwierdzeń, do których ustosunkowywali się respondenci („Łatwo nawiązuję kontakt z innymi ludźmi”; „Nie boję się nietypowych rozwiązań”; „Umiem brać odpowiedzialność za podejmowane działania”; „Posiadam umiejętności organizacyjne”; „Pojawiające się problemy traktuję jako wyzwania”; „Chętnie angażuję się w nowe przedsięwzięcia”; „Lubię przejmować inicjatywę w realizowanych przedsięwzięciach”; „Łatwo dostosowuję się do zmian zachodzących w moim otoczeniu”; „Posiadam wiele pomysłów, które chciałabym/chciałbym zrealizować”; „Kiedy wyznaczę sobie jakiś cel, ciężko pracuję, by go osiągnąć”; „Podejmuję działania w zakresie rozwoju osobistego”; „W trudnych sytuacjach jestem opanowana/opanowany”; „Uważam, że jestem przedsiębiorca/przedsiębiorczy”). Odpowiedziom tym przypisano punkty, odpowiednio: zdecydowanie nie – 0, raczej nie – 1, raczej tak – 2 i zdecydowanie tak – 3. Na tej podstawie zbudowano wskaźnik przedsiębiorczości (nazywany zamiennie wskaźnikiem postaw przedsiębiorczych), który opiera się na średniej punktacji wyznaczonej ze wszystkich stwierdzeń. Wartość wskaźnika przedsiębiorczości oscyluje zatem w przedziale $<0,3>$.

Okazuje się, że postawa przedsiębiorcza studentów różni się w zależności od wielu czynników edukacji. Średnia postawa przedsiębiorcza dla ogółu respondentów wyniosła 2,094, zaś najwyższa wartość ogólnego wskaźnika przedsiębiorczości dotyczyła studentów studiów mających doświadczenie w prowadzeniu własnego przedsiębiorstwa (wartość wskaźnika przedsiębiorczości wynosi 2,304), chcących założyć własną działalność (2,249) i studentów studiów niestacjonarnych (2,199), a najniższa dotyczy studentów studiów stacjonarnych (2,040).

Nadmienić należy, że jedynie 5,24% studentów podlaskich uczelni w dniu badania prowadziło lub prowadziło wcześniej własną działalność gospodarczą. Najwyższy udział studentów prowadzących w dniu badania i/lub w przeszłości działalność gospodarczą był w grupie studentów uczelni niepublicznych (14,49%) i studentów studiów niestacjonarnych (11%). Wynik ten ma swoje potwierdzenie w jednym z najwyższych wskaźników ogólnych postawy przedsiębiorczej studentów uczelni prywatnych i studiów zaocznych spośród wszystkich badanych grup. Taki wynik może być spowodowany tym, że osoby prowadzące własną działalność gospodarczą lub chcące taką działalność założyć, chcąc uzupełnić bądź zdobyć wykształcenie, mogą częściej wybierać uczelnie prywatne i studia zaoczne. Co więcej, ankietowani studenci prowadzący własną działalność gospodarczą wykazują postawę na poziomie 2,304 przyjętego wskaźnika. Co może oznaczać, że to studenci o najwyższym poziomie wskaźnika przedsiębiorczości są skłonni do podjęcia kariery przedsiębiorcy w rozumieniu założenia i prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Badając przedsiębiorczość młodzieży akademickiej, zapytano również o chęć założenia własnej działalności gospodarczej przez respondentów. Wśród ogółu ankietowanych studentów 18,7% chce założyć własną działalność gospodarczą, 19,3% nie chce założyć takiej działalności, a 60,3% respondentów odpowiedziało, że jeszcze o tym nie myślało. Aż u ponad 60% studentów mógł nie pojawić się wystarczający bodziec do tego, aby zastanowili się oni nad założeniem i prowadzeniem własnej działalności gospodarczej. Jest to o tyle pozytywny wniosek,

³ Są to oceny uśrednione.

że można przyjąć, że studenci ci nie zostali jeszcze ani zachęcani, ani zniechęcani do założenia własnej działalności gospodarczej.

Pozyskane opinie studentów stanowią jedynie fragment prowadzonych przez autorkę badań, ale mogą stać się przyczynkiem do wzrostu zainteresowania badaczy problemem edukacji w zakresie przedsiębiorczości i kształtowania postaw przedsiębiorczych na różnych typach uczelni i kierunkach kształcenia.

Zakończenie

Analizując istotne elementy stosowanych podejść w badaniu związków edukacji przedsiębiorczej i przedsiębiorczości, uporządkowane w tabeli 1, dostrzeżono, że definicja przedsiębiorczości coraz częściej wykracza poza wąskie ujęcie zakładania i prowadzenia własnej działalności, a włącza się w nią również cechy i zachowania formujące postawę przedsiębiorczą. Gdy jeszcze kilka lat temu autorka zainteresowała się badaniami związków edukacji z przedsiębiorczością, artykuły ujmujące przedsiębiorczość w kontekście postaw, własnej działalności gospodarczej oraz różnych przedsięwzięć, nie tylko gospodarczych, stanowiły rzadkość.

Pomimo funkcjonujących czterech rodzajów edukacji przedsiębiorczej (o, dla przedsiębiorczości, przez przedsiębiorczość i przez przedsiębiorczy dynamizm) w przytoczonych badaniach najczęściej wskazywana jest edukacja o przedsiębiorczości i dla przedsiębiorczości. I najczęściej też badani są studenci, tj. aktywni uczestnicy procesu edukacji wyższej; zwłaszcza studiujący na kierunkach kształcenia związanych z przedsiębiorczością. Rzadziej pojawiają się analizy obejmujące studentów kształcących się na innych kierunkach studiów czy też inne grupy, takie jak: przedsiębiorcy, nauczyciele akademicy.

Wśród analizowanych badań pojawiają się wszystkie cele: eksploracyjne, opisowe i wyjaśniające, a także różne ich kombinacje; a wśród typów obserwacji dominują badania sondażowe (również powtarzane w różnych odstępach czasu) i badania niereaktywne w postaci analizy treści. Rzadkością są natomiast eksperymenty, które w ekonomii stanowią właściwie stosunkowo nowy obszar (ekonomia eksperymentalna zapoczątkowana została dopiero w latach 40. i 50. XX w.). Dominują *case studies* i małe liczebności badanych grup, co jest raczej przewidywalnym zjawiskiem w związku z dużą kosztownością prowadzenia badań na szerszą skalę. Takie badania dominują w różnego typu światowych raportach, np. *Global Entrepreneur Monitor*, *Amway: Światowy raport na temat przedsiębiorczości*.

Mimo to, dzięki uzyskaniu finansowania własnego pomysłu, autorce udało się przeprowadzić badania wśród studentów w skali województwa podlaskiego, wykraczając znacznie poza próbę minimalną, uzupełniając badania o dane zebrane wśród innych jednostek, korzystając z kilku typów obserwacji. W badaniu przyjęto trzy cele główne: określenie postawy przedsiębiorczej studentów, zidentyfikowanie związku postaw studentów i prowadzenia przez nich własnej działalności gospodarczej z uczestnictwem w wybranych formach edukacji formalnej i nieformalnej oraz rozpoznanie oceny poszczególnych form edukacji w kontekście rozwoju przedsiębiorczej postawy dokonanej przez studentów.

Analizowane elementy stosowanych podejść badawczych w zakresie badań przedsiębiorczości w kontekście edukacji reprezentują jedynie część możliwych rozwiązań. Przedstawione kombinacje nie są również jedynymi możliwymi do zastosowania. Zapoznanie się z dotychczasowymi metodami badawczymi może skutkować wykroczeniem przez naukowców poza przedstawione rozwiązania badawcze, niestosowane dotychczas, co może wpłynąć na rozwój metod badawczych w danym obszarze nauki i ostatecznie doprowadzić do ciekawych wniosków.

Literatura

References

- Bończak-Kucharczyk, E., Herbst, K., Chmura, K. (2015, 27 grudnia), *Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość*. PARP. Pozyskano z: <http://www.parp.gov.pl/files/74/81/93/Lokalne.pdf>
- Brajer-Marczak, R., Marciszewska, A. (2008). Czynniki warunkujące przedsiębiorczość studentów Dolnego Śląska. *Problemy Zarządzania*, 1, 170–180.
- Brajer-Marczak R., Marciszewska, A. (2012). Postawy przedsiębiorcze studentów wrocławskich uczelni wyższych – wyniki badań. *Problemy Zarządzania*, 10, 1(36), 144–160.
- Brzozowski, T.T. (2012). Przedsiębiorczość jako postawa wobec innych i świata w kontekście procesu budowania płaszczyzny dla dialogu interdyscyplinarnego. Perspektywa pedagogiczno-kulturowa. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 115–126.
- Chen, S., Hsiao, H., Chang, J., Chou, C., Chen, C., Shen, C. (2015). Can the entrepreneurship course improve the entrepreneurial intentions of students?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 557–569.
- Dembińska, A. (2012). Metody jakościowe w badaniu przedsiębiorczości. W: Z. Ratajczak (red.), *Przedsiębiorczość. Źródła i uwarunkowania psychologiczne*, Warszawa: Difin, 214–215.
- Duraj, J., Papiernik-Wojdera, M. (2010). *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Warszawa: Difin.
- Entrepreneurship Education at School in Europe. National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*, 5 (2016, 3 stycznia). Pozyskano z: http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135en.pdf
- Glinka, B., Gudkova, S. (2011). *Przedsiębiorczość*, Warszawa: Wolters Kluwer business.
- Jamka, B. (2012). *Potencjał ludzki w rozwoju przedsiębiorczości indywidualnej i korporacyjnej*, Warszawa: Difin.
- Jensen, T.L. (2014). A holistic person perspective in measuring entrepreneurship education impact. Social entrepreneurship education at the Humanities. *The International Journal of Management Education*, 12, 349–364.
- Kaczmarek, M. (2014). Cechy osobowości jako predyktor motywacji i efektywności działań przedsiębiorcy. *Problemy Zarządzania*, 12, 1(45), 175–190.
- Kida, G. (2012). Kreowanie postaw przedsiębiorczych studentów w ramach zajęć z forum integracji społeczno-gospodarczej na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim Jana Pawła II. *Problemy Zarządzania*, 10, 1(36), 2, 194–219.
- McClure K. R. (2015). Exploring Curricular Transformation to Promote Innovation and Entrepreneurship: An Institutional Case Study, Innovative Higher Education. *Innovative Higher Education*, 40(5), 429–442.
- Mróz, T., Siwińska, M. (2013). *Słownik terminów ogólnej teorii kształcenia*, Legnica: PWSZ Legnica, 11.
- Piecuch, T. (2010). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Warszawa: C.H. Beck.
- Roszkowska-Mądra, B., Parfieniuk, A., Studnicki, M. (2014). Poglądy młodzieży akademickiej studiów ekonomicznych o przedsiębiorczości i determinantach jej rozwoju. *OPTIMUM. Studia Ekonomiczne*, 6(72), 219–220.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217.
- Stevenson, H.H., Jarillo, J.C., (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27.
- Wach, K. (2012). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania. Stan obecny i proponowane kierunki zmian. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 120–127.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257.

- Węclawska D., Zadura-Lichota P. (2010; 2016, 31 lipca). Wpływ edukacji na postawy przedsiębiorcze i przygotowanie młodych Polaków do prowadzenia działalności gospodarczej. W: A. Wilmańska, *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2008–2009*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB, 173–188. Pozyskano z: <https://www.parp.gov.pl/files/74/81/380/9282.pdf>
- Zimnoch, K. (2012). Edukacja jako priorytet polityki społecznej i najważniejszy czynnik rozwoju społecznego. W: Kotlorz D., Rączaszek A. (red.), *Polityka edukacyjna wobec rynku pracy*, Katowice: Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 53–62.

Angelika Andrzejczyk, mgr, Uniwersytet w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania. Od początku kształcenia na poziomie uczelni wyższej związana z Uniwersytetem w Białymstoku. W 2014 r. uzyskała stopień magistra ekonomii i rozpoczęła studia doktoranckie. Głównym zainteresowaniem jest przedsiębiorczość. Laureatka „Diamentowego Grantu”, w ramach którego realizuje projekt pt. „Wpływ edukacji na rozwój postaw przedsiębiorczych”.

Angelika Andrzejczyk, MSc, University of Białystok, Economics and Management Faculty. Since the beginning of education at the university she is associated with the University of Białystok. In 2014, obtained a master's degree in Economics and began PhD studies. The main interest is entrepreneurship. She is the winner of the Diamond Grant within which realizes the project “The impact of education on the development of entrepreneurial attitudes”.

Adres/Address:

Uniwersytet w Białymstoku
Wydział Ekonomii i Zarządzania
Katedra Nauk o Przedsiębiorstwie
ul. Warszawska 63
15-062 Białystok, Polska
e-mail: angelika.andrzejczyk@gmail.com

Praca naukowa finansowana ze środków budżetowych na naukę w latach 2014–2016 jako projekt badawczy w ramach programu „Diamentowy Grant”.

AGNIESZKA SKALA

Politechnika Warszawska, Polska ■ Warsaw University of Technology, Poland

Badanie efektywności programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości na podstawie studium przypadku Politechniki Warszawskiej – komunikat z badań

The Effectiveness of Educational Programs in Entrepreneurship, Based on a Case Study of the Warsaw University of Technology – Statement of the Research

Streszczenie: Od około dekady podejmowane są w Polsce coraz liczniejsze inicjatywy w zakresie nauczania przedsiębiorczości, także na uczelniach wyższych (w tym technicznych). W literaturze przedmiotu edukacja przedsiębiorczości jest tematem dobrze rozpoznany, zwłaszcza pod kątem projektowania programów nauczania. Istnieje jednak luka w wiedzy o efektywności programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości, a przeprowadzenie badań pod tym kątem stanowi wyzwanie pod względem metodycznym. Głównym celem badań omówionych w artykule jest stworzenie i przetestowanie autorskiego kwestionariusza umożliwiającego weryfikację programu edukacyjnego w zakresie przedsiębiorczości i stanowiącego podstawę dla przeprowadzenia długoletnich, porównywalnych badań w tym zakresie. Ich przedmiotem są programy edukacyjne, metody ich wdrażania oraz postawy przedsiębiorcze wykazywane przez absolwentów. Omawiany w pracy autorski program edukacyjny realizowany jest w Politechnice Warszawskiej od 2007 r., zaś obecnie podejmuje się inicjatywy służące ocenie jego wpływu na kariery zawodowe jego absolwentów. Źródłem danych dla rozważań są wyniki dwóch pilotażowych badań ankietowych przeprowadzonych na uczestnikach zajęć (studentach). Wyniki te pozwoliły wstępnie określić strukturę badania właściwego i brzmienie pytań oraz sugerowanych odpowiedzi. Obecnie ankieta jest podzielona na cztery części: ocenę zajęć, badanie stosunku do samozatrudnienia, ocenę szans i zagrożeń związanych z prowadzeniem firmy oraz określenie uwarunkowań rodzinnych. Z pewnością brakuje jeszcze sposobu na uchwycenie efektów edukacji w postaci przejawiania inicjatyw ambitnych, szczególnie cennych. Na tym aspekcie będą skoncentrowane dalsze poszukiwania i badania.

Abstract: For about a decade more and more initiatives of teaching entrepreneurship are held in Poland, including universities courses (within technical ones as well). In the subject literature, teaching entrepreneurship is a well-recognized topic, especially when it comes to creating a syllabus. Nevertheless, there is a knowledge gap in the effectiveness of such entrepreneurship courses and conducting a study in this area appears to be challenging due to methodological obstacles. The main goal of the study that is discussed in this article is creating and testing a survey which enables verifying the education programs in terms of entrepreneurship. It will be a base for conducting a long-term comparison study in the area of entrepreneurship in education. The examined topics are: educational programs, methods of implementation and entrepreneurship approaches demonstrated by students. The copyrighted program discussed

in this paper takes place in the Warsaw University of Technology since 2007. Currently, there are actions to evaluate the influence of the program on careers of the University's graduates. The data source was built on the results of two pilot surveys conducted on the course participants (students). The results allowed for determining a primary structure of the main study, the tone of questions and suggested answers. Currently, the survey is divided into four parts: course evaluation, exploring the will and attitude to self-employment, examining the opportunities and threats of owning a company and defining family determinants. It is certain that there is still a difficulty to capture the effects of education in undertaking ambitious and high-growing ventures. Further research and studies will focus on this aspect.

Słowa kluczowe: edukacja; efektywność; kwestionariusz; przedsiębiorczość; szkolnictwo wyższe; weryfikacja

Key words: education; effectiveness; entrepreneurship; higher education; questionnaire; verification

Otrzymano: 23 listopada 2015

Received: 23 November 2015

Zaakceptowano: 10 marca 2016

Accepted: 10 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Skala, A., Badanie efektywności programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości na podstawie studium przypadku Politechniki Warszawskiej – komunikat z badań. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 364–377.

Wstęp

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości zdobywa kolejne przyczółki w polskim systemie kształcenia, zwłaszcza na poziomie szkół ponadgimnazjalnych oraz uczelni wyższych. W literaturze przedmiotu przybiera zarówno pochwalnych, jak i krytycznych publikacji omawiających kolejne inicjatywy w tym zakresie (Gabała, 2005; Feliniak, 2007; Cieślik i in., 2011; Richert-Kaźmierska, 2011; Wach, 2013; Skala, 2015), a każdy głos w tej sprawie przyczynia się do kumulacji wiedzy i doświadczeń dydaktycznych, z których mogą czerpać kolejni edukatorzy. Równocześnie stosunkowo krótki okres wdrażania programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości powoduje, że temat weryfikacji ich skuteczności jest w tych rozważaniach, jak dotąd, właściwie nieobecny. Chodzi tutaj z jednej strony o optymalny (w funkcji celu) dobór metod nauczania, z drugiej strony – o zbadanie faktycznego wpływu uczestniczenia w zajęciach z przedsiębiorczości na losy zawodowe absolwentów. Splot badań nad oboma wymienionymi czynnikami pozwoliłby wyciągnąć wnioski dotyczące efektywności zastosowanych metod kształcenia na przyszłe postawy przedsiębiorcze (Marszałek, 2012). Pod koniec lat 90. ubiegłego stulecia W. Strykowski pisał, że zaprojektowanie modelu systemu kształcenia nie kończy procesu tworzenia go i że musi nastąpić jego empiryczna weryfikacja, czyli sprawdzenie, w jakim stopniu realizuje on założone cele (Strykowski, 1997). Niniejszy artykuł jest komunikatem z długoterminowych badań podjętych w celu wypełnienia tej luki.

Problemem badawczym postawionym w artykule jest zaplanowanie badań weryfikujących skuteczność edukacji w zakresie przedsiębiorczości na uczelni wyższej. Przedmiotem badań są programy edukacyjne, metody ich wdrażania oraz sami studenci – słuchacze. Badania te mają charakter wieloletni. Omawiany w pracy autorski program edukacyjny jest realizowany w Politechnice Warszawskiej od 2007 r., zaś obecnie podejmuje się inicjatywy służące ocenie jego wpływu na kariery zawodowe jego absolwentów. Źródłem danych dla badań przedstawionych

w drugiej części pracy są wyniki pilotażowych badań ankietowych przeprowadzonych na uczestnikach zajęć (studentach).

W pierwszej części pracy zostanie dokonany przegląd literatury poświęconej edukacji przedsiębiorczości w kontekście problemu badawczego, czyli badania skuteczności programów edukacyjnych. W drugiej części zostaną przedstawione założenia realizacji ośmioletniego programu edukacyjnego wdrażanego w Politechnice Warszawskiej. Następnie zostaną omówione struktury i wyniki pilotażowych badań służących weryfikacji efektów tego programu oraz zostanie przedstawiona propozycja dalszych działań w tym zakresie.

Przegląd literatury

Edukacja przedsiębiorczości to jeden z kluczowych elementów ekosystemu promocji i wspierania przedsiębiorczości (Kuratko, 2005), także w Polsce (Wach, 2013). Badania A. Charneya i G.D. Libecapa dowiodły, że studenci wykształceni w kierunku przedsiębiorczości są nie tylko bardziej skłonni do zakładania własnych firm, lecz również częściej znajdują zatrudnienie w firmach szybko rozwijających się (*high-growing*) lub realizują ważne projekty związane z rozwojem nowych produktów w ramach większych organizacji (Charney, Libecap, 2000). To ważny trop w kontekście badania efektywności programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości.

A. Kuckertz z kolei podkreśla znaczenie celu, który stawia się przed edukacją przedsiębiorczości: czy ma ona doprowadzić do tego, aby student w ogóle został przedsiębiorcą, czy do tego, by był „lepszym” przedsiębiorcą (jeśli już nim zostanie) (Kuckertz, 2011). Ten rodzaj pytań jest obecnie jednym z głównych nurtów badań, zwłaszcza w kontekście pracy, której autorami są M. Henrekson i T. Sanandaji. Uczeń ci stawiają wyraźny podział między przedsiębiorczością rozumianą jako samozatrudnienie a przedsiębiorczością „schumpeterowską”, tj. generującą znaczący wzrost bogactwa i zatrudnienia. Zastanawiają się też nad czynnikami wzmagającymi tendencję do rozwoju jednej lub drugiej (Henrekson, Sanandaji, 2014).

W poglądowej pracy na temat miejsca przedsiębiorczości w edukacji Z. Ziolo zwraca uwagę na potrzebę holistycznego kształtowania postaw przedsiębiorczych w edukacji szkolnej i akademickiej, a także na konieczność dostosowania celów tej edukacji do potrzeb nowoczesnego rynku pracy (Ziolo, 2012). Z kolei K. Wach argumentuje, że celem nauczania przedsiębiorczości jest promowanie kreatywności, innowacji i samozatrudnienia (Wach, 2013). Idąc tropem Henreksona i Sanandajiego, sam fakt podjęcia samozatrudnienia przez absolwenta nie powinien być jednak traktowany jako sukces, a dopiero tworzenie firm, które charakteryzują się wysoką stopą wzrostu i nowatorskimi wdrożeniami. O wskazówkach dla edukacji traktują też ostatnie prace J. Cieślika. Wymienia on szkodliwe „iluzje” w postrzeganiu zjawiska przedsiębiorczości, których powielanie w procesie edukacyjnym może prowadzić do powtarzania błędów w przyszłości i skutkować niepowodzeniem prób przedsiębiorczych (Cieślik, 2014a, 2014b).

Odnosząc się do drugiego nurtu poświęconego metodologii nauczania, Kucketz podkreśla konieczność zrozumienia i wdrożenia nowej, „trzeciej misji” na uniwersytetach (obok nauki i dydaktyki), polegającej na wytworzeniu całościowej kultury przedsiębiorczości (Kucketz, 2013). W podobnym tonie utrzymują się publikacje Cieślika sprzed kilku lat, opierające się na doświadczeniach z wdrożeń programów edukacyjnych, w tym też na polskich uczelniach (Cieślik, 2008; Cieślik i in., 2011).

K. Wach zwraca uwagę na fakt, że program nauczania przedsiębiorczości powinien zawierać takie elementy, jak: rozwijanie cech i umiejętności przedsiębiorczych i realizowanie projektów biznesowych (Wach, 2013). Dobrym przykładem są tutaj prace S. Blanka, E. Reisa i A. Osterwaldera, którzy wspólnie stworzyli filozofię i zestaw narzędzi do zarządzania i edukowania, tzw. Lean Startup (Blank, 2013; Blank, Dorf, 2012; Ries, 2011; Osterwalder, 2010). W tabeli 1 przedstawiono wybrane pozycje literatury dotyczące edukacji przedsiębiorczości wraz z krótką notą o najważniejszych wnioskach zawartych w tych publikacjach.

Tab. 1. Wybrane pozycje literatury dotyczące edukacji przedsiębiorczości

Pozycja literatury	Najważniejsze wnioski
Kuratko, D. (2005). <i>The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges</i>	Holistyczne ujęcie tematu edukacji przedsiębiorczości: geneza, cele, rozwój, metodyka.
Fayolle, A. i Lassas-Clerc (2006). <i>Essay on the Nature of Entrepreneurship Education</i>	Przedsiębiorczość MOŻE być nauczana.
Katz, J.A. (2003). <i>The chronology and intellectual tracectory of American entrepreneurship education</i>	Chronologiczny rozwój metod edukacji przedsiębiorczości w USA.
Gibb, A.A. (1993). <i>Entreprise culture and education (...)</i>	Nauczanie klasyczne vs. nauczanie przedsiębiorcze, studium metodyczne.
Kuckertz, A. (2013). <i>Entrepreneurship Education–status quo and prospective developments</i>	Przedsiębiorcze korporacje, przedsiębiorczy uniwersytet, wyzwania dla edukacji.
Cieślak, J. (2008). <i>Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości na poziomie akademickim</i>	Koncepcje i przykłady wdrożeń kształcenia w zakresie przedsiębiorczości na poziomie akademickim.
Cieślak i in. (2011). <i>Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej</i>	
Wach, K. (2013). <i>Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych</i>	Najważniejsze komponenty edukacji przedsiębiorczości: wiedza, umiejętności, postawy.
Zioło, Z. (2012). <i>Miejsce przedsiębiorczości w edukacji</i>	Konieczność holistycznego kształtowania postaw przedsiębiorczych w edukacji szkolnej i akademickiej oraz dostosowania celów tej edukacji do potrzeb nowoczesnego rynku pracy.
Blank, S. (2013). <i>Why the Lean Startup Changes Everything?</i>	Lean Startup jako nowoczesna metodologia zarządzania startupem i zarazem edukacji w tym zakresie.
Charney i Libecap (2000). <i>Impact of entrepreneurship education</i>	Wykształceni w kierunku przedsiębiorczości częściej znajdują zatrudnienie w firmach szybko rosnących lub realizują projekty związane z rozwojem nowych produktów w ramach większych organizacji.
Henrekson i Sanandaji (2014). <i>Small business activity does not measure entrepreneurship</i>	Edukacja przedsiębiorczości niekoniecznie sprzyja samozatrudnieniu, ale jest istotnym czynnikiem determinującym ambitną przedsiębiorczość w rozumieniu „schumpeterowskim”.

W odniesieniu do omówionej literatury poświęconej edukacji przedsiębiorczości *sensu largo*, temat metodyki i wyników badań nad efektywnością programów nauczania przedsiębiorczości właściwie nie istnieje. D. Piróg zaznacza, że „na świecie wykonano nieliczne empiryczne badania, które eksplorowałyby zagadnienie stopnia wpływu ukończenia edukacji na poziomie wyższym [niekoniecznie zawierającej elementy przedsiębiorczości – przyp. aut.] na kreowanie postaw przedsiębiorczych” (Piróg, 2014: 311), co dopiero mówić o badaniu wpływu ukończenia edukacji w zakresie przedsiębiorczości na te postawy.

W publikacji tej omawiane są wyniki badań, które koncentrują się na badaniu odsetka studentów deklarujących zainteresowanie własnym biznesem jako opcją rozwoju zawodowego pod koniec studiów i porównaniu z odsetkiem tych, którzy faktycznie podjęli takie działania w rok po ukończeniu studiów. Autorka zwraca uwagę na duży rozdzwitek między pierwszym (wysokim) wynikiem a drugim (na niskim poziomie, ok. 5–10%). W kontekście omawianej wyżej literatury trzeba podkreślić, że badania te dotyczyły zjawiska samozatrudnienia jako przejawu przedsiębiorczości. Wydaje się, że te wyniki są efektem dość typowego rozdzwiku między postawą deklaratywną a faktyczną. Autorka upatruje też przyczyn tych różnic w deficycie kluczowych kompetencji i wskazuje odpowiednie metody kształcenia jako sposób na ich uzupełnienie. W kolejnej publikacji ta sama autorka idzie o krok dalej, ujawniając lukę w konceptualizacji samego pojęcia kompetencji z zakresu przedsiębiorczości (Piróg, 2015). Zaznacza też, że właśnie styk badań naukowych i dydaktyki w tym zakresie stwarza szansę na uzupełnienie wskazanych braków w wiedzy. Przykładem publikacji dotyczących tematu badania efektywności kształcenia, choć nie dotyczących nauczania w zakresie przedsiębiorczości, są prace U. Jeruszki (Jeruszka, 2001; 2006; 2011), która zajmuje się badaniem związków między kształceniem zawodowym i wyższym a losami ich absolwentów na rynku pracy.

Temat badania efektywności programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości na poziomie kształcenia wyższego jest nieobecny w polskiej literaturze – na dowód można przytoczyć fakt, że analiza dostępnych publikacji w niniejszym czasopiśmie, najwłaściwszym do publikacji tego typu prac w Polsce, nie wykazała ani jednej pracy poświęconej bezpośrednio tej tematyce. Pojawiają się, wspomniane na wstępie, cenne badania i wnioski dotyczące kształtowania programów dydaktycznych i metod edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości na różnych szczeblach kształcenia, ale brakuje prac poświęconych *stricto* metodom i wynikom badań nad ich efektywnością.

Wdrożenie programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości

Autorka niniejszego artykułu od roku 2007¹ projektuje i realizuje zajęcia z przedsiębiorczości. Element oceny i weryfikacji wdrożonych programów jest na tym etapie najsłabiej rozbudowany ze względu na naturalne odroczenie w czasie efektów tej edukacji. W 2016 r. planowane jest przeprowadzenie badań w tym zakresie w odniesieniu do dużej liczby (1,4 tys.) absolwentów Politechniki Warszawskiej.

W latach 2007–2014 nastąpiła ewolucja realizowanego programu dydaktycznego w zakresie przedsiębiorczości (Skala, 2015). Wdrażane zmiany były, między innymi, pochodną procesu uczenia się, podnoszenia własnych kwalifikacji oraz doświadczeń dydaktycznych. W efekcie nastąpiły znaczące zmiany w najważniejszych pozycjach *curriculum* zajęć:

¹ W latach 2007–2011 według wzorca z programu SEIPA, od 2011 – tworząc programy samodzielnie.

1. wykładowy charakter zajęć zmienił się w warsztaty projektowe (*project based learning*) z elementami wykładu – konwersatorium;
2. 5-letnie planowanie biznesowe w arkuszach kalkulacyjnych ustąpiło miejsca modelowaniu biznesowemu na podstawie kanwy modelu biznesowego (Osterwalder, Pigneur, 2010);
3. w miejsce portalu internetowego służącego jednostronnej komunikacji ze studentem i będącego repozytorium materiałów pojawiła się platforma e-learningowa wspomagająca interaktywną komunikację dwustronną;
4. poza tradycyjnym układem prowadzący–studenci część zajęć funkcjonuje obecnie w formule *flipped classroom*, która polega na prezentowaniu przez słuchaczy wyników prac wykonywanych między zajęciami (Herreid, 2013; Enfield, 2013). To prowadzący jest w takiej sytuacji słuchaczem i komentuje, wraz z innymi uczestnikami, wykonaną przez studentów pracę;
5. kluczowym elementem zajęć jest zderzenie koncepcji projektów rozwijanych przez studentów z ich potencjalnymi klientami w formule: *get out of the building*, czyli wdrożenie narzędzia, jakim jest tzw. *customer development* (Blank, 2013; Blank, Dorf, 2012);
6. w czasie zajęć dąży się do tego, aby stworzyć prototypy projektów, nad którymi pracują studenci;
7. w miejsce incydentalnych konsultacji prowadzący–zespoły pojawiły się dwie sesje mentoringowe: pierwsza w połowie zajęć, na którą zaproszeni są goście z zewnątrz (przedsiębiorcy), druga przed prezentacjami końcowymi – 20-minutowa sesja indywidualna z prowadzącą;
8. zamiast tradycyjnego zaliczenia odbywa się publiczna prezentacja projektów, na którą zapraszani są zewnętrzni goście: przedsiębiorcy i inwestorzy, a ich ocena ma wpływ na oceny końcowe z przedmiotu.

Weryfikacja programu edukacyjnego w zakresie przedsiębiorczości – badanie pilotażowe studentów

Weryfikacja efektywności programów edukacyjnych w zakresie kształtowania kompetencji i postaw przedsiębiorczych wśród studentów nie jest zadaniem łatwym – szczególnie z punktu widzenia przyjętej metody (Cohen, Manion, Morrison, 2010; Rubacha 2013). Ciekawie na ten temat wypowiadał się Strykowski (Strykowski, 1997), proponując skale szacunkowe oraz eksperyment pedagogiczny jako dwie podstawowe metody weryfikacji programu (modelu) zajęć. Pierwsza z nich pozwala ocenić elementy składowe zajęć, zaś druga – postawy (słuchaczy). „Najkorzystniejsze dla rzetelnej oceny efektywności skonstruowanych modeli jest stosowanie obu sposobów weryfikacji. Wyniki tych badań wzajemnie się uzupełniają, co pozwala wyciągnąć wnioski o charakterze optymalizacyjnym” (Strykowski, 1997: 39). Przeprowadzone przez autorkę pilotażowe badania studentów zawierają w sobie oba wymienione przez Strykowskiego elementy, zaś za metodę przyjęto ankietyzację (Gaweł, Pietrzykowski, 2015). Mają one charakter pilotażowy przed badaniem właściwym, które ma objąć:

- bieżące grupy słuchaczy – badane będą ich postawy przedsiębiorcze, a także ocena zajęć,
- absolwentów programu edukacyjnego realizowanego w Politechnice Warszawskiej w latach 2009–2012.

Celem wykonania badań pilotażowych jest określenie właściwej konstrukcji ankiety i formy zadawanych pytań. Obie ankiety pilotażowe przeprowadzono wśród studentów studiów licencjackich (6 i 7 semestr), uczęszczających na zajęcia w wymiarze 30 h (jeden semestr) z przedmiotu: przedsiębiorczość innowacyjna. Zajęcia te odbyły się według zasad przedstawionych w poprzednim punkcie. Pierwsza ankieta objęła studentów po ukończeniu zajęć, druga – w pierwszym miesiącu zajęć. Aby uchwycić ewentualną zmianę, która się dokona w postawie studenta pod wpływem samych zajęć, badanie jest zaplanowane jako dwuetapowe, czyli studenci wypełniają pierwszą ankietę na początku i drugą (zredukowaną) pod koniec zajęć. Za najważniejsze elementy badania, w ślad za przestudiowaną literaturą (Piróg, 2014; Jeruska, 2001; 2006; 2011; Strykowski, 1997), wyznaczono zbadanie:

- uwarunkowań rodzinnych,
- stosunku do własnego biznesu jako opcji na rozwój zawodowy,
- wykazywanych postaw przedsiębiorczych.

Schemat obu badań przedstawiono w tabeli 2.

Tab. 2. Schemat badań pilotażowych

Metoda weryfikacji	Zakres badań	Pilotaż I n = 27	Pilotaż II n = 37	
			część 1	część 2 planowana
Eksperyment pedagogiczny	uwarunkowania rodzinne	NIE	TAK	NIE
	stosunek do możliwości prowadzenia własnego biznesu	TAK	TAK	NIE
	postawy przedsiębiorcze	TAK	TAK	NIE
Skale szacunkowe	ocena zajęć	TAK	NIE	TAK
	ocena własnego zaangażowania w zajęcia	TAK	NIE	TAK

Źródło: opracowanie własne

Poszczególne moduły badań zostały zaprojektowane następująco:

1. W odniesieniu do badania uwarunkowań rodzinnych (pkt 1 w tabeli 2), zadawane jest jedno pytanie – o doświadczenie obserwacji osoby przedsiębiorczej wśród najbliższej rodziny. Dzięki temu będzie można zaobserwować, czy i na ile postawy przedsiębiorcze studentów są uwarunkowane wzrastaniem w środowisku przedsiębiorców. Ma to, jak wskazali Fairlie i Robb, pozytywny wpływ na kształtowanie postaw przedsiębiorczych w przyszłości, ponieważ np. dzieci przedsiębiorców częściej zakładają własny biznes, a jak już to robią, to osiągają lepsze wyniki (w porównaniu z założycielami osób nieobserwujących rodzinnych biznesów) (Fairlie, Robb, 2007);
2. Badając stosunek do możliwości prowadzenia swojego biznesu (pkt. 2), zadano po dwa identyczne pytania w ramach pilotażu I i w ramach pilotażu II (różny był natomiast wybór odpowiedzi i metoda ich zbierania);
3. Badając postawy przedsiębiorcze (pkt. 3) zadano jedno pytanie w ramach pilotażu I i trzy pytania w ramach pilotażu II;
4. Ocena zajęć odbyła się na podstawie 10 pytań (pilotaż I);

5. W ramach jednego pytania studenci ocenili własne zaangażowanie w zajęcia (pilotaż I).

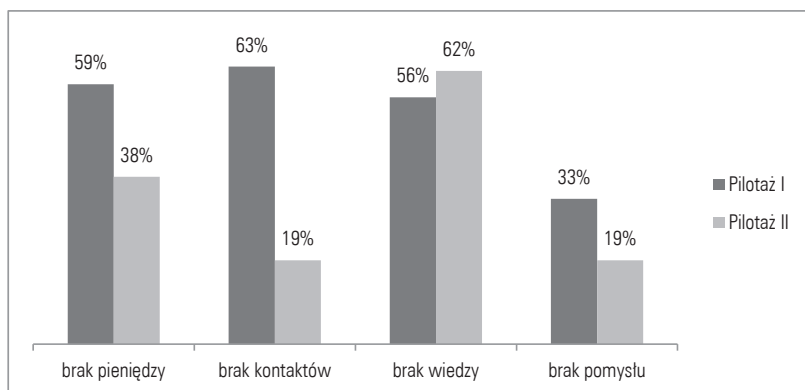
Pilotażowy charakter badań objawia się dużą liczbą pytań otwartych, służących poznaniu najczęściej pojawiających się spontanicznych odpowiedzi. Służy to temu, aby w kolejnych częściach kwestionariusza stosować już pytania zamknięte, co ułatwia i uwiarygodnia wyniki. Do ich analizy zastosowano podejście usystematyzowane w postaci kategoryzacji według słów kluczowych. Kompozycję pytań, technik zbierania i pomiaru odpowiedzi oraz wyniki przedstawiono w tabeli 3.

Wyniki badań można podzielić na dwie części. Pierwsza dotyczy doświadczeń i postaw przedsiębiorczych wykazywanych przez studentów. Druga to ocena otrzymanej oferty dydaktycznej. Zaczynając od pierwszej, to na uwagę zasługuje wysoki odsetek studentów (51%), którzy przyznali, że w najbliższym otoczeniu mają wzorce osób przedsiębiorczych, tj. związanych zawodowo z biznesem. Ponadto rezultaty badań są następujące:

- występuje duża zmienność odpowiedzi na pytanie o zainteresowanie samozatrudnieniem w zależności od sposobu udzielania i brzmienia proponowanych odpowiedzi, dlatego metoda i brzmienie pytania trzeba dopracować z myślą o badaniu właściwym;
- wśród najważniejszych obaw związanych z założeniem i prowadzeniem firmy (ryc. 1) dominuje brak szeroko rozumianej wiedzy, następnie brak pieniędzy i kontaktów biznesowych (w obu przypadkach występuje duża zmienność odpowiedzi);
- za najatrakcyjniejsze w byciu przedsiębiorcą studenci wskazują „niezależność” i „satisfakcję z bycia na swoim” (ryc. 2);
- szczególnie interesującym wynikiem badania okazały się odpowiedzi na pytanie o podejmowane przez studentów inicjatywy przedsiębiorcze. Pytanie to, po odpowiedniej modyfikacji (rozwinięciu) może pomóc w ankiecie docelowej ocenić charakter postaw przedsiębiorczych pod kątem ich innowacyjności i potencjału.

W odniesieniu do oceny zajęć, proponowany program edukacyjny spotkał się z bardzo dobrym przyjęciem przez studentów. Ankieta wykazała wysokie oceny dla treści i formuły zajęć oraz przygotowania prowadzącej. Występowała niewysoka zmienność odpowiedzi. Najsurowiej studenci ocenili siebie, czyli własne zaangażowanie w zajęcia: średnio na poziomie 3,85. Konstrukcja pytań wydaje się właściwa. Kolejna ocena zajęć odbyła się w ramach drugiej części drugiego badania pilotażowego w lutym 2016 r.

Ryc. 1. Struktura odpowiedzi na pytanie o obawy związane z założeniem i prowadzeniem firmy



Źródło: opracowanie własne

Tab. 3. Struktura ankiet ewaluacyjnych i uzyskane wyniki z badań pilotażowych

Zakres badań	Treść pytania ankietyowego	Sposób udzielania odpowiedzi i/lub jej pomiaru/zbioru	Wyniki*	
			Pilotaż I n = 27	Pilotaż II część I n = 37
Uwarunkowania rodzinne	Czy ktoś z bliskiej Ci rodziny prowadzi swoją firmę?	tak/nie	-	51% TAK 49% NIE
Stosunek do możliwości prowadzenia własnego biznesu	Czy rozważasz założenie własnej firmy?	wielokrotny wybór, max. 2 odp.	26% zdecydowanie tak 67% może kiedyś 37% tak, ale najpierw praca dla kogoś 4% raczej nie 4% przejmę interes rodzinny	-
		zamknięte jednokrotnego wyboru	-	8% tak wkrótce 14% tak, za kilka lat 41% może kiedyś 27% raczej nie 3% na pewno nie
	Jaka jest Twoja największa obawa odnośnie założenia i prowadzenia własnej firmy?	wielokrotny wybór, max. 3 odp.	63% brak kontaktów biznesowych 59% brak pieniędzy 33% brak pomysłu 26% brak wiedzy o prowadzeniu firmy 15% brak wiedzy o branży 15% brak wiedzy jak zacząć 11% brak zespołu	-
		wielokrotny wybór, max. 2 odp.	-	46% ryzyko porażki 43% brak wiedzy o prowadzeniu firmy 38% brak pieniędzy 19% brak pomysłu 19% brak wiedzy o branży 19% brak kontaktów biznesowych 5% niski prestiż przedsiębiorcy

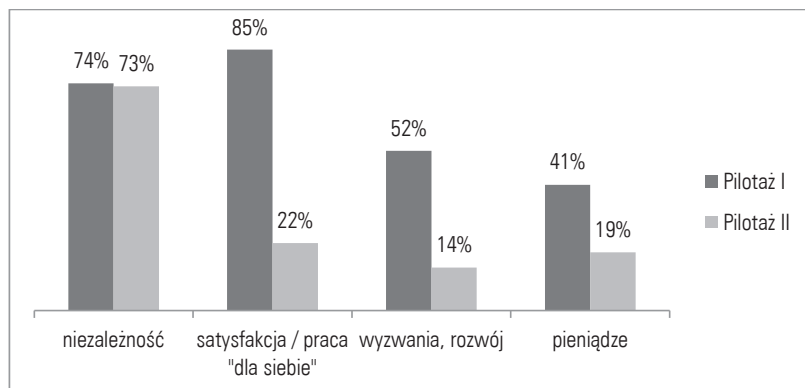
Postawy przedsiębiorcze	Co jest atrakcyjne w byciu przedsiębiorcą?	wielokrotny wybór: max. 3 odp.	85% satysfakcja 74% samodzielność 52% uczenie się, wyzwania 41% pieniądze 26% dawanie pracy innym 15% brak szefa 7% zaspokajanie potrzeb klientów	-
		otwarte**		73% niezależność 22% praca „dla siebie” 19% pieniądze i sukces 16% elastyczny czas pracy 14% innowacyjność i rozwój 47% odwaga 31% pracowitość 28% kreatywność 25% samodzielność 16% komunikatywność
Ocena zajęć	Jaką cechę przedsiębiorcy uważasz za KLUCZOWĄ?	Otwarte		Działalność społeczna, hobby, podjęcie pracy, pomoc w biznesie rodzicom
	Jakie swoje doświadczenie uważasz za przejaw swojej przedsiębiorczości?	Otwarte	-	
	ocena zajęć – całość	skala Likerta (1-5)	4,70	-
	ocena zajęć – część teoretyczna	skala Likerta (1-5)	4,44	-
	ocena zajęć część warsztatowa	skala Likerta (1-5)	4,52	-
	ocena zajęć – formuła zajęć	skala Likerta (1-5)	4,56	-
	ocena zajęć – praca w trybie projektowym	skala Likerta (1-5)	4,44	-
	ocena zajęć – przygotowanie prowadzącej do zajęć	skala Likerta (1-5)	4,89	-
	czy zajęcia zachęciły do założenia swojego biznesu?	skala Likerta (1-5)	4,26	-
	ocena własnego zaangażowania w zajęcia	skala Likerta (1-5)	3,85	-

* W przypadku skali Likerta wynik jako średnia arytmetyczna pozyskanych odpowiedzi: (1 – zdecydowanie źle/nie, 2 – raczej źle/nie, 3 – średnio, 4 – raczej dobrze/tak, 5 – zdecydowanie dobrze/tak). W przypadku pytań otwartych wyniki podane na podstawie analizy przeprowadzonej metodą kategoryzacji.

** n = 32

Źródło: opracowanie własne

Ryc. 2. Struktura odpowiedzi na pytanie o atrakcyjność bycia przedsiębiorcą



Źródło: opracowanie własne

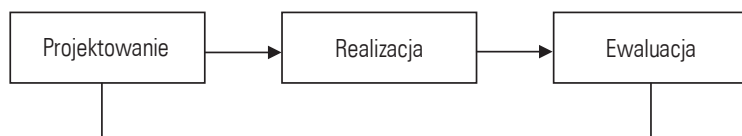
Podsumowanie

Od około dekady podejmowane są w Polsce inicjatywy edukacyjne w zakresie nauczania przedsiębiorczości, także na uczelniach wyższych (w tym technicznych). W literaturze przedmiotu edukacja przedsiębiorczości jest tematem dobrze rozpoznany, zwłaszcza pod kątem jej wpływu na wskaźniki makroekonomiczne, a także względem projektowania programów dydaktycznych. Trzeba w tym miejscu podkreślić, że najnowsze publikacje wyraźnie rozdzielają badania nad przedsiębiorczością w sensie samozatrudnienia od studiów nad postawami prowadzącymi do powstawania ambitnych, szybko rosnących (*high-growing*), innowacyjnych i przełomowych (*disruptive*) przedsięwzięć, realizowanych również w ramach większych organizacji. Istnieje luka w wiedzy o efektywności programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości. Badania takie są wyzwaniem poznawczym, a zwłaszcza metodycznym, ponieważ efekty tej edukacji następują najwcześniej po kilku, a przeważnie dopiero po kilkunastu latach, należy je więc przeprowadzać z odpowiednim odroczeniem w czasie. Ponadto postawy przedsiębiorcze, zwłaszcza te najambitniejsze, przejawiają się w różny sposób, a więc metoda badawcza powinna tę różnorodność uwzględniać. W krótszym okresie tylko pojedyncze przypadki prób biznesowych podejmowanych przez absolwentów tuż po zakończeniu studiów dają możliwość szybkiej weryfikacji przekazanej wiedzy i umiejętności. Wyniki przeprowadzonych badań pilotażowych pozwoliły wstępnie określić strukturę takiego badania i brzmienie pytań oraz sugerowanych odpowiedzi. Na obecnym etapie badań planowana ankieta jest trzystopniowa (przed zajęciami, po zajęciach i po 3–5 latach od zakończenia programu) i dzieli się na: ocenę zajęć, badanie stosunku do samozatrudnienia, ocenę szans i zagrożeń związanych z prowadzeniem firmy oraz określenie uwarunkowań rodzinnych. Z pewnością brakuje jeszcze sposobu na uchwycenie efektów w postaci inicjatyw ambitnych, szczególnie cennych. Tropem są tutaj pozyskane odpowiedzi na otwarte pytanie o przykłady przejawów przedsiębiorczości u studentów, niemniej ten element badań wymaga jeszcze dopracowania. Obiecującym kierunkiem prac może być mocniejsze oparcie struktury kwestionariusza na teorii planowanego zachowania (Ajzen, 1991; 2002; 2005), która przewiduje strukturyzującą pytań

w funkcji przekonania: behawioralnych, normatywnych oraz kontrolnych. Głównym celem dalszych badań jest stworzenie i przetestowanie autorskiego kwestionariusza umożliwiającego weryfikację programu edukacyjnego w zakresie przedsiębiorczości i stanowiącego podstawę dla przeprowadzenia długoletnich, porównywalnych badań w tym zakresie. Wyniki takich analiz byłyby cenne w kontekście zapewnienia edukacji przedsiębiorczości odpowiednich standardów, z korzyścią zarówno dla studentów, jak i dla edukatorów. Głębsza wiedza o mechanizmach zachodzących między metodami edukacyjnymi a postawami przedsiębiorczymi mogłaby też wpłynąć na nobilitację edukacji przedsiębiorczości jako ważnego, a niezbędnego, elementu kształcenia na poziomie wyższym.

Pozyskane w artykule wyniki nie uprawniają na tym etapie badań do wnioskowania o efektywności programów edukacyjnych jako takich, a nawet konkretnie takich, jakie odbywają się w omówionej w artykule formie, co sygnalizuje tytuł pracy „komunikat z badań”. Autorka ma świadomość, że o końcowe wnioski będzie się można pokusić po wielokrotnie dłuższym okresie wykonywania i rejestrowania badań, kiedy będzie można zauważyć zarówno ewentualne zmiany w strukturze odpowiedzi, jak i sensu nabierze badanie faktycznych ścieżek kariery absolwentów tych programów. Konieczne jest przy tym obranie do badań równoległej próby kontrolnej tak, aby móc porównać dane. Równocześnie pozyskiwane na bieżąco wyniki badań dotyczące np. obaw związanych ze ścieżką przedsiębiorczą, mogą służyć za wskazówki dla podnoszenia jakości programów edukacyjnych. Występuje więc „sprzężenie zwrotne” między planowaniem, realizacją a badaniem (ewaluacją, weryfikacją) programów edukacyjnych (ryc. 3).

Ryc. 3. Sprzężenie zwrotne występujące między projektowaniem, realizacją a ewaluacją programów edukacyjnych



Źródło: opracowanie własne

Literatura

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2002). *Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations*. Pozyskano z: http://chuang.epage.au.edu.tw/ezfiles/168/1168/attach/20/pta_41176_7688352_57138.pdf
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior*. McGraw-Hill Education (UK).
- Blank, S. (2013). Why the lean start-up changes everything. *Harvard Business Review*, 91(5), 63–72.
- Blank, S., Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual*. K&S; Ranch.
- Charney, A., Libecap, G. D. (2000). *Impact of entrepreneurship education*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Cieślak, J. (2008). *Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości na poziomie akademickim*. Pozyskano z: http://www.fundacja.edu.pl/przedsiębiorczosc/_referaty/sesja_IIa/5.pdf
- Cieślak, J. (2014a). Iluzje innowacyjnej przedsiębiorczości. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 3, 4–16.
- Cieślak, J. (2014b). *Przedsiębiorczość, polityka, rozwój*. Wydawnictwo Akademickie SEDNO, Warszawa.

- Cieślak, J., Guliński J., Matusiak K., Skala-Poźniak A. (2011). *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Cohen, L., Manion, L., Morrison, K. (2010). *A guide to teaching practice*. Routledge.
- Enfield, J. (2013). Looking at the impact of the flipped classroom model of instruction on undergraduate multimedia students at CSUN. *TechTrends*, 57(6), 14–27.
- Fairlie, R., Robb, A. (2007). Families, Human Capital, and Small Business: Evidence from the Characteristics of Business Owners Survey. *Industrial and Labor Relations Review*, 60(2), 225–245.
- Fayolle, A., Lassas-Clerc, N. (2006, September). Essay on the nature of entrepreneurship education. In *International Conference Entrepreneurship in United Europe-Challenges and Opportunities*.
- Feliniak, U. (2007). Przygotowanie absolwentów szkół do kariery zawodowej. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica*, 210, 85–106.
- Gabała, J. (2005). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych uczniów. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 145–152.
- Gawel, A., Pietrzykowski, M. (2015). Edukacja przedsiębiorczości w postrzeganiu przedsiębiorczości i kształtowaniu intencji przedsiębiorczych. *Problemy Zarządzania*, 13, 1(51), t. 2. 41–55.
- Gibb, A.A. (1993). Enterprise culture and education understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals. *International small business journal*, 11(3), 11–34.
- Guzman, J., Liñán, F. (2005; 2015, 10 maja). *Perspectives On Entrepreneurial Education: A Us-Europe Comparison*. Jean Monnet European Studies Centre Universidad Antonio de Nebrija. Pozyskano z: <http://www.nebrija.com/jeanmonnet/pdf/guzman-linian.pdf>
- Henrekson, M., Sanandaji, T. (2014). Small business activity does not measure entrepreneurship. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(5), 1760–1765.
- Herreid, C. F., Schiller, N.A. (2013). Case studies and the flipped classroom. *Journal of College Science Teaching*, 42(5), 6–66.
- Jeruska, U. (red.) (2001). *Metody badania losów i karier absolwentów szkół zawodowych*. Warszawa: IPISS.
- Jeruska, U. (2006). Metody badania jakości kształcenia w szkołach wyższych. *Polityka Społeczna*, 8.
- Jeruska, U. (2011). Efektywność kształcenia w szkołach wyższych. *Polityka Społeczna*, 1.
- Kuckertz, A. (2013). Entrepreneurship Education – Status Quo and Prospective Developments. *Journal of Entrepreneurship Education*, 16. 59–71. Pozyskano z: <http://ssrn.com/abstract=1862295>; <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1862295>
- Kuckertz, A. (2013; 2015, 10 maja). *What's Hot in Entrepreneurship Research in 2013? The 1st of a Series of Annual Trend Surveys*. Universität Hohenheim, Hohenheim, Niemcy. Pozyskano z: https://entrepreneurship.uni-hohenheim.de/uploads/media/What_s_hot_in_Entrepreneurship_Research_2013_03.pdf
- Kuratko, D.F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577–598.
- Liñán, F. (2007). The role of entrepreneurship education in the entrepreneurial process. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*, 230.
- Marszałek, A. (2012). Analiza postaw przedsiębiorczych wśród studentów. *E-mentor*, 3(45), 25–34.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Piróg, D. (2014). Uwarunkowania przedsiębiorczości absolwentów szkół wyższych: założenia teoretyczne i stan rzeczywisty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 306–315.
- Piróg, D. (2015) Kompetencje z zakresu przedsiębiorczości: rozważania teoretyczne i ich ilustracje w obszarze szkolnictwa wyższego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 364–376.
- Reis, E. (2011). *The Lean Startup*. New York: Crown Business.
- Richert-Kaźmierska, A. (2011). Przedsiębiorczość jako przedmiot nauczania na wyższej uczelni – wyzwania merytoryczne i metodyczne. *E-mentor*, 2, 39.

- Rubacha, K. (2013). Standardy badań społecznych. Problematyzowanie praktyki edukacyjnej. *Przegląd Badań Edukacyjnych*, 1(16), 43–51.
- Skala, A. (2015). Przedsiębiorczość – wyzwanie dla edukacji. W: Pustuła, A., Majczyk, J., Darecki, M. (red). *Przedsiębiorczość: jednostka, organizacja, kontekst*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, 7–27.
- Strykowski, W. (1997). Problematyka badawcza technologii kształcenia. *Neodidagmata* XXIII, 31–41.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257.
- Zioło, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23.

Agnieszka Skala, dr, Politechnika Warszawska. Doktor nauk ekonomicznych, absolwentka SGH, adiunkt na Politechnice Warszawskiej, współzałożycielka Szkoły Przedsiębiorczości Innovation Nest SPIN. Prowadzi zajęcia z przedsiębiorczości w Politechnice Warszawskiej i Akademii Leona Koźmińskiego. Pracuje naukowo w obszarze przedsiębiorczości wysokiej techniki i gospodarki cyfrowej oraz edukacji przedsiębiorczości. Członek Rady Programowej Fundacji Startup Poland. Absolwentka pierwszej edycji Lean LaunchPad Educators Program na Uniwersytecie Kalifornijskim w Berkeley. Organizatorka pierwszej edycji Startup Weekend NEXT w Polsce. Autorka *case studies* o polskich startupach w branży e-biznesu. Wspiera wartościowe inicjatywy edukacyjne na styku nauki, techniki i biznesu w Polsce.

Agnieszka Skala, PhD, graduate in economics at the Warsaw School of Economics, Assistant Professor at the Warsaw University of Technology, co-founder and CEO of Innovation Nest Entrepreneurship School (SPIN). Researcher in the area of high-technology entrepreneurship, e-business environment and entrepreneurship education. Member of the Academic Network of Entrepreneurship Educators SEIPA, EFER Alumni and graduate from Lean LaunchPad Educators Program at University of Berkeley in 2012. Author of case studies of Polish e-business startups, organizer of the first edition of Startup Weekend NEXT in Poland (2012). She supports science-business-technology initiatives in Poland.

Adres/Address:

Politechnika Warszawska
Wydział Transportu
ul. Koszykowa 75
00-662 Warszawa, Polska
e-mail: askala@wt.pw.edu.pl

MARIUSZ MAKOWSKI

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska ■ University of Economics in Cracow, Poland

Determinanty przedsiębiorczości w opinii nauczycieli i przedsiębiorców. Konkluzje i praktyczne wskazania z programu Perspective

Determinants of Entrepreneurship in the Perspective of Teachers and Entrepreneurs. Conclusions and Practical Guidelines from Perspective Program

Streszczenie: Program Perspective (Leonardo da Vinci), realizowany w latach 2013–2015 przez ośmiu partnerów europejskich, poświęcony był udoskonalaniu metod kształcenia nauczycieli pod kątem przedsiębiorczości. W artykule zaprezentowano efekty finalnego etapu projektu, jakim było przeprowadzenie czterech grup fokusowych, w których wzięli udział nauczyciele, przedsiębiorcy, przedstawiciele władz samorządowych, trenerzy oraz dyrektorzy szkół. W grupach tych poszukiwano czynników, które mogą sprzyjać rozwojowi postaw przedsiębiorczych zarówno uczniów, jak i nauczycieli. Próbowano również diagnozować przeszkody i trudności, które należy pokonać, aby tworzyć środowisko edukacyjne bardziej przyjazne budowaniu postaw przedsiębiorczych. Kolejnym celem tych spotkań było określenie warunków sprzyjających szkoleniu facylitatorów przedsiębiorczości. Z badań tych wyłania się obraz szeregu postulatów dla zmian w systemie edukacji, w szczególności dotyczących doboru i szkolenia kadry nauczycielskiej. W artykule przedstawiono listę rekomendacji zgłaszanych przez nauczycieli i przedsiębiorców, jak również komentarz autora.

Abstract: Perspective (Leonardo da Vinci) program, implemented in 2013–2015 by eight European partners, was devoted to improving methods of teachers' education for entrepreneurship. The article presents the results of the final phase of the project which comprised four focus groups. They were attended by teachers, entrepreneurs, representatives of local authorities, coaches and principals. Participants of these groups looked for factors that may favor the development of entrepreneurial attitudes of pupils and teachers. There were also attempts made to diagnose the obstacles and difficulties that must be overcome to create more friendly learning environment supporting building entrepreneurial attitudes. Another objective of these meetings was to determine the conditions that foster trainings of entrepreneurship facilitators. The outcome of these studies draws a picture of series of demands for changes in the education system, particularly in the area of selection and trainings of teachers. The article presents a list of recommendations reported by teachers and entrepreneurs, as well as the author's comment.

Słowa kluczowe: kompetencje; nauczyciel; program; przedsiębiorczość; szkolenie; szkoła

Key words: competences; curriculum; entrepreneurship; school; teacher; training

Otrzymano: 25 października 2015

Received: 25 October 2015

Zaakceptowano: 21 kwietnia 2016

Accepted: 21 April 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Makowski, M. (2016). Determinanty przedsiębiorczości w opinii nauczycieli i przedsiębiorców. Konkluzje i praktyczne wskazania z programu Perspective. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 378–390.

Wstęp

Niniejszy artykuł stanowi próbę syntezy danych zebranych w projekcie Perspective, międzynarodowym programie edukacyjnym finansowanym ze środków Unii Europejskiej. Autor prowadził w nim działania badawcze i szkoleniowe¹. Program ten był poświęcony doskonaleniu metod kształcenia nauczycieli oraz budowaniu ducha przedsiębiorczości (ang. *entrepreneurial spirit*). Koordynatorem projektu była włoska organizacja TUCEP z siedzibą w Perugii. W programie (w latach 2013–2015) uczestniczyło – łącznie z Polską – osiem krajów Unii Europejskiej: Włochy, Holandia, Węgry, Belgia, Austria, Grecja oraz Portugalia. W każdym z tych krajów przeprowadzono analogiczny program badawczo-szkoleniowy, w którym wyznaczono cztery kluczowe cele:

1. Wykonanie analizy kontekstowej diagnozującej sytuację edukacji nauczycieli w Europie w kontekście przedsiębiorczości. Mieściły się w niej: analiza roli nauczycieli w różnych krajach europejskich, a także analiza narodowych strategii, dobrych praktyk i doświadczeń z działań pilotażowych oraz przykłady sukcesów edukacyjnych, metodologii wykorzystywanej w edukacji nauczycieli w zakresie przedsiębiorczości, podejść i narzędzi stosowanych w celu przyjęcia roli facilitatora, podstawowych kompetencji w dziedzinie przedsiębiorczości, stałego rozwoju zawodowego nauczycieli w UE.
2. Przeprowadzenie szkoleń nauczycieli i studentów – spotkań w ramach *study circles* – „**kół uczenia się**” z wykorzystaniem metodologii uczenia się od siebie (ang. *peer learning*), adresowanych do nauczycieli szkół podstawowych i ponadpodstawowych, jak również do praktykantów w tych placówkach. Miały one służyć wsparciu rozwoju ich umiejętności i metod wykorzystywanych w uczeniu przedsiębiorczości w ramach różnych przedmiotów i w różnych kontekstach.
3. Opracowanie Wirtualnego Środowiska Uczenia się (ang. Virtual Learning Environment – VLE), aplikacji on-line, obejmującej materiały szkoleniowe, wskazówki dla nauczycieli, przykłady dobrych praktyk (w różnych obszarach, dla różnych poziomów i typów edukacji). Celem tej strony jest udostępnienie nauczycielom interaktywnych narzędzi pozwalających na dzielenie się doświadczeniem, a także rozpowszechnianie pomysłów i metod dotyczących edukacji w zakresie przedsiębiorczości².
4. Przeprowadzenie spotkań (grup fokusowych) z przedsiębiorcami, menedżerami, szkoleniowcami, dyrektorami szkół oraz przedstawicielami władz samorządowych celem określenia głównych wyzwań, barier i szans dla przedsiębiorczości, finalnie zaś – zgromadzenie rekomendacji dla edukacji w duchu przedsiębiorczości.

¹ PERSPECTIVES – Experiences Entrepreneurial Spirit Challenge in School Education Project n. 540455-LLP-1-2013-1-IT-COMENIUS-CMP.

² Ze strony <http://www.perspectiveproject.eu/pl> mogą korzystać również polscy nauczyciele; część materiałów dostępna jest w języku polskim.

W założeniu program służyć miał nauczycielom oraz studentom przygotowującym się do tego zawodu. Cykl szkoleń adresowany był do uczących na wszystkich szczeblach edukacji szkolnej (z wyłączeniem edukacji akademickiej). Jego celem strategicznym było **takie kształtowanie postaw i przekonań uczących, by przekazywali je oni dalej – uczniom, innym nauczycielom, rodzicom – stając się swoistymi facylitatorami przedsiębiorczości**. Status facylitatora wymaga tu pewnego wyjaśnienia. Działania wynikające z projektu Perspective nie koncentrowały się na specyficznym, ujętym w ramy programowe przedmiocie podstawy przedsiębiorczości. Przede wszystkim chodziło w nich o edukację nauczycieli, aby w przedsiębiorczy sposób uczyli oni wszystkich przedmiotów. Facylitator przedsiębiorczości może być formalnie nauczycielem, lecz nie jest to wymóg konieczny. Również nie każdy nauczyciel jest z automatu facylitatorem. Rola ta wiąże się ze zdolnością inspirowania innych, m.in. przez własne przedsiębiorcze działanie. W roli nauczycielskiej może się ono wiązać z niezależnością, gospodarnością, innowacyjnością, kreatywnością czy oryginalnością. Na finalnym etapie programu, podczas przeprowadzonych spotkań fokusowych z nauczycielami i przedsiębiorcami, pytano uczestników m.in. o cechy środowiska edukacyjnego, które sprzyjałyby szkoleniu facylitatorów, jak również o przymioty i kompetencje, jakimi facylitator powinien się odznaczać.

Istotne jest też określenie, jak w programie Perspective rozumiano przedsiębiorczość. Pojęcie to było traktowane szeroko, jako podstawowa zdolność do kreowania i zaspokajania własnych oraz cudzych potrzeb, odbywająca się w każdych warunkach, jakie stawia otoczenie (Gregorczyk i in., 2007). Wiązano ją z działaniem proaktywnym, czyli takim, w którym podejmuje się inicjatywę i ryzyko zmiany, bazuje na wewnętrznym umiejscowieniu kontroli, rozwija motywację wewnętrzną, przewiduje przyszłe wyzwania, aktywnie wpływa na otoczenie i angażuje w zmianę warunków swojego życia (Wypych, 2012).

Poniżej zostaną przedstawione wnioski z ostatniego etapu działań w programie Perspective, z czterech spotkań w ramach grup fokusowych.

Cel i metoda badania

Celem badania było ustalenie barier, które istnieją w edukowaniu przedsiębiorczości, oraz zebranie propozycji, jak można te bariery pokonać. Równocześnie postanowiono zebrać od przedstawicieli różnych środowisk rekomendacje dotyczące kształtowania postaw przedsiębiorczych.

Badanie miało charakter jakościowy z wykorzystaniem metody wywiadów grupowych – grup fokusowych. Badanie z użyciem grup fokusowych jest cenną metodą pozyskiwania danych, które trudno byłoby zgromadzić za pomocą metod ilościowych (por. Morgan, 1998). Zarówno czynniki związane z rekrutacją do grupy (zespoły ekspertów w danym zagadnieniu), jak i zjawiska związane z dynamiką grupy (zwiększenie kreatywności, wzajemna inspiracja, wzajemne uczenie się) czynią ustrukturyzowane wywiady w grupach fokusowych wartościową metodą badań.

Wywiady przeprowadzono według standardowych wymogów tej procedury (Blank, 2015). Liczebność uczestników w poszczególnych grupach wynosiła 6 osób (rekomendacja: 6–8), a czas trwania spotkania – 2 godziny. Rolę facylitatora odgrywał w nich autor. Rekrutacja do grup odbywała się w oparciu o zidentyfikowane uprzednio związki nauczycieli, menedżerów i urzędników z szeroko rozumianą działalnością przedsiębiorczą. Znaleźli się tu: nauczyciele przedmiotu podstawy przedsiębiorczości, nauczyciele szczególnie aktywni w tej dziedzinie (laureaci konkursów, stażyści programów zagranicznych), uczący w szkołach, które realizują

nowatorskie programy, wykładowca uczelni pedagogicznej, wykładowca specjalizujący się w innowacyjnych technikach nauczania, autor gier ekonomicznych, radna miejska od lat zajmująca się tematyką oświatową, przedsiębiorcy rekrutujący do pracy absolwentów uczelni, psychologowie – trenerzy zajmujący się rozwijaniem umiejętności społecznych, motywacji oraz pracy w grupie. Tego rodzaju dobór uczestników podyktowany był celem uzyskania możliwie jak najszerzej perspektywy dotyczącej podjętej tematyki. Realizowano go przez pozyskanie osób funkcjonujących zarówno wewnątrz systemu szkolnictwa, jak i tych, pozostających poza szkołą, posiadających spojrzenie na analizowane zagadnienie z większego dystansu.

Cele spotkań grup fokusowych zdefiniowano następująco:

1. Wskazanie czynników, które mogą sprzyjać rozwojowi postaw przedsiębiorczych zarówno uczniów, jak i nauczycieli.
2. Diagnoza przeszkód i trudności, które należy pokonać, aby stworzyć środowisko edukacyjne bardziej przyjazne budowaniu postaw przedsiębiorczych.
3. Określenie warunków, które sprzyjałyby szkoleniu facylitatorów przedsiębiorczości.

W spotkaniach, które odbyły się na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie w okresie od maja do lipca 2015 r., wzięły udział 24 osoby. Pierwsze dwa spotkania przeznaczone były dla nauczycieli, a kolejne dwa dla przedsiębiorców i innych osób niezwiązanych bezpośrednio z pracą w szkole. Rekrutację zróżnicowano pod kątem szerokości systemu edukacji. W związku z tym w grupie „nauczycielskiej” znaleźli się: nauczyciele ze szkół podstawowych (2), nauczyciele z gimnazjum (2), nauczyciele uczący w liceum (2) oraz nauczyciele akademicy (2), a w grupie „przedsiębiorców” – dyrektor zespołu szkół, radna Miasta Krakowa, profesor Uniwersytetu Pedagogicznego, przedsiębiorcy branży usług (6), menedżerowie (3), a także trenerzy (psychologowie) (2). Uczestnikami spotkań były osoby, które pozytywnie odpowiedziały na zaproszenie (drogą mailową i telefoniczną). Wysłano ok. 40 zaproszeń do wybranych potencjalnych uczestników. Każde z czterech spotkań trwało ok. 2 godzin i było rejestrowane na magnetofonie. Późniejsze wnioski i rekomendacje zebrano w oparciu o stenogramy z poszczególnych spotkań.

Opracowania wyników dokonano według procedury trzech elementów: podsumowanie, analiza, pisemna rejestracja (ang. *summarize, analyse, report*) (Eliot & Associates, 2005). Po spisaniu nagrań dźwiękowych dokonano korekty stylistyczno-gramatycznej. Część wypowiedzi, nieistotnych z punktu widzenia celu przeprowadzanych wywiadów, odsunięto od dalszej analizy. Następnie opracowano wypowiedzi w taki sposób, aby korespondowały z postawionymi na spotkaniach pytaniami badawczymi. Tworząc raport, wybrano formułę prezentacji w punktach przedstawiających zgłoszone spostrzeżenia i rekomendacje. W dalszej części artykułu wypowiedzi te poddano interpretacji.

Wyniki – propozycje i rekomendacje

Grupy fokusowe 1–2 („nauczyciele”)

1. Określenie w programie celów pracy nauczycieli, współpraca nauczycieli różnych ścieżek przedmiotowych, tak aby zaistniała wspólna aktywność przedstawicieli różnych dyscyplin. Znaczenie transferu umiejętności z jednego przedmiotu do drugiego. Ogólny cel strategiczny: szkoła bardziej holistyczna.
2. Sformułowanie celów – czym miałyby być przedsiębiorczość na poszczególnych etapach nauczania. Uwzględnienie możliwości rozwojowych uczniów.

3. Skłanianie dyrektorów placówek, aby tworzyli przychylny klimat dla samodzielnego tworzenia przez nauczycieli programów przedmiotowych.
4. Zaproponowanie zadania, jak można zminimalizować czas wykorzystywany na przekazywanie wiedzy przez nauczyciela (metody podawcze), aby odzyskać czas na aktywność uczniów (ang. *more pupils' speaking time*).
5. Syntezowanie wiedzy z różnych dziedzin w czasie realizacji konkretnych przedmiotów (np. program Interblok³), aplikacja zasady, „eksperyment może się nie udać”. Konieczność wcześniejszego przeszkolenia nauczycieli do prowadzenia tego rodzaju holistyczno-syntezująco-eksperymentalnych lekcji.
6. Na poziomie systemowo-organizacyjnym należy zabiegać o formowanie mniej licznych klas, liczących nie więcej niż 20 osób.
7. Edukowanie rodziców, jak również zarządzających placówkami oświaty w kwestii statusu nauczyciela i obszarów jego oceny, tak aby ocena ta była bardziej zróżnicowana. Przykładowo, w miejsce typowego, dwubiegunowego kryterium „wymagający – niewymagający” lub „doświadczony – niedoświadczony” otwarcie pola dla zniuansowanej ewaluacji. Sferami oceny powinny stać się m.in. osobowość nauczyciela, jego cechy przedsiębiorcze, poziom i rodzaj motywacji, dokonania pozaszkolne, chęć szkolenia się i otwartość na nowe trendy.
8. Oferowanie nauczycielom urlopów stażowych, tak aby mogli spróbować swych sił w innym środowisku i kontekście zawodowym, aby nabrali doświadczeń w działalności gospodarczej lub choćby organizatorskiej. Zapewnienie im – w tym kontekście – gwarancji nienaruszalności ich miejsca pracy. Urlop powinien być integralnym składnikiem ścieżki rozwoju zawodowego, a nie rodzajem nagrody lub kary, a także składnikiem polityki personalnej szkoły.
9. Wysyłanie studentów uczelni pedagogicznych na praktyki nie tylko do szkół, lecz także do firm.
10. Stworzenie bodźców rozwojowych dla nauczycieli czynnych w zawodzie (dobrowolność i możliwość wyboru rodzaju szkoleń dla nauczycieli). Porzucenie reguły obowiązkowości szkoleń i tego, że ich zakres, temat jest narzucany ogólnie.
11. Uczynienie placówek oświaty polem silniejszego oddziaływania postawotwórczego ze względu na to, że w Polsce udział środowiska rodzinnego jest dominujący, co ma przełożenie na tworzenie postaw kontrprzedsiębiorczych. Wchodzą tu w grę takie czynniki, jak zachęcanie do rywalizacji, nadopiekuńczość, roszczeniowość, niesamodzielnność, infantylizm.
12. Promowanie międzynarodowej wymiany nauczycieli na wszystkich szczeblach nauczania (np. program Erasmus+), co umożliwi uczącym obserwację innych rozwiązań organizacyjnych, stylów uczenia, kultury organizacyjnej, rozwiązań logistyczno-architektonicznych, jak również poznawanie innych kultur, mentalności, systemów wartości.
13. Zwiększenie udziału i podnoszenie statusu nauki języków obcych na uczelniach przygotowujących do zawodu nauczyciela. Znajomość języków obcych jest bowiem kluczowym prerekwizytem do korzystania z wymian międzynarodowych oraz z materiałów edukacyjno-szkoleniowych tworzonych w wielu programach Unii Europejskiej.
14. Pokazywanie w mediach oraz prezentowanie w szkole *success stories* nauczycieli, którzy odnieśli sukces. Chodzi tu zarówno o dokonania nauczycieli, jak i o sukcesy odniesione przez ich uczniów. Przedstawianie nauczyciela jako „ojca sukcesu”.

³ Program Interblok autorstwa W. Kwiatka i I. Wrońskiego jest realizowany w ok. 50 szkołach w Polsce (stan na październik 2015 r.). Stosuje się go m.in. w Społecznym Towarzystwie Oświatowym (zespół szkół) im. Juliusza Słowackiego w Krakowie.

15. Aplikacja koncepcji inteligencji wielorakiej (ang. *multiple intelligences*) w szkołach, wyjście poza standardowe (testowe) rozumienie inteligencji, dowartościowanie inteligencji wielorakich. Szkolenie nauczycieli w taki sposób, aby stawali się specjalistami od diagnozowania tego rodzaju talentów.
16. W czasie finałów konkursów promowania najlepszych nauczycieli stworzenie miejsca – forum dla pokazywania dobrych praktyk. Istotne jest też dowartościowanie zaangażowania nauczycieli oraz ich wysiłków wykraczających poza standardowe obowiązki.
17. Wskazana jest zmiana sposobu nauczania psychologii na studiach pedagogicznych – powinno być mniej teorii, a więcej praktyki.
18. Konieczna jest całkowita zmiana systemu praktyk studenckich (głos nauczyciela: „praktyki w polskich uczelniach to fikcja”). Na praktykach adepci zawodu nauczyciela powinni zajmować się poznawaniem uczniów jako młodych ludzi, powinni uczyć się, jak z nimi rozmawiać, jak ich motywować, w jaki sposób rozwiązywać problemy, a także „rozgrywać” konflikty. Niezbędne są tu kluczowe kompetencje psychologiczne u studentów.
19. Odejscie od stylu zarządzania pracą nauczycieli/szkoły według paradygmatu „wszystko musi wyjść na 100%”. Rozluźnienie podejścia do realizacji wytycznych programu, stworzenie przestrzeni pewnej wolności dla eksperymentowania, pojawiania się błędów, proponowania udoskonaleń i dla elastycznego podejścia.
20. Facylitator przedsiębiorczości powinien charakteryzować się takimi cechami, jak: kreatywność, empatyczność, zdolność słuchania innych, doświadczenie z innego systemu edukacyjnego (zagranica) lub systemu pracy (korporacja, służby społeczne, własny biznes).
21. Zmiana zasad funkcjonowania wolontariatu w szkole – aktualnie wielu uczniów angażuje się bowiem w tę formę aktywności z myślą o pozyskaniu punktów do oceny z zachowania, czyli w oparciu o motywację zewnętrzną.
22. Najbardziej pożądana cecha facylitatora/nauczyciela to „partnerskość”, czyli zdolność tworzenia partnerskich relacji z uczniem, który formalnie odgrywa rolę podrzędną. Kandydatów do zawodu należy rekrutować z uwzględnieniem tej predyspozycji, która następnie w toku studiów i praktyk powinna być rozwijana. Ponadto powinna być to główna cecha, na którą zwraca się uwagę w trakcie procedury doboru osób mających zostać facylitatorami przedsiębiorczości.
23. Angażowanie wybitnie uzdolnionych uczniów do współprowadzenia z nauczycielem lekcji. Realizacja procesu *empowerment* – przydawania władzy podopiecznym.
24. Konieczność zmiany w systemie nauczania pedagogicznego, stawianie bardziej na jakość niż na ilość. Mury uczelni powinno opuszczać mniej absolwentów niż dotychczas, ale lepiej wykształconych, przygotowanych do kształtowania postaw na własnym przykładzie. Narzędziami mogą być tu testy predyspozycji dla kandydatów na studia nauczycielskie, „mniejsza liczba miejsc na studiach dla sensowniejszych kandydatów”. Powinno zmierzać się w stronę elitarności studiów pedagogicznych i elitarności zawodu nauczyciela. Aktualnie zbyt późno – na ostatnich latach studiów bądź w pierwszym roku pracy – następuje weryfikacja zawodowa. Nie jest dobrze, jeśli dopiero praca weryfikuje nauczyciela. Jeżeli ocena nauczyciela jest negatywna, to wówczas przede wszystkim szkoda uczniów.
25. Należy prowadzić działania medialne w celu zmiany negatywnego obrazu profesji nauczycielskiej (głos jednego z nauczycieli i przytoczone powiedzenie: „nauczyciel: albo idiota, albo patriota” – przykład niezbyt pozytywny).

26. Ścisłjsza współpraca szkół z uczelniami, stwarzanie uczniom możliwości zaistnienia na uczelni – tworzenie „uniwersyteckich” klas ekonomicznych; ich adepci otrzymują „indeksy”, poznają szkołę wyższą, oswajają się z „dorosłym światem”, czują się nobilitowani. Ze strony uczelni dobrym przykładem działalności „w kierunku szkół” jest współpraca studenckich kół naukowych z placówkami oświatowymi. Innym przykładem współpracy w zakresie „uczelnia dla szkoły” jest przygotowywanie uczniów do olimpiady przedmiotowej z przedsiębiorczości.

Grupy fokusowe 3–4 („przedsiębiorcy”)

1. Prowadzenie mentoringu, aby facylitator jako mentor towarzyszył uczniowi w szkole, ale był również dostępny podczas jego dalszego uczenia się i rozwoju. Jeżeli nie może tego robić sam, powinien skierować adepta do właściwej osoby, która podejmie się mentoringu. Oznaczałoby to, że szkolenie facylitatora powinno obejmować nauczanie go, jak być mentorem. Przykładem tego rodzaju działań (ang. good practice) jest działalność Fundacji Księcia Karola.
2. W szkoleniu facylitatorów kluczowym elementem powinno być pokazywanie obszarów wsparcia dla ich przyszłej pracy. Biznes i przedsiębiorstwa nie są zainteresowane uczeniem przedsiębiorczości w szkołach (opinia dyrektora szkoły). Również uczelnie uważają szkoły za konkurencję, jeżeli chodzi o uczenie przedsiębiorczości. Obszarem, gdzie najlepiej udaje się wykształcić cechy przedsiębiorcze, jest harcerstwo. Tam młodzi ludzie uczą się samodzielności, zaradności, gospodarności, właściwej organizacji oraz współpracy. Jednak szkoły niezbyt przychylnie patrzą na obecność organizacji harcerskich na terenie szkoły. Traktuje się je jako konkurencję.
3. Kluczową wartość dla programu szkolenia facylitatorów ma współpraca z przedsiębiorstwami, delegowanie z nich pracowników, aby pokazywali, na czym polega działalność gospodarcza, organizacyjna, aktywność w wolontariacie, a także, aby uczyli i inspirowali swoimi sukcesami. Dobrym pośrednikiem w tej współpracy mogą być izby handlowe. Powinno się ustawowo określić zakres i rodzaj świadczenia wsparcia przez biznes na rzecz oświaty. Aktualnie szkoły opierają się na zasobach rodziców uczniów. Przedsiębiorczy rodzice angażują się w życie szkoły, do której chodzą ich dzieci. Kluczowe wydaje się też być wskazanie (stworzenie) korzyści, jakie biznes czerpałby ze współpracy ze szkołą. Mogłyby tu pośredniczyć media, pomagając w tworzeniu pozytywnego wizerunku firm (CSR, PR, CB4), które angażują się we współpracę ze szkołami.
4. Organizowanie wycieczek ze szkoły do firm, zwiedzanie linii produkcyjnych, pokazywanie, jak wytwarza się różne dobra, towary. Istotne jest, aby była to możliwie duża paleta branż, miejsc, typów firm, tak aby uczniowie mogli dopasować coś do siebie, swoich preferencji, gustów, umiejętności. Wizyta w takim miejscu może wówczas obudzić uspione talenty, wrażliwość, marzenia młodego człowieka.
5. Podniesienie znaczenia pracy w oparciu o zasoby wewnętrzne i zewnętrzne młodego człowieka. Do zasobów wewnętrznych zalicza się m.in. kreatywność, zdolność do pracy w warunkach stresu i przewodzenie, a do zewnętrznych np. umiejętność odnajdywania obszarów wsparcia informacyjnego, emocjonalnego i ekonomicznego. Istotne jest, aby umieć dostrzec istotność obu typów wymienionych zasobów.

⁴ Corporate Social Responsibility – Społeczna Odpowiedzialność Biznesu, Public Relations – Promocja Reputacji, Corporate Branding – Marka Pracodawcy.

6. Praca nad świadomością rodziców; przekonywanie ich, edukowanie na temat tego, jak dużą wartość dla uczniów – w kontekście przedsiębiorczości, a mówiąc szerzej, zaradności życiowej i samodzielności, dojrzwania psychospołecznego – mają lekcje, zajęcia projektowe w terenie. Nauczanie przedsiębiorczości jest kompleksowym programem, a nie tylko wycinkowym przedmiotem. Być może trzeba prowadzić konsekwentną politykę oddziaływania na świadomość rodziców w tej kwestii. Większość z nich nadal bowiem myśli w kategoriach, że liczą się tradycyjne przedmioty szkolne (matematyka, język ojczysty, języki) i uzyskane z nich wyniki w postaci ocen.
7. Rozwijanie preorientacji zawodowej, doradztwo zawodowe w szkołach, testowanie kompetencji uczniów w praktyce.
8. Główny wymóg wobec nauczyciela w kontekście przedsiębiorczości: stwarzanie płaszczyzny do działania dla uczniów. Dostarczanie im projektów, a nie powielanie gotowych, sformatowanych według sztywnych reguł ćwiczeń. Przyzwolenie na nieszablonowe działania młodych ludzi, dopuszczenie wielu prób i popełniania po drodze błędów, bez natychmiastowego oceniania.
9. Warto w oświacie dyskutować na temat tego, jak można wspomagać „klimat” przedsiębiorczości, „zapalić zielone światło” dla ludzi, którzy chcą działać w takim duchu. Należy wskazać, kto miałby ich wspierać. Jeżeli nie będzie to dyrekcja, to powstaje pytanie, czy nie należałoby wprowadzić do szkoły podmiotu audytującego, gotowego mediować w razie konfliktu. Ta „trzecia strona” dawałaby oparcie tym, którzy eksperymentują, a nie mogą liczyć na wsparcie od oficjalnych władz czy rodziców. Wydaje się, że takiej strony (siły) brakuje w obecnym modelu szkoły.
10. Praca nad postawami – odczarowywanie mitu „złego przedsiębiorcy”. Praca z wartościami w szkole. Błędem jest mówienie o jednej przedsiębiorczości na podstawie narzuconego, odgórnego modelu (np. że oznacza ona prowadzenie działalności gospodarczej). Przedsiębiorczość to różne działalności, które zależą od wielu czynników, kontekstu lokalnego, geograficznego i poziomu bezrobocia. Inaczej może być ona realizowana w metropoliach, dużych miastach, a odmiennie w miasteczkach czy na wsi. Warto uwzględnić te różnice w dopasowaniu się do specyfiki miejsc i uczniów, gdzie uczymy przedsiębiorczości.
11. Ograniczające zmiany czynniki polityki edukacyjnej: w polskim szkolnictwie bardzo silna jest pozycja związków zawodowych, które stanowią mocną stronę we wprowadzaniu każdej zmiany systemowej. Należy zatem wziąć pod uwagę, jak duży wpływ na zahamowanie zmian ma taka hegemonia. Istotną prawdą o polskim systemie szkolnictwa jest to, że szkołę traktuje się przede wszystkim jako miejsce pracy dla nauczycieli, a dopiero później jako sferę edukacji młodego pokolenia (w pewnym sensie jest to „rynek pracodawcy”). Z tego powodu w wielu placówkach (niezgodnie z prawem) nie realizuje się *Ustawy o systemie oświaty*. Jeśli chcemy mówić o sensownej praktyce uczenia przedsiębiorczości, to trzeba zmienić istniejący priorytet beneficjentów systemu pracy w szkolnictwie, który plasuje się obecnie nad beneficjentami usług edukacyjnych.
12. Idea tworzenia klubów „elitarnych nauczycieli”, gromadzących takich pracowników szkoły, którzy chcą się rozwijać i chętnie poświęcają swój czas prywatny na doskonalenie się. Dla nich można organizować spotkania ze znanymi przedsiębiorcami, ludźmi sukcesu w polityce, sporcie czy sztuce, które z jednej strony będą silną inspiracją i formą mentoringu, a z drugiej strony będą dostarczać nauczycielom „punktów kompetencyjnych”, podnoszących ich pozycję na rynku pracy.

13. Modułowa konstrukcja programu nauczania facylitatora powinna składać się z następujących części: 1. story telling; poznawanie biografii, historii ludzi sukcesu; 2. analiza case study; 3. realizowanie projektów; 4. prowadzenie gier ekonomicznych; 5. praca z zasobami osobistymi; 6. zapoznanie z metodami stosowanymi w harcerstwie; 7. działalność w wolontariacie; 8. nauka budowania społeczności i grupy inspiracji oraz wsparcia; 9. szkolenie „Jak pracować z rodzicami?”.
14. Poszukiwanie oparcia dla własnej przedsiębiorczości w zasobach społecznościowych i rodzinnych. Postawy przedsiębiorcze w istotnym stopniu „dziedziczy się” po własnej rodzinie, dlatego ważnym kierunkiem poszukiwań młodego człowieka może być – wsparta obecnością doradcy zawodowego lub trenera – praca z własnym genogramem. Byłaby to praca mająca charakter analizy SWOT z akcentem na odnajdywanie ukrytych zasobów we własnym systemie rodzinnym⁵.
15. Zwiększanie poczucia sprawstwa, istotna rola oddziaływań motywacyjnych na młodych ludzi. Nie należy zapominać, że działania przedsiębiorcze zasadzają się na nadwyżce energii motywacyjnej.
16. Stworzenie możliwości dla szkolącego się facylitatora, aby mógł zdobyć jakiekolwiek doświadczenie w organizowaniu, zarządzaniu lub produkcji. Jest to niezbędne do zbudowania swojego wiarygodnego wizerunku jako osoby przedsiębiorczej wobec przyszłych uczniów.
17. Prowadzenie analizy indywidualnej uczniów pod kątem posiadanych zasobów, doradztwo zawodowe. Młodych ludzi powinno się uczyć, jak badać rynek/branżę znajdujące się w polu ich zainteresowań, biorąc pod uwagę, że może to być ich przyszłe miejsce pracy.
18. Aspekt rekrutacyjny: dobierając chętnych do programu szkolenia facylitatorów przedsiębiorczości, należy dokonać selekcji. Do programu powinny trafić osoby posiadające pożądane doświadczenie, odpowiednie cechy osobowe, talenty pedagogiczne lub umiejętności motywowania, inspirowania innych.
19. Szkolenie adeptów na facylitatorów pod kątem umiejętności gromadzenia kapitału relacyjnego – dotyczy m.in. zgromadzonych kontaktów międzyludzkich, znajomości, rekomendacji, wzajemności przysług. Facylitator bowiem jest profesjonalnie mocny wtedy, kiedy posiada szerokie kontakty i może się odwoływać do różnych osób, instytucji, które wspomogą go w prowadzonym procesie edukacyjnym. Dzięki nim może zorganizować spotkanie z uczniami w fabryce, zaprosić znanego przedsiębiorcę na lekcję czy namówić ekspertów do tutoringów itp.
20. Wyjazdy zagraniczne dla adeptów, aby mogli zobaczyć inne rozwiązania systemowe, a także poznać inną mentalność, kultury organizacyjne, styl pracy i model oświaty. Nie chodzi tu o zdobycie nowej wiedzy (będzie ona zapewne skromna, gdyż zgromadzona podczas krótkiego pobytu), lecz o inspirację, inny punkt odniesienia do własnych postaw, wyznawanych wartości, przekonań.
21. Powoływanie fundacji przedsiębiorczości. Facylitatorzy (nauczyciele), pracując w ramach systemu oświaty, posiadają ograniczone pole działania i zasoby. Z fundacji mogliby

⁵ Genogram jest narzędziem stosowanym w terapii rodzinnej, polega na rozrysowywaniu swojego drzewa genealogicznego. Następnie wspólnie z terapeutą dokonuje się analizy powiązań emocjonalnych z poszczególnymi członkami rodziny. Umożliwia to m.in. odkrycie nieświadomych związków łączących nas z innymi, podobieństw cech, zasobów, doświadczeń. Analiza SWOT (ang. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats – silne strony, słabe strony, możliwości, zagrożenia) to metoda, dzięki której można określić swoje mocne i słabe strony w kontekście cech osobowych. Połączenie tych dwóch narzędzi pracy w celu poszukiwania potencjałów przedsiębiorczych u danej osoby wydaje się być obiecujące.

otrzymywać niezbędne wsparcie informacyjne, motywacyjne, prawne i inne – takie, jakiego będą potrzebować w swojej pracy.

Wnioski

Grupy fokusowe nauczycieli

W trakcie przeprowadzonych debat poświęconych przedsiębiorczości bardzo mocno zaznaczony został wątek odnoszący się do warunków i możliwości pracy nauczyciela. Wiele głosów dotyczyło potrzeby redefinicji roli, statusu i sposobu pracy nauczyciela w polskiej szkole. Ostatecznie z relacji grupy „nauczycielskiej” wyłania się następująca teza: Wobec wyzwania – stawianego przed nauczycielem – jakim jest uczenie przedsiębiorczości, oczekuje on wsparcia, zarówno na poziomie systemu, jak i szkoły. Są to oczekiwania dotyczące spraw socjalnych, szkoleniowych, mentoringowych, instruktażowych, zarządczych, a także związanych z gratyfikacją. Rodzi się tu jednak pewien paradoks. Jakkolwiek zrozumiałe jest, że pracownik oczekuje dostarczenia mu odpowiednich narzędzi do realizacji nowego zadania oraz wsparcia w mierzeniu się z nowym wyzwaniem, to równocześnie należy pamiętać, iż mowa tu o specyficznym zadaniu nauczyciela. Postawa przedsiębiorcza, której ekspresja dokonuje się przez dydaktyczne, wychowawcze czy modelujące działanie, zasadza się na aktywności własnej, samodzielnym formułowaniu celów, niezależności myślenia, zdolności stawiania czoła ryzyku, automotywowaniu i posiadaniu wewnętrznego umiejscowienia kontroli. Oczekiwanie, że „ktoś powinien dla mnie coś zrobić, abym poczuł się wystarczająco pewnie, by wdrażać nowatorskie rozwiązania” jest ekspresją postawy pasywnej. Jest w niej *implicite* zawarte przekonanie: „wciąż nie jestem gotów”, jak również założenie, że to ktoś (wspierająca dyrekcja, urlop stażowy, docenienie w konkursie) dopiero może uczynić ze mnie przedsiębiorczego nauczyciela. Wydaje się to być centralnym ograniczeniem dla rozwoju postaw przedsiębiorczych wśród nauczycieli. Używając kolokwialnej metafory, dydaktycy pracujący w szkołach, na tle uzyskanych w badaniu wypowiedzi, szklankę wypełnioną do połowy wodą postrzegają w kategoriach braku. Taka postawa jest z gruntu antypresiębiorcza. Okazuje się, że zebrano bardzo mało wypowiedzi, w których dostrzega się aktualne możliwości polskiej szkoły, afirmuje się posiadane zasoby, zauważa się nowe szanse czy wizualizuje wspaniałe, możliwe do uzyskania rezultaty. Natomiast w ogóle nie pojawiły się głosy dotyczące wizji nowej edukacji, w której postawa przedsiębiorcza jest codziennym językiem wartości i elementarnym punktem odniesienia w celach strategicznych nauczania, a nie dodatkowym, mało istotnym przedmiotem, umieszczonym w programie przez ministerstwo.

Kolejną kwestią, która została uwydatniona w czasie dyskusji, było dostrzeżenie konieczności przyjrzenia się relacji nauczyciel – uczeń. Według uczestników grupy fokusowej potrzebna jest dziś redefinicja roli nauczyciela. Pojawiła się również pojedyncza refleksja na temat patriarchalnego modelu obowiązującego w polskiej szkole – otóż wobec wymogów modelowania postaw przedsiębiorczych pozycja nadużywania władzy formalnej jawi się jako kontrproduktywna. Padły też głosy dostrzegające w kontekście uczenia przedsiębiorczości wartość partycypacji uczniów w realizacji programu (jego współtworzenia). Niezbędnym do tego zasobem jest postawa partnerska nauczyciela oraz gotowość do dzielenia się swoją władzą. Chodzi tu o proces określany jako *empowerment* (Blanchard, 2007), który polega na stopniowym wycofywaniu się przełożonego (w tym wypadku nauczyciela) z pozycji monopolu władzy na rzecz udzielania władzy podwładnym. Swoicie pojmowana władza rozumiana jest tu jako

możność wpływu, współdecydowania, a także jako walory indywidualnych zasobów i talentów. Partycypacja uczniów w realizacji celów edukacyjnych wiąże się z odpowiedzialnością za to, co ci młodzi ludzie w szkole robią. W tym sensie *empowerment* – przydawanie władzy uczniom – oznacza, że również oni sami odpowiadają za to, czego się uczą, w jaki sposób to robią i jak wdrożą wiedzę oraz umiejętności wyniesione ze szkoły do własnego życia.

Trzecim ważnym obszarem, którego znaczenie omawiano w grupach fokusowych, był status nauczyciela w kontekście jego prestiżu społecznego, dominującego stereotypu, możliwości zaistnienia w roli modela czy mentora dla podopiecznych. Jest rzeczą zrozumiałą, że negatywny stereotyp tego zawodu przeszkadza nauczycielom. Tymczasem to właśnie bezpośrednio od nich zależy zmiana tego stereotypowego wizerunku. Na podstawie wypowiedzi, które pojawiły się wśród uczestników grup fokusowych, trudno określić, jakiego rodzaju pomocy oczekują uczyący. Istnieje bowiem znacząca różnica pomiędzy wprowadzeniem zmiany (działania przedsiębiorczych nauczycieli), następnie poszukiwaniem wsparcia w mediach, działaniach lobbingsowych a aktywnością o cechach fasadowych, która z przedsiębiorczością ma jedynie wspólną nazwę. Kryć się tu może warunkowa, samoograniczająca się postawa nauczycieli: „Jeżeli spojrzycie na nas przychylniej i nas docenicie, to bardziej się postaramy (być przedsiębiorczymi)”. Warto pamiętać, że cechą proaktywnego działania jest zdolność odroczenia gratyfikacji oraz motywacja wewnętrzna. Innym wątkiem podjętym w trakcie dyskusji był postulat uczynienia szkoły obszarem „silniejszych oddziaływań postawotwórczych”. Dostrzega się bowiem znaczący wpływ domu rodzinnego (rodziców) na kształtowanie światopoglądu dzieci, natomiast nauczyciele nierzadko doświadczają frustracji, ponieważ trudno jest im zainteresować uczniów odmiennym sposobem bycia, systemem przekonań czy wartości. Upraszczając nieco, obraz ten można przedstawić jako przekonanie o umiejscowieniu szkoły – w kontekście kształtowania postaw – na straconej pozycji względem rodziny. Warto zatem zastanowić się, dlaczego tak jest. I znowu, odwołując się do zasad proaktywnego działania, okazuje się, że odpowiedź leży po stronie uczących w szkole. Jeżeli wątpią oni w siłę wpływu szkoły, to warto postawić pytanie o źródła autorytetu nauczyciela, który stanowi podstawowe narzędzie oddziaływania na postawy podopiecznych – to właśnie osoba nauczyciela jest bezpośrednim przedstawicielem szkoły dla ucznia.

Zasygnalizowany tu problem mieszania się postaw i różnej istotności źródeł (dom rodziny, szkoła, rówieśnicy, kultura popularna, media itp.) stanowi kluczowe zagadnienie w kwestii realizacji celu, jakim jest kształtowanie bardziej przedsiębiorczego, proaktywnego, samodzielnego, aktywnego obywatela. Jak zauważa Szeliga (2007), ci, którzy pragną budować u uczniów postawę przedsiębiorczą, powinni mieć świadomość, że oznacza to skonfrontowanie się z istniejącymi już u młodzieży postawami antypresiębiorczymi. Jako takie wymienia on: doraźność i krótkowzroczność, stadność, eskapizm (emigracja, ucieczka w szarą strefę) oraz fatalizm (Szeliga, 2007: 142). Warto też skonstatować, czy szkoła mimowolnie tych postaw nie wzmacnia.

W zgromadzonych wypowiedziach zastanawiający jest całkowity brak wątku dopasowania organizacyjnego jednostki do grupy. Szkoła jest organizacją o cechach tradycjonalistycznych, stosunkowo sztywną formalnie, wolno przyswajającą zmiany. Nauczyciel nietuzinkowy, oryginalny, pełen inicjatywy, posiadający osiągnięcia w innej sferze zawodowej niż edukacja, przedsiębiorczy funkcjonować będzie w organizacji niezbyt przystającej do jego mentalności i stylu bycia. Jak przestrzega Wypych (2012: 86): „Nie każda organizacja i nie każdy przełożony jest gotów radzić sobie z pracownikiem rozwijającym się. Pracownik poszerzający swoje kwalifikacje i doskonalący się zwiększa również swoje oczekiwania wobec organizacji, oczekuje awansu czy zwiększenia osobistej odpowiedzialności. Niekiedy osoby takie mogą budzić

niechęć i wzbudzać rywalizację, co ostatecznie może skończyć się utratą pracownika zniechęconego ograniczeniami rozwoju czy niezadowoleniem szefa zazdroścącego albo też obawiającego się kwalifikacji posiadanych przez podwładnych”. Ów aspekt zagrożenia związanego z „równaniem w dół” wydaje się być nie dość wyraźnie artykułowany przez interesariuszy bardziej przedsiębiorczej szkoły.

Grupy fokusowe przedsiębiorców i ekspertów

Gdy przyjrzeć się wypowiedziom uczestników tej grupy i porównać je z rekomendacjami w grupie nauczycieli, to tym, co wyłania się z nich na pierwszy plan, jest przeniesienie akcentu uwagi z uczących na uczniów. Przedsiębiorcy i eksperci bardziej pochyłali się nad potrzebami uczniów i studentów, a mniej nad nauczycielami. Dobitnie wyrażono to w punkcie 11, dowodząc, że aktualnie – patrząc systemowo, w optyce kultury organizacji – szkoła jest systemem, w którym przede wszystkim dba się o interesy kadry, a dopiero później o interesy podopiecznych. Jeżeli środowisko nauczycielskie (związki zawodowe) nastawione jest na obronę *status quo*, to trudno oczekiwać w nim gotowości do zmian, które w dłuższej perspektywie mogą przynieść korzyści uczniom. Nauczycielom bowiem proces ten kojarzy się z potencjalnymi zagrożeniami dotyczącymi ich bieżących interesów, gwarancji zatrudnienia, poczucia bezpieczeństwa i konieczności zmiany nawyków mentalnych.

Ważnym wątkiem w dyskusji była analiza roli facylitatora przedsiębiorczości. Uczestnicy postrzegali ją jako alternatywną lub uzupełniającą wobec tradycyjnej funkcji nauczyciela. Tym niemniej nie wykluczali, że również nauczyciele mogą nabyć kompetencji niezbędnych do jej pełnienia. Dostrzeżono, iż tym, co facyliatator – niebędący absolwentem formalnego systemu formowania nauczycieli – wnosi najcenniejszego, jest jego doświadczenie pozaszkolne. Ma on odgrywać rolę modelu, inspiratora, mentora, trenera. Jego siłą jest zewnętrzny *background*. Jako czynniki wspomagające nauczycieli w stawianiu się facyliatorami przedsiębiorczości wskazano kolejno: stworzenie możliwości praktyk w organizowaniu, zarządzaniu lub produkcji, umożliwienie wyjazdów zagranicznych na staże i wizyty, a także zapraszanie nauczycieli do stowarzyszeń i fundacji zajmujących się przedsiębiorczością.

Jeżeli chodzi o warunki, które mogłyby sprzyjać szkoleniu facyliatorów przedsiębiorczości (pytanie nr 3 w dyskusji), to dostrzeżono czynnik elitarności oraz fakt, że nie każdy powinien zostać facyliatorem. Uznano, iż kandydatów należy poddawać selekcji pod kątem posiadanych predyspozycji. Zauważono też konieczność uzyskania wsparcia ze strony organizacji pozaszkolnych dla osób szkolących się do tej roli. Szkoła uwikłana jest bowiem w szereg uwarunkowań i konfliktów interesów, które blokują krzewienie ducha przedsiębiorczości. Do najcenniejszych zasobów facyliatora należą: odbyte staże, stypendia i wizyty zagraniczne, „zasilanie” motywacyjne dzięki członkostwu w klubach oraz szkoleniach własnych, zgromadzony kapitał relacyjny, uzyskiwane wsparcie dla swej działalności (bezpośrednie – dyrekcja, współpracownicy; pośrednie – przedsiębiorstwa, media), jak również zbudowane relacje z rodzicami podopiecznych.

Zakończenie

Uczeń, u którego chcemy rozwinąć cechy przedsiębiorcze, powinien sam doświadczyć, czym jest przedsiębiorczość w działaniu. Facyliator – nauczyciel lub edukator specjalnie przygotowany do tej roli – to osoba, która posiada potencjał do tego, aby pokazywać, na czym

polega przedsiębiorczość. W niniejszym artykule, na podstawie przeprowadzonych badań jakościowych, starano się zaprezentować, jakie wyzwania stoją przed polską oświatą, jeżeli poważnie myśli się o realnym kształtowaniu postaw przedsiębiorczych oraz przygotowywaniu osób mających odgrywać rolę promotorów przedsiębiorczości. Nieco odmiennie poglądy mają na tę sferę ci, którzy uczą w szkołach, oraz przedsiębiorcy, którzy zatrudniają absolwentów. Rozważania te pokazują, że warto konfrontować różne perspektywy w celu ulepszania systemu oświaty w kontekście promowania ducha przedsiębiorczości.

Literatura

References

- Blanchard, K. (2007). *Przywództwo wyższego stopnia. Blanchard o przywództwie i tworzeniu efektywnych organizacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Blank, G. (2015, 20 marca). *Conducting a focus group*. Pozyskano z: www.cse.lehigh.edu/~glennb/mm/FocusGroups.htm
- Eliot & Associates (2015, 17 lipca). *Guidelines for conducting a focus group*. Pozyskano z: https://assessment.trinity.duke.edu/documents/How_to_Conduct_a_Focus_Group.pdf
- Gregorczyk, S., Romanowska, M., Sopińska, A., Wachowiak, P. (2007). *Program nauczania podstaw przedsiębiorczości dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum. Przedsiębiorczość bez tajemnic*. Warszawa: Wydawnictwo WSiP.
- Morgan, D.L. (1998). *The focus group guidebook*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- Strona programu Perspective (2015, 4 października). Pozyskano z: <http://www.perspectiveproject.eu/pl>
- Szeliga, P. (2007). Chwasty na polu przedsiębiorczości, czyli czego w szkole nie uprawiać. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
- Wypych, M. (2012). Warunki skuteczności osób proaktywnych w organizacjach. W: M. Motyka, J. Pawlak (red.), *Podmiotowość człowieka w organizacji*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego.

Mariusz Makowski, psycholog społeczny, dr nauk humanistycznych związany z Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie od 2005 r. Jego obszar eksploracji teoretycznych i badawczych koncentruje się na: problematyce mediów, kształtowaniu postaw oraz wpływie społecznym nadawców masowych. Od kilkunastu lat zaangażowany jest we współpracę z prasą, radiem i telewizją na polu edukacyjnym. Swoje najbliższe plany badawcze wiąże ze zgłębieniem zagadnień poznawczych i emocjonalnych konsekwencji percepcji obrazów fotograficznych.

Mariusz Makowski, PhD, social psychologist, affiliated with University of Economics in Cracow since 2005. Area of theoretical and research explorations concentrates on: media, attitudes' development and social influence created by mass media. For many years he has been cooperating in the field of education with the media: press, radio and TV. Future research interests are connected to cognitive and emotional consequences of photography perception.

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Katedra Psychologii i Dydaktyki
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków, Polska
e-mail: makowski@uek.krakow.pl

AGATA PO CZMAŃSKA, ROKSANA PIERWIENIECKA

Instytut Badań Edukacyjnych, Warszawa, Polska ■ Educational Research Institute, Warsaw, Poland

Edukacja przedsiębiorczości w ramach kształcenia zawodowego a sytuacja jego absolwentów na rynku pracy

Entrepreneurship Education in Vocational Education and Training and the VET Graduates' Situation on the Labor Market

Streszczenie: Zamierzeniem autorek artykułu jest wskazanie celów i metod kształcenia przedsiębiorczości, które pozwalają najlepiej przygotowywać uczniów w ramach kształcenia zawodowego do wejścia na rynek pracy. W doborze najefektywniejszych celów i metod uwzględniono kontekst edukacji zawodowej w Polsce oraz sytuację na polskim rynku pracy. W artykule dokonano przeglądu i analizy literatury prezentującej wyniki badań w przedmiotowym obszarze. Analizie poddano relacje między kształtowaniem postawy przedsiębiorczej a poziomem bezrobocia i skalą zakładania działalności gospodarczej w omawianej grupie osób. Wskaźniki te oraz wyniki innych badań skonfrontowano z kluczowymi elementami edukacji w zakresie przedsiębiorczości, którymi są formy i cele nauczania oraz metody kształcenia, powiązane również z kompetencjami nauczycieli i współpracą szkół z przedsiębiorcami. Ujęcie teoretyczne tych zagadnień i prezentacja wyników badań wzbogacone zostały o ujęcie praktyczne, czyli o przykłady rozwiązań stosowanych w Europie, ze szczególnym uwzględnieniem sytuacji w Polsce. Podsumowanie i wnioski z analizy uzupełniają zarys korzystnych w tym kontekście kierunków ewolucji edukacji przedsiębiorczości.

Abstract: The article aims to indicate the teaching objectives and methods within the entrepreneurship education that are most suitable in preparing VET students to enter the labour market. In selection of most efficient objectives and methods, the context of Polish vocational education and situation in labour market have been taken into account. For this purpose the literature presenting research findings in this area has been reviewed and analysed. The connections between shaping an entrepreneurial attitude, the level of unemployment, and the extent to which VET graduates started a business have been analysed. Those economic indicators and research findings were confronted with the key elements of entrepreneurship education: forms of learning and educational objectives in entrepreneurship education and teaching methods, which are connected with teachers' competences and forms of cooperation between learning providers and entrepreneurs. The theoretical approach and presentation of the research findings are supplemented by a practical approach – examples of different European solutions, with an emphasis on those used in Poland. Summary and conclusions from the analysis are supplemented by an outline of changes that could shape the evolution of entrepreneurship education.

Słowa kluczowe: absolwenci szkół zawodowych; edukacja przedsiębiorczości; kształcenie zawodowe; metody nauczania; przedsiębiorczość; rynek pracy

Key words: entrepreneurship; entrepreneurship education; labor market; teaching methods; vocational education and training; vocational schools graduates

Otrzymano: 25 października 2015

Received: 25 October 2015

Zaakceptowano: 13 marca 2016

Accepted: 13 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Poczmańska, A., Pierwieñiecka, R. (2016). Edukacja przedsiębiorczości w ramach kształcenia zawodowego a sytuacja jego absolwentów na rynku pracy. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 391–404.

Wstęp

Temat edukacji przedsiębiorczości jest często omawiany na polskim gruncie naukowym. Traktuje się go zazwyczaj wąsko, badając odrębnie cele kształcenia przedsiębiorczości (Rachwał i in., 2008; Rachwał, 2009; Dorocki, Kilar, Rachwał, 2011), dydaktykę nauczania przedsiębiorczości (Desperak, Depczyńska, 2007; Tracz, Rachwał, 2008) czy treści przedmiotowe przedsiębiorczości (Piróg, 2005). Badania te w większości odnoszą się do kształcenia przedsiębiorczości w ramach edukacji ogólnej, czasem szkolnictwa wyższego (Borowiec, 2008; 2009; Piróg, 2010, 2015). Dostępne są też analizy w ujęciu teoretycznym, prowadzone w oderwaniu od typu kształcenia, w ramach którego prowadzone jest nauczanie przedsiębiorczości (Klucznik-Törő, 2012; Ziolo, 2012).

W niniejszym artykule kształcenie przedsiębiorczości poddano analizie z perspektywy kształcenia zawodowego¹ – nie tylko ze względu na swego rodzaju niszę badawczą, ale przede wszystkim ze względu na znaczenie, jakie edukacja ta może mieć dla sytuacji absolwentów kształcenia zawodowego na rynku pracy. Obecnie sytuacja ta wymaga w Polsce zdecydowanej poprawy.

Przez poprawę sytuacji tych osób na rynku pracy rozumie się przede wszystkim zmniejszanie wśród nich bezrobocia i podnoszenie poziomu zakładania przez nie działalności gospodarczej. Istnieje wiele metod badania przedsiębiorczości i efektywności edukacji przedsiębiorczości (OECD, 2009; Raczyk, 2009; Cieślík, 2014), jednak wybrane wskaźniki są nie tylko mierzalne, lecz także istotne ze społeczno-gospodarczego punktu widzenia. Dla osiągnięcia tak określonego celu dokonano przeglądu i analizy literatury prezentującej wyniki badań w przedmiotowym obszarze.

Zamierzeniem autorek artykułu jest wskazanie celów i metod kształcenia przedsiębiorczości, które pozwalają najlepiej przygotowywać uczniów w ramach kształcenia zawodowego do przyszłej pracy (rozwijają w nich samodzielność, kreatywność i dobrą organizację pracy). W doborze najefektywniejszych celów i metod uwzględniono kontekst edukacji zawodowej w Polsce oraz sytuację na polskim rynku pracy.

¹ W artykule termin „kształcenie zawodowe” definiowany jest zgodnie z *Ustawą z dnia 19 sierpnia 2011 r. o zmianie ustawy o systemie oświaty oraz niektórych innych ustaw* (Dz.U. z 2011 r. Nr 205, poz. 1206), która weszła w życie we wrześniu 2012 r. Zgodnie z ustawą kształcenie zawodowe odbywa się w następujących typach szkół: trzyletniej zasadniczej szkole zawodowej, czteroletnim technikum, szkole policealnej dla osób posiadających wykształcenie średnie oraz trzyletniej szkole specjalnej, której ukończenie umożliwia uzyskanie świadectwa potwierdzającego przysposobienie do pracy.

Metody nauczania są jednym z czynników mających wpływ na efektywność procesu kształcenia. W niniejszym artykule omówiono je, odnosząc się do sposobu, w jaki proces ten jest zorganizowany i realizowany. Analiza teoretyczna została uzupełniona przykładami rozwiązań stosowanymi w Europie, ze szczególnym uwzględnieniem sytuacji w Polsce. Podsumowanie i wnioski z analizy uzupełniają zarys korzystnych w tym kontekście kierunków ewolucji edukacji przedsiębiorczości.

Rynek pracy a sytuacja osób z wykształceniem zawodowym

Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości ma szczególne znaczenie w ramach kształcenia zawodowego, ponieważ absolwenci szkół zawodowych czy technikum są najbliżej wejścia na rynek pracy. W Polsce 20% uczniów szkół zawodowych deklaruje, że po zakończeniu szkoły podejmie pracę zawodową, a 48%, że podejmie pracę zawodową i jednocześnie będzie kontynuować naukę (Ministerstwo Edukacji Narodowej..., 2011).

Warto zaznaczyć, że absolwenci szkół zawodowych są silnie związani z sektorem mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) (Barabasch, 2014). Znacząca większość tych firm prowadzi działalność, na rzecz której odbywa się kształcenie w szkołach zawodowych. Firmy należące do sektora MŚP stanowią 99,8% wszystkich przedsiębiorstw w Polsce, a sytuacja w innych państwach Unii Europejskiej wygląda podobnie (European Commission, 2014). Tym samym edukacja w ramach kształcenia zawodowego powinna mieć silne przełożenie na gospodarkę całego kraju, jak również na rozwój układów lokalnych. To właśnie w sektorze MŚP absolwenci kształcenia zawodowego będą najczęściej znajdować zatrudnienie lub zakładać własne firmy.

Tymczasem obecna sytuacja absolwentów kształcenia zawodowego na polskim rynku pracy nie jest dobra. Z Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL), według stanu na IV kwartał 2014 r., wynika, że stopa bezrobocia wśród absolwentów z wykształceniem zawodowym wynosi 37,3%. Wśród wszystkich bezrobotnych osoby, które ukończyły zasadnicze kształcenie zawodowe, stanowią ponad 31%, a wśród biernych zawodowo prawie 22% to osoby z wykształceniem zawodowym (GUS, 2015a).

Z badania przeprowadzonego w ramach programu Bilans Kapitału Ludzkiego (BKL) wynika, że jedynie 3% mężczyzn i 1% kobiet wśród bezrobotnych młodych (do 30 roku życia) absolwentów szkół zawodowych preferuje własną działalność jako formę przyszłego zatrudnienia, natomiast ponad 90% woli pracę etatową. Ostatecznie działalność zakłada 3% młodych absolwentów. Wśród osób starszych (powyżej 30 roku życia) odsetek ten jest niewiele wyższy i wynosi 5% (Jelonek, Kasperek, Magierowski, 2015). Badanie BKL wykazało silną korelację między poziomem wykształcenia a zakładaniem własnej firmy. Przykładowo, wśród osób młodych (do 30. roku życia) z wykształceniem wyższym 13% założyło swoją firmę, zaś wśród młodych absolwentów szkół średnich odsetek ten wynosi 10% (Jelonek, Kasperek, Magierowski, 2015).

Wydawać by się mogło, że właśnie ta grupa społeczna – osoby z wykształceniem zawodowym – nie powinna mieć problemów ze znalezieniem zatrudnienia czy z założeniem dobrze prosperującej firmy, ponieważ osoby te posiadają wykształcenie dające konkretny fach w ręku, a na rynku obserwujemy wysoki popyt na wykwalifikowanych fachowców. Jednak jak pokazują powyższe dane statystyczne, absolwenci szkół zawodowych nie tylko nie najlepiej radzą sobie na rynku pracy w kontekście pracy etatowej, lecz także rzadko myślą o założeniu własnej

firmy czy samozatrudnieniu lub nie mają świadomości, że jest to dla nich korzystna alternatywa. Możliwe również, że nie są lub nie czują się odpowiednio do tego przygotowani.

Przyczyny takiego stanu rzeczy mogą być związane z ogólną sytuacją na polskim rynku pracy, ze stanem polskiego kształcenia zawodowego, jak również z ograniczeniami w kontekście zakładania działalności gospodarczej. Elementy te są istotne dla niniejszego artykułu, ponieważ edukacja przedsiębiorczości (a szczególnie stosowane w niej metody) powinna brać je pod uwagę, tj. odpowiadać na potrzeby rynku pracy oraz uwzględniać specyfikę i cele kształcenia zawodowego w Polsce.

Jak wspomniano wcześniej, stopa bezrobocia wśród osób z wykształceniem zawodowym jest stosunkowo wysoka. Dla uzupełnienia obrazu sytuacji warto przywołać pewne fakty dotyczące struktury polskiego rynku pracy. Od lat dominuje na nim sektor usług (w 2013 r. pracowało w nim ponad 3 mln osób, co stanowiło 35,2% ogółu zatrudnionych w przedsiębiorstwach prywatnych²), na drugim miejscu plasuje się przemysł (w 2013 r. w tym sektorze pracowało 2,8 mln osób, co stanowiło 31,3% ogółu zatrudnionych w przedsiębiorstwach prywatnych), zaś na trzecim – handel (w 2013 r. pracowało w tym sektorze 2,2 mln osób, czyli 24,3% ogółu zatrudnionych w przedsiębiorstwach prywatnych) (Tarnawa, Zadura-Lichota, 2015). Stopa bezrobocia rejestrowanego w grudniu 2013 r. wyniosła 13,4% (GUS, 2015c). W tym samym czasie stopa bezrobocia wśród młodzieży (do 25 roku życia) wyniosła 27,2%, co przewyższało ówczesną średnią w UE, wynoszącą 23,1%³ (Eurostat, 2015). W grudniu 2015 r. stopa bezrobocia spadła do 9,8% (GUS, 2015c). Obniżyło się także bezrobocie wśród młodzieży – w grudniu 2015 r. wynosiło 20,5% (przy średniej dla UE wynoszącej 19,8%) (Eurostat, 2016).

Jednocześnie w 2015 r. pogłębił się spadek współczynnika aktywności zawodowej (WAZ) w Polsce. Za jedną z kluczowych przyczyn tej zmiany uważa się obniżenie współczynnika aktywności osób w wieku przedemerytalnym. Do obniżenia WAZ przyczyniła się także malejąca aktywność najmłodszych uczestników rynku pracy (Cichocki i in., 2015)⁴. W tej właśnie grupie znajdują się młodzi absolwenci szkół zawodowych i technikum.

Przyczyn stosunkowo złej sytuacji osób z wykształceniem zawodowym na polskim rynku pracy jest wiele. Część z nich może być powiązana z systemem szkolnictwa zawodowego. Po 1989 r. rozpoczęła się reforma systemu kształcenia, m.in. zlikwidowano wiele zasadniczych szkół zawodowych, do których uczęszczała wówczas bardzo duża część młodzieży, i zaczęto tworzyć nowe technika i licea ogólnokształcące⁵. Kolejne reformy zmierzały w kierunku restrukturyzacji i modernizacji szkolnictwa zawodowego oraz zwiększenia udziału młodzieży

² Liczba osób pracujących w gospodarce narodowej wyniosła w 2013 r. 14,2 mln. W przedsiębiorstwach prywatnych pracowało 8,9 mln osób (Tarnawa, Zadura-Lichota, 2015).

³ Ogólna stopa bezrobocia w Unii Europejskiej w ciągu ostatnich 5 lat wynosiła średnio ok. 9%, podczas gdy stopa bezrobocia wśród osób do 25. roku życia średnio ponad 20% (Eurostat, 2015). Warto pamiętać, że do wskaźnika wlicza się także osoby uczące się i studiujące, a wskaźnik skolaryzacji w Polsce jest bardzo wysoki na tle innych państw UE.

⁴ W ujęciu terytorialnym (stan na wrzesień 2015 r.) najgorszą sytuację obserwuje się w województwie warmińsko-mazurskim (ogólna stopa bezrobocia wyniosła ponad 13,8%). W województwie podlaskim, zachodniopomorskim, kujawsko-pomorskim, świętokrzyskim i podkarpackim sytuacja jest również trudna, gdyż stopa bezrobocia wynosi tam od 11,3% do 13,7%. Na terenie województwa pomorskiego, lubelskiego, lubuskiego, łódzkiego i opolskiego odnotowano stopę bezrobocia na poziomie 8,8–11,2%. Najniższe bezrobocie w skali kraju zarejestrowano w województwach mazowieckim, wielkopolskim, dolnośląskim, śląskim i małopolskim (6,2–8,7%) (GUS, 2015).

⁵ Wyszczególnienie przyczyn tego stanu rzeczy wykracza poza ramy niniejszego artykułu. Warto zaznaczyć, że było to mocno związane z koniecznością wprowadzenia zmian w gospodarce po upadku ZSRR (m.in. wraz z transformacją upadło wiele firm, które prowadziły szkoły przyzakładowe bądź stanowiły źródło pracodawców dla absolwentów).

w szkolnictwie ogólnokształcącym, nowo powstałym „ogólnozawodowym” i – docelowo – wyższym (Osiecka-Chojnacka, 2007). W następnych dekadach doprowadziło to do znacznego zwiększenia współczynnika skolaryzacji w szkolnictwie wyższym, jednak kosztem odwrótu od szkolnictwa zawodowego (w tym znacznie obniżono finansowanie dla szkół o charakterze zawodowym, zmniejszono ich liczbę, a także nastąpił spadek zainteresowania młodzieży nauką w tych placówkach). Sytuacja na tym polu zaczęła się zmieniać dopiero w ostatnich latach⁶ – najnowsza reforma kształcenia zawodowego z 2011 r. wprowadziła od roku szkolnego 2012/2013 m.in. efekty uczenia się, zmienione podstawy programowe, nową klasyfikację zawodów szkolnictwa zawodowego oraz nowe egzaminy zawodowe (Sławiński, Dębowski, 2013).

Jednak obecnie Polska nadal boryka się z pewnymi problemami w kształceniu zawodowym. Należy do nich m.in. niedopasowanie oferty szkół zawodowych (profilu otwieranych klas) do popytu na specjalistów na lokalnym rynku oraz – będące szerszym zagadnieniem – niedopasowanie umiejętności absolwentów szkół zawodowych do potrzeb rynku pracy (tzw. *skills mismatch*)⁷. Inną kwestią jest niska jakość kształcenia w szkołach zawodowych, która w dużej mierze wynika z niedofinansowania. Za brakiem funduszy idzie natomiast niedostawianie infrastruktury szkolnej (wyposażenia warsztatów pracy) do zmieniających się technologii. Dodatkowym problemem jest niski poziom doskonalenia i uaktualniania swoich kompetencji przez nauczycieli. Problemów tych nie można ekstrapolować na wszystkie polskie szkoły zawodowe, choć dotyczą one wiele z nich.

Jeśli chodzi o zakładanie działalności gospodarczej w Polsce, można powiedzieć, że bywa to trudne nawet dla osób o wysokim potencjale przedsiębiorczym. Założenie własnej firmy jest procesem wieloetapowym i – mimo ułatwień wprowadzonych w ostatnich latach – nadal zbiurokratyzowanym⁸. W 2015 r. Polska zajmowała 85 miejsce w rankingu Banku Światowego pod względem łatwości zakładania przedsiębiorstw (World Bank, 2015). Ponadto jest to proces kosztowny. Otwarcie własnej działalności wymaga minimalnego kapitału początkowego w wysokości średnio 11,4% dochodu *per capita*. Jednocześnie Bank Światowy ocenia łatwość pozyskania kredytu na 75 (w skali 0–100, gdzie 0 jest wynikiem najlepszym, a 100 – najgorszym) (World Bank, 2016). Wiąże się to m.in. z tym, że wiele instytucji finansowych w Polsce nie udziela kredytów firmom bez stażu rynkowego bądź udziela tylko niewielkich kredytów. Czynniki te niewątpliwie utrudniają absolwentom szkół zawodowych założenie własnej działalności gospodarczej, niezależnie od stopnia ich przygotowania do jej prowadzenia.

Jak wynika z powyższych danych oraz rozważań, przyczyn niskiego odsetka osób zakładających własną działalność gospodarczą jest wiele. Niewątpliwie potrzebne jest lepsze niż dotychczas przygotowywanie do wejścia na rynek pracy osób uczących się w ramach kształcenia

⁶ Przykładem inicjatyw zmierzających do odbudowy znaczenia szkolnictwa zawodowego może być projekt systemowy „Szkoła zawodowa szkołą pozytywnego wyboru”, prowadzony w latach 2010–2013 w celu zwiększenia jakości kształcenia zawodowego i zainteresowania młodzieży tą formą kształcenia.

⁷ Problem niedopasowania umiejętności do potrzeb rynku pracy dotyczy nie tylko Polskę, lecz także całą Unię Europejską. Jest on zazwyczaj kojarzony z niewłaściwą ofertą edukacyjną bądź ofertą o niskiej jakości, jednak istotnym czynnikiem jest też migracja osób pracujących (rozłożenie umiejętności, tzw. *skills distribution*), w tym – odpływ osób z konkretnymi kompetencjami z danego rynku pracy (Cedefop, 2010).

⁸ Wymaga m.in. otwarcia firmowego konta bankowego (w zależności od banku może być przy tym konieczne posiadanie pieczętki firmowej), uzyskania numeru NIP, wybrania właściwej formy opodatkowania (co z kolei wiąże się z wypełnieniem dodatkowych wniosków VAT), uzyskania numeru REGON w Głównym Urzędzie Statystycznym, złożenia wniosku rejestracyjnego w urzędzie gminy (przez Internet) a następnie zgłoszenia w ZUS-ie płatników składek. Jeśli firma nie jest działalnością jednoosobową i ma zatrudniać pracowników, konieczne jest także zgłoszenie w Państwowej Inspekcji Pracy oraz w sanepidzie.

zawodowego. Może to poprawić sytuację absolwentów na tym rynku, pozytywnie wpłynąć na gospodarkę kraju, jak również podnieść atrakcyjność kształcenia zawodowego.

Cele i formy kształcenia przedsiębiorczości

Przedsiębiorczość jako przedmiot nauczania pojawiła się w Stanach Zjednoczonych w 1947 r. w Harvard Business School (Klucznik-Törő, 2012). Od tego czasu przedmiot ten zyskał popularność nie tylko w USA, lecz także w Europie. Obecnie w większości państw europejskich w ramach edukacji zawodowej realizuje się treści programowe dotyczące przedsiębiorczości.

Istnieją dwa podstawowe podejścia do kształcenia przedsiębiorczości: 1. jako jedna z kompetencji kluczowych – efekty uczenia się uzyskiwane są w ramach kilku przedmiotów (to podejście jest szczególnie często stosowane w edukacji podstawowej i na poziomie odpowiadającym polskiemu gimnazjum); 2. jako osobny przedmiot – częściej spotykane na poziomie edukacji ponadgimnazjalnej (European Commission, 2011).

W krajach, w których przedsiębiorczość pojawia się na wcześniejszych etapach edukacji, z reguły nie uczy się jej pod kątem praktyk biznesowych. Zaś w krajach, w których przedsiębiorczość jest nauczana w ramach odrębnego przedmiotu, często ma ona charakter nieobowiązkowy. Przedsiębiorczość jest nauczana w ramach wydzielonego przedmiotu w kilkunastu krajach europejskich. W Austrii, Walonii (Belgia), na Litwie, w Norwegii, Słowenii, Szwecji i Turcji jest to przedmiot nieobowiązkowy, natomiast m.in. w Estonii, Hiszpanii i Polsce – obowiązkowy (Barabasch, 2014).

Wyniki badań potwierdzają jednak, że obligatoryjność czy fakultatywność kształcenia przedsiębiorczości nie odgrywa roli decydującej, jeśli chodzi o efektywność. Z raportu *Global Entrepreneurship Monitor* z 2008 r. wynika, że (uśredniając wyniki dla wszystkich badanych państw) osoby w wieku 18–64 lat, które dobrowolnie odbyły szkolenie z zakresu przedsiębiorczości, częściej planują założenie działalności w ciągu najbliższych trzech lat (średnia krajowa: 44,8%) lub już aktywnie nad tym pracują (średnia krajowa: 21,6%) niż osoby, które odbyły szkolenie obowiązkowe (odpowiednio średnia krajowa: 34,7% oraz 17,5%). Jednak dla poszczególnych państw wyniki te kształtują się bardzo różnie (Bosma i in., 2008).

Rozbieżności w celach i formach nauczania przedsiębiorczości są konsekwencją różnego jej rozumienia i różnego stopnia rozwoju strategii związanych z jej kształceniem. W większości państw europejskich nauczanie przedsiębiorczości jest inicjatywą oddolną, przebiegającą przy minimalnym udziale państwa (European Commission, 2011).

Polska stanowi ciekawy przykład w tym kontekście. Kształcenie kompetencji związanych z przedsiębiorczością przebiega na wszystkich poziomach edukacji (European Commission, 2011). W szkołach zawodowych przedsiębiorczości naucza się od lat 90. XX w. Obecnie treści programowe związane z przedsiębiorczością są wykładane w ramach obowiązkowego przedmiotu podstawy przedsiębiorczości. Ich uzupełnieniem jest nieobowiązkowy przedmiot ekonomia w praktyce. Oba są realizowane w szkołach ponadgimnazjalnych (a więc także o charakterze zawodowym) w oparciu o podstawę programową kształcenia ogólnego (PPKO). Na przedmiot podstawy przedsiębiorczości przewidziano 60 godzin. Cele kształcenia obejmują kompetencje związane z: 1. komunikacją i podejmowaniem decyzji, 2. gospodarką i przedsiębiorstwem, 3. planowaniem i karierą zawodową oraz 4. zasadami etycznymi. Przedmiot uzupełniający ekonomia w praktyce ma na celu „nabycie umiejętności przeprowadzenia kompletnej realizacji przedsięwzięcia: od pomysłu, przez przygotowanie planu, wdrożenie go, aż do

analizy efektów” (PPKO). Wymagania szczegółowe obejmują: 1. planowanie przedsięwzięcia uczniowskiego o charakterze ekonomicznym, 2. analizę rynku, 3. organizację przedsięwzięcia, 4. ocenę efektów działań (obejmującą m.in. ocenę możliwości realizacji przedsięwzięcia uczniowskiego w rzeczywistych warunkach gospodarczych). Ponadto, w ramach przedmiotów ogólnozawodowych realizowane są treści związane z podejmowaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej, kompetencjami personalnymi i społecznymi, organizacją pracy małych zespołów. W podstawie programowej kształcenia zawodowego, wdrażanej od 2012 r., efekty kształcenia pogrupowano na: 1. wspólne dla wszystkich zawodów, 2. wspólne dla zawodów w ramach branży i 3. właściwe dla określonego zawodu. Wyżej wymienione treści należą do efektów wspólnych dla wszystkich zawodów. Do tej grupy zalicza się jeszcze bezpieczeństwo i higienę pracy oraz język obcy ukierunkowany zawodowo. Wymienione powyżej efekty uczenia się są sprawdzane na egzaminach potwierdzających kwalifikacje w zawodach.

Polski system nauczania przedsiębiorczości w ramach kształcenia zawodowego ma więc charakter mieszany: treści nauczania dotyczące przedsiębiorczości są realizowane w ramach odrębnego, obowiązkowego przedmiotu, w ramach przedmiotu uzupełniającego, nieobowiązkowego, jak również w ramach innych przedmiotów.

Wydaje się zatem, że cele i formy nauczania przedsiębiorczości w polskim systemie kształcenia zawodowego są skonstruowane kompleksowo i umożliwiają uczniom rozwijanie podstawowej wiedzy, umiejętności i kompetencji związanych z przedsiębiorczością. Analiza celów i form nauczania jest cenna z naukowego punktu widzenia, ponieważ to one są punktem wyjścia do nauczania przedsiębiorczości, to one tworzą ramy, w jakich funkcjonują i kształcą nauczyciele. Elementów tych nie można więc pomijać, a ich znaczenia podważać, ale są one zdecydowanie niewystarczające do oceny efektywności nauczania. Są to bowiem jedynie ogólne wytyczne i założenia teoretyczne, od których praktyka może znacząco odbiegać. To od szkół i nauczycieli zależy, jak są realizowane treści nauczania. Kluczową rolę odgrywają tu stosowane metody, kompetencje nauczycieli i współpraca z rynkiem pracy.

Metody kształcenia przedsiębiorczości

Niezależnie od typu edukacji – zawodowej czy ogólnej – do realizacji celów zdefiniowanych dla kształcenia przedsiębiorczości najbardziej efektywnym podejściem jest uczenie się przez działanie (ang. *learning by doing*) (European Commission, 2009). Definiowane jest ono jako „uczenie się poprzez zdobywanie doświadczenia wynikającego bezpośrednio z własnych działań. Przeciwstawia się to uczeniu się na drodze obserwacji pracy innych, czytania lub słuchania instrukcji, a także wykładów” (Reese, 2011: 1; tłum. własne). Felix Rauner i Rupert Maclean (2008: 538) zaznaczają ponadto, że liczne teorie i badania wykazują, iż „zdobywanie kompetencji nie może być odseparowane od ich praktycznego stosowania. Kompetencje zależą od kontekstu (warunków), w jakim zostały nabyte, i kontekstu, w jakim mają być wykorzystywane – konteksty te powinny być zbliżone” (tłum. własne). Efektywność podejścia *learning by doing* została potwierdzona przez wiele badań, m.in. przeprowadzonych na North Carolina State University (Richardson, 1994).

Takie podejście do nauczania przedsiębiorczości w ramach kształcenia zawodowego jest szczególnie skuteczne i uzasadnione. Możliwe jest bowiem łączenie kształcenia elementów przedsiębiorczości ze zdobywaniem kompetencji zawodowych poprzez uczenie się ukierunkowane na wykonywanie zadań (ang. *task-oriented learning*) zawodowych i rozwiązywanie napotykanych w ich ramach problemów. Zadania powinny być wybierane spośród działań

typowych dla danego zawodu, zaczerpnięte z codziennej działalności przedsiębiorstwa z danej branży. Mogą być wykonywane w miejscu pracy lub w warunkach zbliżonych do realnych. Pozwala to uczniom zrozumieć, po co się uczą i do czego przydadzą im się nabyte kompetencje. Dzięki temu będą przyzwyczajani do poszukiwania różnych rozwiązań, pracy zespołowej, analizowania swoich działań, a co za tym idzie – podejmowania bardziej przemyślanych decyzji. Podejście to podnosi motywację do uczenia się i lepiej przygotowuje uczniów do przyszłej pracy (Rauner, Maclean, 2008), zwiększając szanse i możliwości młodych osób na rynku pracy. Można uznać je za kluczowe dla rozwijania przedsiębiorczej postawy i sposobu myślenia (ang. *entrepreneurial mindset*) oraz kompetencji w zakresie przedsiębiorczości (European Commission, 2009).

Podejście do nauczania przekłada się bezpośrednio na stosowane metody. Jak wynika z badania Komisji Europejskiej, w szkołach w Europie najczęściej stosowane są: wykłady, symulacje komputerowe i gry biznesowe, zakładanie firm studenckich, praca w grupach i w ramach projektów, wizyty w przedsiębiorstwach oraz odbywanie praktyk. Rzadziej stosuje się: *coaching*, *mentoring*, odgrywanie ról, dyskusje, „burze mózgów” i studia przypadków (European Commission, 2009). Metody nauczania odwołujące się do uczenia się przez działanie i ukierunkowane na wykonywanie zadań są zatem wykorzystywane, jednak wciąż nie należą do najczęściej stosowanych.

W nauczaniu przedsiębiorczości (uwzględniając specyfikę polskiego szkolnictwa zawodowego oraz potrzeby rynku pracy) szczególnie efektywne mogą okazać się metody wykorzystujące angażowanie uczniów w różnego typu aktywności organizowane w klasie (ang. *in-class activities*), np. praca w grupach czy rozwiązywanie problemów. Efektywność tego podejścia potwierdzają badania przeprowadzone przez naukowców z Murray State University i Saint Louis University (Hackathorn i in., 2011). Analizowali oni także takie metody, jak wykład, dyskusja i demonstracja, wykazując, że wykłady są najmniej efektywną metodą nauczania, a najbardziej skuteczne jest wykorzystywanie różnych metod w toku edukacji.

Szczególne zastosowanie mogą mieć metody bazujące na współpracy (ang. *collaborative learning*, *cooperative learning*), zarówno między uczniami, jak i między uczniem a np. przedsiębiorcą. Efektywność *collaborative learning* i *cooperative learning* potwierdzono w licznych badaniach (Prince, 2004). Metody te przeciwstawiane są pracy indywidualnej ucznia i konkurowaniu między uczniami, co okazuje się mniej efektywne niż uczenie się przez współpracę. Ponadto mogą one rozwijać w uczniach kompetencje pożądane przez polskich pracodawców, tj. kompetencje interpersonalne czy umiejętność pracy w grupie. Do metod tych w kontekście kształcenia przedsiębiorczości zaliczyć można pracę w ramach projektów i firm uczniowskich.

W Polsce jest niewiele badań na temat wykorzystywania metod nauczania przedsiębiorczości. Jedno z nich, przeprowadzone przez Tomasza Rachwałę i Mariolę Tracz (2008), wskazuje, że sytuacja w Polsce nie wygląda źle, ale wymaga poprawy. Tylko 12,8% badanych nauczycieli bardzo często stosuje metody aktywizujące w ramach nauczania przedsiębiorczości, 44,1% robi to często, 20% – czasami, a 23,1% – rzadko (badanie przeprowadzono wśród 215 nauczycieli podstaw przedsiębiorczości wszystkich typów szkół ponadgimnazjalnych na terenie 8 województw).

Niedostateczne stosowanie efektywnych metod nauczania przedsiębiorczości wynika przede wszystkim z niewystarczającej wiedzy wśród nauczycieli na temat takich metod oraz specyfiki kształcenia przedsiębiorczości⁹. Wskazuje się, że nauczyciele przedsiębiorczości

⁹ Według Komisji Europejskiej nauczycielom często brakuje kompetencji odpowiednich do nauczania przedsiębiorczości (European Commission, 2009). W państwach UE tematyka przedsiębiorczości nie jest obowiązkowym

w ramach kształcenia zawodowego powinni pełnić funkcję bardziej trenera, facylitatora niż wykładowcy. Po drugie, przyczyną takiej sytuacji bywa niedostateczna komunikacja lub brak chęci współpracy między nauczycielami, którzy mogliby realizować wspólne projekty w ramach swoich przedmiotów, w tym przedmiotu dotyczącego przedsiębiorczości (lub zagadnień z tym związanych). Nawiązanie takiej współpracy utrudnia brak interdyscyplinarnego podejścia w kształceniu zawodowym (European Commission, 2009; Barabasch, 2014).

Stosowanie omówionych metod pozytywnie wpływa na wykształcenie w uczniach takich kompetencji, jak samodzielność, kreatywność i dobra organizacja pracy, a właśnie na takie cechy szczególną uwagę zwracają pracodawcy. Są to najbardziej pożądane i najczęstsze wymagania kompetencyjne na rynku pracy – oczekuje ich 54% pracodawców. Następne są kompetencje interpersonalne – wymaga ich 36% pracodawców, jednocześnie ponad 25% polskich pracodawców deklaruje, że brak tych kompetencji stanowi dla nich przeszkodę w znalezieniu odpowiednich kandydatów do pracy (Kocór, Strzebońska, Dawid-Sawicka, 2015). Dlatego dobór odpowiednich metod kształcenia jest tak ważny z punktu widzenia sytuacji absolwentów na rynku pracy.

Jak już wspomniano, jednym z najsukuteczniejszych podejść w nauczaniu przedsiębiorczości jest *learning by doing*, a kontekst (warunki), w jakim zdobywa się kompetencje, powinien być zbliżony do tego, w którym będą wykorzystywane – w działalności zawodowej, na rynku pracy. Stąd bardzo cennym elementem kształcenia przedsiębiorczości jest angażowanie w nie przedsiębiorstw (praktyki, wizyty w firmach) oraz przedsiębiorców (prowadzenie przez nich lekcji, spotkania z uczniami, *coaching*, *mentoring*). Dodatkowo, aby zwiększać przydatność edukacji przedsiębiorczości, trzeba powiązać ją z rynkiem pracy, tak by odpowiadała na jego potrzeby. Przyczynić się do tego mogą konsultacje programu nauczania z przedstawicielami pracodawców. Za najbardziej efektywne i korzystne dla uczniów uznaje się włączanie ich w prace mikro, małych i średnich firm, ale często współpraca właśnie z tym sektorem bywa też problematyczna ze względu na ograniczone zasoby ludzkie i finansowe, a co za tym idzie, brak czasu.

W państwach europejskich na drodze do współpracy z przedsiębiorcami nie stoją żadne bariery administracyjne i w wielu krajach, szczególnie tych, gdzie funkcjonuje system dualny (Austria, Niemcy, Dania), współpraca szkół z pracodawcami jest owocna. Staże i praktyki u przedsiębiorców są obowiązkowe w takich państwach, jak Bułgaria, Dania, Hiszpania, Finlandia, Cypr, Luksemburg, Wielka Brytania, Słowenia czy Malta. Wizyty w przedsiębiorstwach i zajęcia prowadzone przez przedsiębiorców są najbardziej popularne w Belgii, Danii, Holandii i na Malcie. W Polsce taka współpraca nie jest uregulowana prawnie i zależy jedynie od inicjatywy szkoły i nauczycieli (European Commission, 2009; Cedefop, 2011).

Bezpośrednie kontakty z przedsiębiorcami pomagają uczniom odnaleźć się na rynku pracy, uświadamiają, że założenie własnej firmy może być sposobem na życie i pobudzają do podejmowania takiej inicjatywy. Przynosi to większe korzyści niż zakładanie działalności pod presją sytuacji ekonomicznej. Badania pokazują, że kraje, gdzie większość działań przedsiębiorczych jest motywowana bardziej przez rozpoznanie ekonomicznych możliwości (ang. *opportunity entrepreneurship*) niż przez konieczność (ang. *necessity entrepreneurship*), mają wyższy poziom dochodów (Bosma i in., 2008).

elementem w ramach ścieżki edukacyjnej nauczycieli kształcenia zawodowego. Ponadto przygotowanie ich do nauczania przedsiębiorczości ma często charakter *ad hoc* (np. w formie kursów). W konsekwencji nauczyciele mogą nie być świadomi właściwego podejścia do kształcenia w zakresie przedsiębiorczości – zarówno w odniesieniu do treści nauczania, celów, jak i najbardziej efektywnych metod (Cedefop, 2011).

Podsumowanie

Jak wskazuje Komisja Europejska, aby zapewnić efektywność edukacji przedsiębiorczości, konieczne jest włączenie jej we wszystkie etapy i aspekty edukacji zawodowej. Uznaje się to za ważniejsze niż tworzenie odrębnego przedmiotu (European Commission, 2010). Należy zatem postawić pytanie, czy 60-godzinny przedmiot spełnia to zalecenie. O tym, czy nauczanie przedsiębiorczości jest włączane we wszystkie aspekty kształcenia zawodowego, w praktyce decydują dyrektorzy szkół i nauczyciele i ich podejście do realizowanego przedmiotu. Antje Barabasch (2014) twierdzi nawet, że w przypadku edukacji przedsiębiorczości wykorzystywane metody nauczania są bardziej istotne niż treści kształcenia.

Przeprowadzona analiza pozwala stwierdzić, że forma nauczania przedsiębiorczości w małym stopniu decyduje o efektywności tej edukacji. Kluczowe są metody nauczania, a ich dobór w toku kształcenia zawodowego może w istotny sposób wpływać na sytuację absolwentów na rynku pracy. Stosowane metody oddziałują na kształtowanie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych uczniów. Metody, które najlepiej przysposabiają uczniów szkół zawodowych i technikum do przyszłej pracy, to te o charakterze praktycznym i angażującym uczniów, czyli bazujące na uczeniu się przez własne działanie, rozwiązywaniu problemów, współpracy w ramach projektów szkolnych oraz współpracy z przedsiębiorcami.

Wykorzystywane metody wynikają z kompetencji i zaangażowania nauczycieli oraz podejścia nauczycieli i szkoły do współpracy z przedsiębiorcami. Należy wybierać takie metody, które będą pobudzały kreatywność i samodzielność. Szkoły i nauczyciele powinni zadbać, aby na każdym etapie kształcenia zawodowego nauczanie przedsiębiorczości było obecne, a cele tej edukacji były realizowane jednocześnie z rozwijaniem umiejętności zawodowych.

Wszelkie aktywności umożliwiające uczniom poznanie sposobu funkcjonowania firmy (praktyki w realnych firmach lub zakładanie firm uczniowskich) uzmysławia im, że własna działalność gospodarcza jest możliwą i ciekawą opcją kariery. Szkoła odgrywa w tym procesie ważną rolę, ponieważ odpowiada za zorganizowanie warunków sprzyjających nauce, ale to nauczyciele pełnią funkcję przewodnika i mentora dla uczniów, i dlatego ich kompetencje są kluczowe. Szkolenie nauczycieli w zakresie przedsiębiorczości powinno być obowiązkowe (podejście systemowe). Ważne jest, aby nauczyciele przeszli przez ten sam proces uczenia się, jaki później będą realizować ze swoimi uczniami. Dodatkowo, nauczyciele powinni być przygotowywani do nauczania przedsiębiorczości – zarówno w toku swoich studiów, jak i okresowo po rozpoczęciu pracy w zawodzie. Pozwoliłoby to na aktualizację ich kompetencji (podejście systematyczne). Ponadto szkolenie nauczycieli powinno prowadzić do rozwijania w nich, obok kompetencji pedagogicznych, także umiejętności związanych z zarządzaniem projektami w zakresie wspierania uczniów oraz umiejętności personalnych (European Commission, 2009).

Komisja Europejska, podsumowując edukację przedsiębiorczości w Polsce w 2009 r., stwierdziła, że podejście do nauczania przedsiębiorczości w naszym państwie jest raczej teoretyczne. Uczniowie zdobywają umiejętności zawodowe podczas odbywania praktyk w miejscu pracy, ale w ich trakcie nie są rozwijane kompetencje związane z przedsiębiorczością (European Commission, 2009). Jednak zmieniona w 2008 r. podstawa programowa kształcenia ogólnego położyła duży nacisk na kształtowanie umiejętności przydatnych na rynku pracy, w tym m.in. na umiejętność podejmowania decyzji, planowanie działań i swojej kariery zawodowej. Jednak na ocenę skuteczności wprowadzonych zmian i ich wpływu na sytuację absolwentów na rynku pracy jest jeszcze za wcześnie.

Literatura

References

- Barabasch, A. (2014). Entrepreneurship education in Vocational Education & Training (VET). W: M.C. Pantea (red.), *Young people, entrepreneurship & non-formal learning: a work in progress*. SALTO-Youth, 171–182.
- Borowiec, M. (2008). Rola szkolnictwa wyższego w procesie kształtowania gospodarki opartej na wiedzy. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 24–36.
- Borowiec, M. (2009). Rola edukacji w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 5, 37–47.
- Bosma, N., Acs, Z.J., Autio, E., Coduras, A., Levie, J. (2008; 2016, 28 lipca). *Global Entrepreneurship Monitor: 2008 Executive Report*. Pozyskano z: <http://www.gemconsortium.org/report>
- Cedefop (2010). *The skill matching challenge. Analysing skill mismatch and policy implications*. Luxembourg: Publications Office.
- Cedefop (2011). *Guidance supporting Europe's aspiring entrepreneurs. Policy and practice to harness future potential*. Research Paper, 14. Luxembourg: Publications Office
- CEIDG – Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej. Pozyskano z: <https://prod.ceidg.gov.pl/ceidg.cms.engine/>
- Cichocki, S., Popowski, P., Skibińska, M., Strzelecki, P., Tyrowicz, J., Wyszynski, R. (2015). *Kwartalny raport o rynku pracy w II kwartale 2015 r.* Warszawa: Narodowy Bank Polski.
- Cieślak, J. (2014). *Przedsiębiorczość, polityka, rozwój*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie SEDNO.
- Desperak, J., Depczyńska, A. (2007). Przedsiębiorczy uczeń w UE – propozycje tematów lekcji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 325–331.
- Dorocki, S., Kilar, W., Rachwał, T. (2011). Założenia i cele Projektu „Krok w przedsiębiorczość” dla nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 308–320.
- European Commission (2009, 2016, 28 lipca). *Entrepreneurship in Vocational Education and Training. Final report of the Expert Group*. Pozyskano z: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/10446?locale=pl>
- European Commission (2011, 2016, 28 lipca). *Entrepreneurship education: Enabling teachers as a critical success factor. A report on teacher education and training to prepare teachers for the challenge of entrepreneurship education*. Pozyskano z: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9272/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- European Commission (2014; 2016, 28 lipca). *SME Performance review. Database for the annual report 2014* [zbiór danych]. Pozyskano z: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review_en
- Eurostat (2015; 2016, 28 lipca). *Youth unemployment rate and ration, 2011–13*. Pozyskano z: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/File:Youth_unemployment_rate_and_ratio_2011-13_%28%25%29_YB15.png
- Eurostat (2016, 28 lipca). *Unemployment rate by sex and age – monthly average*. Pozyskano z: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?wai=true&dataset=une_rt_m
- Główny Urząd Statystyczny (2015a, 2016, 28 lipca). *Aktywność ekonomiczna ludności Polski. IV kwartał 2015* [zbiór danych]. Pozyskano z: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-bezrobotni-bierni-zawodowo-wg-bael/aktywnosc-ekonomiczna-ludnosci-polski-iv-kwartal-2014-r-4,15.html>
- Główny Urząd Statystyczny (2015b; 2016, 28 lipca). *Bezrobocie rejestrowane. I–III kwartał 2015*. <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/bezrobocie-rejestrowane-i-iii-kwartal-2015-r-3,21.html>
- Główny Urząd Statystyczny (2015c; 2016, 28 lipca). *Stopa bezrobocia w latach 1990–2015*. Pozyskano z: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/stopa-bezrobocia-w-latach-1990-2016,4,1.html>

- Hackathorn, J., Solomon, E., Blankmeyer, K., Tennial, R., Garczynski, A. (2011). Learning by doing: An empirical study of active teaching techniques. *The Journal of Effective Teaching*, 11(2), 40–54.
- Jelonek, M., Kasperek, K., Magierowski, M. (2015). *Młodzi na rynku pracy – pracownicy, przedsiębiorcy, bezrobotni. Na podstawie analizy kierunków kształcenia zrealizowanej w 2014 roku w ramach V edycji projektu Bilans Kapitału Ludzkiego. Edukacja a rynek pracy – tom IV*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Klucznik-Törő, A. (2012; 2016, 28 lipca). Nauczanie przedsiębiorczości w świetle światowej literatury przedmiotu. *E-mentor*, 5(47). <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/47/id/966#top>
- Kocór, M., Strzebońska, A., Dawid-Sawicka, M. (2015). *Rynek pracy widziany oczami pracodawców. Na podstawie badań pracodawców i ofert pracy zrealizowanych w 2014 roku w ramach V edycji projektu Bilans Kapitału Ludzkiego. Edukacja a rynek pracy – tom I*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Ministerstwo Edukacji Narodowej i Krajowy Ośrodek Wsparcia Edukacji Zawodowej i Ustawicznej (201; 2016, 28 lipca 1). *Badanie funkcjonowania systemu kształcenia zawodowego w Polsce. Raport końcowy*. Pozyskano z: http://biblioteka-krk.ibe.edu.pl/opac_css/doc_num.php?explnum_id=104
- OECD (2009; 2016, 28 lipca). *Measuring Entrepreneurship. A Collection of Indicators, OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme*. Pozyskano z: <http://www.insme.org/files/3862>
- Osiecka-Chojnacka, J. (2007). Szkolnictwo zawodowe wobec problemów rynku pracy. *Infos*, 16.
- Piróg, D. (2005). Miejsce i rola edukacji europejskiej w nauczaniu podstaw przedsiębiorczości w kontekście współczesnych wyzwań cywilizacyjnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 213–220.
- Piróg, D. (2010). *Studia wyższe a rynek pracy w Polsce – zarys stanu badań*. W: B. Sitarska, K. Jankowski, R. Droba (red.), *Studia wyższe z perspektywy rynku pracy*. Siedlce: Wydawnictwo Akademii Podlaskiej, 67–80.
- Piróg, D. (2015). Kompetencje z zakresu przedsiębiorczości: rozważania teoretyczne i ich ilustracje w bszarze szkolnictwa wyższego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 364–376.
- Prince, M. (2004). Does active learning work? A review of the research. *Journal of Engineering Education*, 93(3), 223–231.
- Rachwał, T. (2009). Ocena projektu zmian podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 5, 349–373.
- Rachwał, T., Kudelko, J., Tracz, M., Wach, K., Kilar, W. (2008). Projekt podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości w zakresie rozszerzonym dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 312–324.
- Raczyk, A. (2009). Metody badania przedsiębiorczości oparte na rejestrze podmiotów gospodarki narodowej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 5, 133–146.
- Rauner, F., Maclean, R. (red.). (2008). *Handbook of Technical and Vocational Education and Training Research*. Springer Science+Business Media B.V.
- Reese, H.W. (2011). The learning-by-doing principle. *Behavioral Development Bulletin*, 11, 1–19.
- Richardson, J. (1994; 2016, 28 lipca). Learning best through experience. *Journal of Extension*, 32(2). Pozyskano z: <http://www.joe.org/joe/1994august/a6.php>
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dz.U. z 2009 r. Nr 4, poz. 17).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 7 lutego 2012 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia w zawodach (Dz.U. z 2012 r., poz. 184).
- Sławiński, S., Dębowski, H. (red.). (2013). *Raport referencyjny. Odniesienie Polskiej Ramy Kwalifikacji na rzecz uczenia się przez całe życie do Europejskiej Ramy Kwalifikacji*. Warszawa: IBE.
- Tarnawa, A., Zadura-Lichota, P. (2015). *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2013–2014*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii i Eksploatacji, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

- Tarnawa, A., Zadura-Lichota, P., Zbierowski, P., Nieć, M. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor: Polska. Raport z badań 2013*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii i Eksploatacji, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Tracz, M., Rachwał, T. (2008). Metody nauczania i środki dydaktyczne stosowane przez nauczycieli podstaw przedsiębiorczości – wyniki badań. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 324–330.
- World Bank (2015; 2016, 28 lipca). *Economy rankings*. Pozyskano z: <http://www.doingbusiness.org/rankings>
- World Bank (2016, 28 lipca). *Doing Business 2016: measuring regulatory quality and efficiency*. World Bank, 227. Pozyskano z: <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB16-Full-Report.pdf>
- Zioło, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23.

Agata Poczmańska, główny specjalista ds. badań i analiz w Instytucie Badań Edukacyjnych. Zajmuje się opisywaniem kwalifikacji nadawanych poza systemami oświaty i szkolnictwa wyższego oraz projektowaniem podejścia do formułowania efektów uczenia się. Prowadzi badania i analizy w obszarze kształcenia zawodowego i zagranicznych systemów kwalifikacji. Jako stażystka w Europejskim Centrum Rozwoju Kształcenia Zawodowego (Cedefop), agencji Unii Europejskiej, przez rok prowadziła analizy dotyczące kwalifikacji międzynarodowych. Pracowała też nad ewaluacją wizyt studyjnych. Przez trzy poprzedzające lata pracowała w Związku Rzemiosła Polskiego (w Zespole Koordynacji Spraw Europejskich). Ukończyła europeistykę na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, gdzie obecnie jest doktorantką. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się na tematyce edukacji, przedsiębiorczości, innowacyjności, funduszy unijnych oraz instytucji Unii Europejskiej.

Agata Poczmańska, chief specialist for research and analysis in the Educational Research Institute. She is working on the qualification designing and development including the approach to formulating learning outcomes. She conducts research and analysis in the field of vocational education and training and foreign qualifications systems. As a trainee in the European Centre for the Development of Vocational Training (Cedefop) she was dealing with identifying and analysing international qualifications and also with the impact assessment of study visits. Before that, for three years she had been working for Polish Craft Association (Department for Coordination of European Affairs). She graduated with a Master's degree in European Studies at the Faculty of Journalism and Political Sciences at the University of Warsaw, where currently she is a PhD student. Her research interests are focused on education, entrepreneurship, innovation, UE funds and UE institutions.

Adres/Address:

Instytut Badań Edukacyjnych
ul. Górczewska 8
01-180 Warszawa, Polska
e-mail: a.poczmanska@ibe.edu.pl

Roksana Pierwieniecka od 2011 r. zajmuje się zintegrowanym system kwalifikacji. W tym czasie należała do zespołów, które opracowywały założenia merytoryczne tego systemu (w tym Polskiej Ramy Kwalifikacji), przygotowywały polski raport referencyjny, a także wytyczne dotyczące walidacji efektów uczenia się uzyskanych poza edukacją formalną. Prowadziła *desk research* oraz przygotowywała opracowania na temat m.in.: uczenia się w miejscu pracy, współpracy pracodawców z instytucjami kształcącymi, tworzenia standardów kompetencji zawodowych i kwalifikacji zawodowych, zapewniania jakości w kształceniu zawodowym, walidacji kompetencji uzyskanych poza edukacją formalną (w tym stosowanych metod, osób prowadzących ten proces, procedur, systemów w innych krajach).

Roksana Pierwieniecka has been involved in work on the Polish Qualifications System since 2011. During that time she was a member of teams responsible for: developing assumptions of national qualifications system (including Polish Qualifications Framework) and Polish Referencing Report and guidelines

for validation of non-formal and informal learning. She has conducted desk research and prepared written materials, among others, on: work-based learning, cooperation between stakeholders and VET providers, developing VET standards and qualifications, quality assurance of VET provision and validation of non-formal and informal learning (in regards to methods used, practitioners, procedures, country systems, etc.).

Adres/Address:

Instytut Badań Edukacyjnych
ul. Górczewska 8
01-180 Warszawa, Polska
e-mail: r.pierwieniecka@ibe.edu.pl

TOMASZ RACHWAŁ

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

KRZYSZTOF WACH

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska ■ Cracow University of Economics, Poland

Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankietyzacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych

An Investigation into Entrepreneurial Intentions of the Young Generation: Survey Results Among Students of Non-economic Fields of Studies

Streszczenie: Przedsiębiorczość zaliczana jest do jednych z podstawowych czynników podnoszenia konkurencyjności przedsiębiorstw i rozwoju społeczno-gospodarczego układów przestrzennych. Z tego punktu widzenia istotne jest kształtowanie postaw przedsiębiorczych młodych ludzi w procesie edukacyjnym i różnych formach kształcenia pozaszkolnego oraz rozpoznanie poziomu ich intencji przedsiębiorczych związanych z planowaniem założenia i prowadzenia własnego biznesu. Celem artykułu jest próba określenia wpływu wybranych czynników na intencje przedsiębiorcze młodzieży na podstawie wyników badań ankietowych przeprowadzonych wśród studentów kierunków nieekonomicznych przy wykorzystaniu teorii planowanego zachowania (*theory of planned behaviour* – TPB). Analiza wyników badań pozwoliła na weryfikację postawionych hipotez, czyli stwierdzenie m.in. prawidłowości, że wraz z pozytywnym wzrostem indywidualnej postawy względem prywatnej przedsiębiorczości i przedsiębiorców czy wzrostem poczucia własnej skuteczności przedsiębiorczej, zwiększają się intencje przedsiębiorcze badanych studentów. Podobnie na wzrost ten mają wpływ doświadczenia przedsiębiorczości rodzinnej. W konkluzjach wskazano na ograniczenia wnioskowania na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych oraz możliwości rozszerzenia badań o nowe wątki badawcze.

Abstract: Entrepreneurship is considered one of the main factors improving competitiveness of firms and socio-economic development of spatial systems. From that point of view it is important to develop the entrepreneurial attitudes of young people within the education process as well as various forms of lifelong learning outside the classroom and to identify their level of entrepreneurial intentions related to the plans of setting up and running their own businesses. The purpose of this article is to determine the influence of some factors on entrepreneurial intentions of young people based on the results of surveys among students of non-economic fields of studies, using the theory of planned behaviour (TPB). The analysis of results allows for verification of the hypotheses, and to confirm, *inter alia*, some regularities, that the higher the positive individual attitude towards private entrepreneurship and entrepreneurs, as well as the higher the entrepreneurial self-efficacy, the higher entrepreneurial intentions of surveyed students. Similarly, this increase is affected by the experience of family entrepreneurship. In conclusions the limitations of reasoning based on empirical research and the possibility of extending the research of new topics are mentioned.

Słowa kluczowe: edukacja dla przedsiębiorczości; intencje przedsiębiorcze; przedsiębiorczość; studia wyższe; teoria planowanego zachowania

Key words: entrepreneurial intention (EI); entrepreneurship; entrepreneurship education (EE); higher education; theory of planned behaviour (TPB)

Otrzymano: 14 grudnia 2015

Received: 14 December 2015

Zaakceptowano: 11 kwietnia 2016

Accepted: 11 April 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Rachwał, T., Wach, K. (2016). Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankietyzacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 405–415.

Wstęp

Powszechnie przyjmuje się, że przedsiębiorczość jest jednym z ważnych czynników wpływających na procesy rozwoju społeczno-gospodarczego układów przestrzennych (krajowych, regionalnych i lokalnych) oraz kształtujących konkurencyjność przedsiębiorstw. Jak wskazuje wielu autorów (por. Daszkiewicz, 2013; Gaweł, 2011; Gubik, 2015; Pietrzykowski, 2011; Rachwał, 2010; Rachwał, Kurek, Boguś, 2016; Urbaniec, 2014; Wach, 2007, 2013, 2014a; Ziolo, 2013), jednym z podstawowych warunków jej rozwoju jest odpowiedni proces edukacyjny, realizowany na wszystkich poziomach kształcenia, w tym także na poziomie szkoły wyższej (Sułkowski, 2016), którego celem powinno być przede wszystkim kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży oraz studentów, warunkujących ich pełne i satysfakcjonujące uczestnictwo w życiu społeczno-gospodarczym (Marona, Głuszak, 2014; Piróg, 2015). Dlatego też przedsiębiorczość zaliczana jest do tzw. kompetencji kluczowych w europejskim systemie edukacyjnym, a wprowadzanie edukacji dla przedsiębiorczości na wszystkich szczeblach edukacji zajmuje znaczące miejsce w polityce Unii Europejskiej, szczególnie od początku XXI w. (Wach, 2014b; por. Najda-Janoszka, Wach, 2008). W szkolnictwie dotyczy to nie tylko zajęć z zakresu przedsiębiorczości, ale także innych przedmiotów szkolnych (Borowiec, Rachwał, 2011), a w kształceniu uniwersyteckim nie tylko studiów związanych z naukami ekonomicznymi, ale również, a może – przede wszystkim, kierunków nieekonomicznych (Płaziak, Rachwał, 2014a; 2014b). Jednym z ważnych oczekiwań w stosunku do efektów tej edukacji, choć nie jedynym, jest zwiększenie poziomu intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia, rozumianych jako chęć do założenia i prowadzenia własnego biznesu (por. Byabashaija, Katono, 2011; Fayolle, Gailly, 2015; Galloway, Brown, 2002; Bae et al., 2014). W celu określenia tego poziomu jako jednego z mierników, które powinny być uwzględniane przy formułowaniu celów, treści i metod kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, ważne jest rozpoznanie intencji przedsiębiorczych młodzieży, w tym studentów. Badania takie prowadzone są przez wielu badaczy w różnych ośrodkach w Polsce i za granicą (m.in. Kilar, Rachwał, 2014; Kosała, 2014; Kosała, Pichur, 2008; Kuehn, 2008; Kwieciński, Młodzińska-Granek, 2014; Zbierowski, 2014).

W nawiązaniu do tych przesłanek przedmiotem artykułu są wyniki badań intencji przedsiębiorczych studentów kierunków nieekonomicznych celem określenia wpływu wybranych czynników na intencje przedsiębiorcze młodych ludzi. Artykuł opiera się na przeglądzie

literatury przedmiotu, a także na wynikach ankietyzacji studentów Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie (Wydziału Geograficzno-Biologicznego – kierunki: geografia, gospodarka przestrzenna oraz turystyka i rekreacja oraz Wydziału Filologicznego – kierunek: architektura informacji). W pierwszej części dokonano przeglądu literatury przedmiotu, a w drugiej przedstawiono wyniki analiz danych pozyskanych za pomocą ankiet w celu weryfikacji postawionych, przedstawionych szczegółowo w dalszej części artykułu, hipotez badawczych.

Intencje przedsiębiorcze w ujęciu teoretyczno-koncepcyjnym

Jak podkreśla A. Kurczewska (2013), wokół intencji przedsiębiorczych rozpoczęto w ostatniej dekadzie wnikliwe badania, które korzystają w dużej mierze z dorobku nauk behawioralnych (psychologii i socjologii). Wiele z nich opiera się na pochodzącej z połowy lat 80. XX w. teorii planowanego zachowania (*theory of planned behaviour* – TPB) opracowanej przez I. Ajzena (1987; 1991). Zgodnie z tą teorią intencje zachowania zależą od trzech antecedenencji: I) tego, jakie mamy do tego zachowania nastawienie, II) postrzeganej kontroli zachowania, czyli wykonalności, oraz III) norm społecznych, które kształtują postrzeganie tego zachowania. Pierwsze dwa czynniki, czyli postawa względem danego zachowania, a raczej rezultatów związanych z tym zachowaniem, oraz postrzeganie norm społecznych względem tego zachowania, odzwierciedlają celowość oraz pożądanie zaistnienia takiego zachowania. Trzeci czynnik natomiast odzwierciedla osobiste postrzeganie możliwości kontrolowania danego zachowania i tożsamy jest z poczuciem własnej skuteczności (Wach, 2015). Teoria planowanego zachowania jest jedną z najpopularniejszych ogólnych koncepcji zachowania. Odwołuje się do niej wielu autorów próbujących wyjaśniać intencje przedsiębiorcze (por. Gelderen et al., 2008; Gird, Bagraim, 2008; Krueger, Carsrud, 1993), które są najczęściej definiowane jako własne przekonanie o zamierzeniu stworzenia przedsięwzięcia gospodarczego i świadomym planowaniu tego procesu w przyszłości (Zbierowski, 2014). Podobnie definiują intencje przedsiębiorcze inni autorzy, np. N. Krueger (1993) jako skłonność oraz posiadanie potencjału do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej w niedalekiej przyszłości. Poszczególni autorzy podkreślają znaczenie różnych czynników w pobudzaniu intencji przedsiębiorczych, np. W. Byabashaija oraz I. Katono (2011), ale także T.J. Bae i in. (2014) podkreślają szczególną rolę czynników sytuacyjnych (takich jak zdolność do zatrudnienia czy zdolność do poświęceń i zobowiązań) oraz cech osobowościowych, na co zwracają szczególną uwagę także M. Koçoğlu i M.U. Hassan (2013) oraz W. Kilar i T. Rachwał (2014). Ci drudzy autorzy podkreślili także, w wyniku wcześniejszych badań ankietowych studentów tego samego uniwersytetu, duży wpływ barier wewnętrznych, do jakich należy negatywna ocena własnej osobowości czy brak predyspozycji do bycia przedsiębiorcą związany m.in. z trudnościami w podejmowaniu decyzji, co wpływa istotnie na obniżenie poziomu intencji przedsiębiorczych studentów. A.S. Gubik i S. Farkas (2015) podkreślają natomiast, że zmieniający się charakter młodego pokolenia studentów prowadzi do nowych oczekiwań związanych ze stylem życia, warunkami pracy i rozwojem kariery zawodowej, co ma istotny wpływ na intencje w zakresie zakładania własnej działalności gospodarczej. Szeroko dyskutowana, przez tych i innych autorów, jest także kwestia wpływu procesu edukacyjnego, w tym na poziomie szkół wyższych, na intencje przedsiębiorcze (Żur, 2014). W jednych z najnowszych badań w tym zakresie, autorstwa A. Fayolle i B. Gailly (2015), wykazano, że pozytywne skutki edukacyjnych programów z przedsiębiorczości zaznaczają się bardziej, gdy początkowe intencje zakładania działalności gospodarczej są słabe lub nie istnieją.

Stwierdzono wręcz, iż wpływ programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości jest ujemnie skorelowany z początkowym poziomem intencji przedsiębiorczych. Z badań tych wynika także, że krótkie, obowiązkowe programy edukacyjne (kursy) wprowadzające w problematykę (do 24 godzin zajęć) nie pozwalają zaobserwować oczekiwanych efektów w perspektywie krótkoterminowej, a jedynie pewien efekt w perspektywie średnioterminowej (6 miesięcy od zakończenia). Oznacza to, że problem analizy wpływu różnorodnych czynników, w tym edukacji dla przedsiębiorczości, na intencje przedsiębiorcze jest bardzo złożony i może być rozpatrywany z wielu punktów widzenia. W literaturze przedmiotu zauważyć można także inne koncepcje zachowań przedsiębiorczych, które mogą być podstawą teoretyczną badań empirycznych. W niniejszej pracy ograniczono się jednak do prezentacji teorii planowanego zachowania jako tej, która została przyjęta w założeniach metodycznych badań.

Założenia metodyczne badań

Celem badań empirycznych była próba implementacji teorii planowanego zachowania Ajzena (1987; 1991; 2011) wśród grupy studentów w polskich realiach. Jest to jedna z najczęściej stosowanych koncepcji przy analizowaniu intencji zachowania, zwłaszcza intencji przedsiębiorczych w literaturze anglojęzycznej, choć należy podkreślić, że także w polskiej literaturze przedmiotu badania oparte na tej koncepcji zaczynają się już pojawiać (Jiménez-Moreno, Wach, 2014; Wach, 2015; Rantanen, Pawlak, Toikko, 2015; Pawlak, 2015; Kwieciński, Młodzińska-Granek, 2014).

Warto sprawdzić to teoretyczne ujęcie teorii planowanego zachowania w aspekcie intencji przedsiębiorczych polskich studentów, stąd za ramami teoretycznymi przyjmujemy następujące hipotezy:

H1: Im lepsza jest indywidualna postawa względem prywatnej przedsiębiorczości i przedsiębiorców, tym wyższe są intencje przedsiębiorcze danej jednostki.

H2: Im wyższa jest skłonność jednostki do podejmowania ryzyka, tym wyższe są jej intencje przedsiębiorcze.

H3: Im wyższe są w społeczeństwie subiektywne normy wobec prywatnej przedsiębiorczości, tym wyższe są intencje przedsiębiorcze danej jednostki.

H4: Im wyższe jest poczucie własnej skuteczności przedsiębiorczej, tym wyższe są intencje przedsiębiorcze jednostki.

Dodatkowo obserwacja życia gospodarczego, funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych oraz rozmowy ze studentami, których rodzice prowadzą rodzinne biznesy, skłaniają do przypuszczenia, że środowisko i doświadczenie biznesu rodzinnego wpływają pozytywnie na intencje przedsiębiorcze, co pozwala przyjąć kolejną hipotezę:

H5: Studenci pochodzący z rodzin z tradycjami biznesu rodzinnego wyrażają większe intencje przedsiębiorcze niż ci, którzy nie mają takich doświadczeń.

Do empirycznego weryfikowania postawionych hipotez wykorzystano odpowiednie metody statystyczne (statystyki opisowe, korelacja liniowa Pearsona, analiza ANOVA).

Jako główne narzędzie badawcze zastosowano ankietyzację wśród grupy studentów Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Kwestionariusz ankiety został podzielony na 14 części tematycznych, z których pierwsze 4 dotyczyły zmiennych zależnych (postawa przedsiębiorcza, postawa względem ryzyka, subiektywne normy, postrzegana kontrola zachowania), 1 zmiennej niezależnej (intencje przedsiębiorcze), natomiast ostatnia część zawierała podstawowe

charakterystyki danego respondenta, które posłużyły jako zmienne kontrolne. Pozostałe części ankiety dotyczyły innych aspektów związanych z konceptualizacją intencji przedsiębiorczych (m.in. przedsiębiorczych zdolności, edukacji dla przedsiębiorczości, postrzegania wsparcia i barier dla przedsiębiorczości, poczucia umiejscowienia kontroli, proaktywności i proaktywnej osobowości, innowacyjności i innowacyjnej osobowości, oczekiwanych rezultatów przedsiębiorczości). Części dotyczące zmiennych zależnych i zmiennej niezależnej zawierały od 4 do 7 pytań ocenianych w 7-stopniowej skali Likerta, które następnie ustandaryzowano i nadano im postać zmiennych quasi-ciągłych przez zbudowanie indeksów zagregowanych.

Ankietyzację przeprowadzono w czerwcu 2015 r. na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie, a prace badawcze przeprowadzono w ramach projektu badania intencji przedsiębiorczych studentów (EIQ 2015) prowadzonego przez Centrum Przedsiębiorczości Strategicznej i Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

W ankietyzacji z ramienia Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie wzięło udział 66 studentów, co stanowi próbę badawczą, na podstawie której dokonano dalszej analizy statystycznej i weryfikacji hipotez. Kobiety stanowiły 85%, a mężczyźni zaledwie 15% próby badawczej. Ze względu na wiek próba badawcza była zdominowana przez osoby w wieku 22–23 lata (40%) oraz w wieku 20–21 lat (35,4%), przy czym 18,5% studentów było młodszych, a zaledwie 6,5% – starszych.

Wyniki badań

W celu weryfikacji hipotez H1–H4, które zakładały proporcjonalną zależność pomiędzy badanymi zmiennymi do obliczeń zastosowano korelację liniową Pearsona (tab. 1). Wyniki statystyczne pozytywnie weryfikują wszystkie możliwe korelacje w ujęciu zmiennych zgodnie z modelem Ajzena, nasilenie współzależności badanych cech jest jednak różne¹. Wszystkie wykryte korelacje są dodatnie oraz wszystkie są istotne statystycznie ($p < 0,01$). Tylko w jednym wypadku wystąpiła bardzo silna korelacja – chodzi o współzależność zmiennych „intencje przedsiębiorcze” oraz „postawa względem przedsiębiorczości”. Silna korelacja wystąpiła pomiędzy zmienną „intencje przedsiębiorcze” a zmiennymi „subiektywne normy” oraz „poczucie własnej skuteczności przedsiębiorczej”. W przypadku zmiennej „postawa względem ryzyka” zanotowano średnią korelację. Wyniki statystyczne potwierdzają zatem pierwsze cztery hipotezy badawcze.

Co więcej, analogiczne obliczenia wewnątrz modelu potwierdzają dalsze trzy silne korelacje (tab. 1). Postawa jednostki względem przedsiębiorczości jest silnie skorelowana z postawą jednostki względem ryzyka. Im wyższa skłonność jednostki do podejmowania ryzyka, tym lepsza jest indywidualna postawa względem prywatnej przedsiębiorczości i przedsiębiorców. Analogicznie, im wyższa samoocena własnej skuteczności, tym lepsza indywidualna postawa względem przedsiębiorczości. Im przedsiębiorczość cieszy się większą estymą wśród społeczeństwa jako całości, tym lepsza jest indywidualna ocena przedsiębiorczości prywatnej.

¹ Za Zielińskim (1999: 134) przyjmujemy następujące nasilenie współzależności badanych cech:

[0,0–0,2] brak korelacji,
[0,2–0,3] słaba korelacja,
[0,3–0,5] średnia korelacja,
[0,5–0,7] silna korelacja,
[0,7–1,0] bardzo silna korelacja.

Tab. 1. Korelacja liniowa pomiędzy zmiennymi modelu I. Ajzena

	IP	PWP	PWR	SN	PWSP
IP	1,0***				
PWP	0,8***	1,0***			
PWR	0,4***	0,5***	1,0***		
SN	0,6***	0,6***	0,4***	1,0***	
PWSP	0,5***	0,5***	0,4***	0,3*	1,0***

*** $p < 0,000$ * $p = 0,01$

Legenda: IP – intencje przedsiębiorcze, PWP – postawa względem przedsiębiorczości, PWR – postawa względem ryzyka, SN – subiektywne normy, PWSP – poczucie własnej skuteczności przedsiębiorczej

Źródło: obliczenia własne przy użyciu oprogramowania Statistica PL

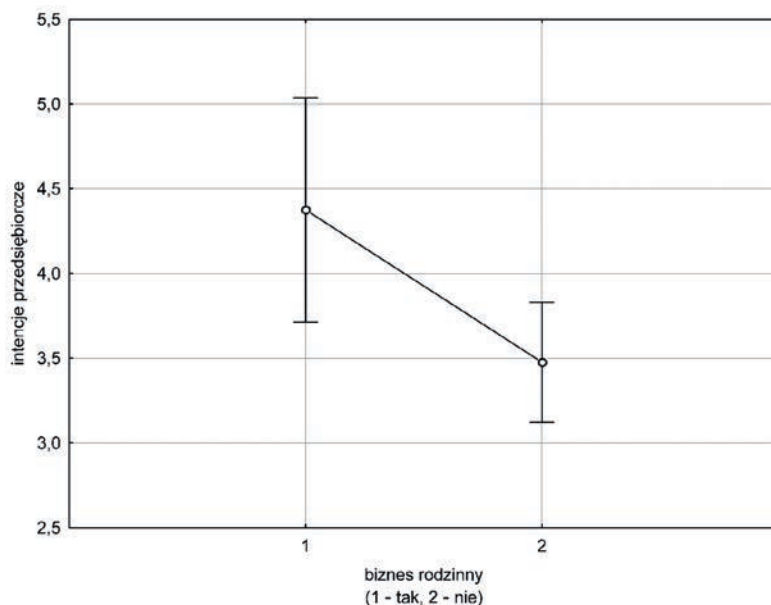
Aby bliżej określić różnice dla zmiennej grupującej „biznes rodzinny”, postanowiono zastosować jednoczynnikową analizę wariancji ANOVA. Dokonano oceny zgodności rozkładu normalnego przy użyciu testu Shapiro-Wilka, którego wyniki nie dały podstaw do odrzucenia założenia normalności rozkładu. Założenie równości wariancji zostało potwierdzone przy użyciu testu Levene’a oraz testu Browna-Forsythe’a, co umożliwiło przeprowadzenie analizy wariancji (tab. 2). Na podstawie wartości prawdopodobieństwa testowego p możemy odrzucić hipotezę zerową zakładającą brak zróżnicowania wartości przeciętnych, co oznacza, że ze względu na zmienną grupującą „biznes rodzinny” zróżnicowanie takie występuje, a wyniki te potwierdzają zakładaną hipotezę H5. Średnia ocena intencji przedsiębiorczych studentów mających doświadczenie biznesu rodzinnego wynosiła 4,4 (20 obserwacji) wobec 3,5 w wypadku pozostałych studentów (46 obserwacji) przy zastosowaniu 7-stopniowej skali Likerta (ryc. 1).

Tab. 2. Wyniki analizy wariancji dla zmiennej grupującej „biznes rodzinny”

Zmienne	SS efekt	df efekt	MS efekt	SS błąd	df błąd	MS błąd	F	p
Intencje przedsiębiorcze	11,24809	1	11,24809	101,7850	64	1,590391	7,072535	0,009879
Postawa przedsiębiorcza	12,53921	1	12,53921	85,4116	64	1,334557	9,395788	0,003183
Postawa wobec ryzyka	0,35796	1	0,35796	70,2098	64	1,097028	0,326298	0,569848
Subiektywne normy	5,22636	1	5,22636	79,6558	64	1,244622	4,199153	0,044548
Postrzegana skuteczność	0,02711	1	0,02711	53,0670	64	0,829171	0,032694	0,857085

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankietyzacji ($n = 66$, czerwiec 2015)

Ryc. 1. Wykres interakcji między intencjami przedsiębiorczymi a doświadczeniem biznesu rodzinnego wśród ankietowanych studentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonej ankietyzacji ($n = 66$, czerwiec 2015)

Podsumowanie

Na intencje przedsiębiorcze młodych ludzi wpływa wiele różnorodnych czynników, wśród których istotne znaczenie, zgodnie z teorią planowanego zachowania, mają czynniki związane z postawą wobec prywatnej przedsiębiorczości, skłonnością do podejmowania ryzyka, subiektywne normy wobec prywatnej przedsiębiorczości w społeczeństwie oraz poczucia własnej skuteczności przedsiębiorczej, a także doświadczenia biznesu rodzinnego. Wyniki statystyczne zaprezentowane w artykule pozwalają na przyjęcie wszystkich zakładanych hipotez, wskazujących na związki między tymi czynnikami a intencjami przedsiębiorczymi studentów:

1. Wraz z pozytywnym wzrostem indywidualnej postawy względem prywatnej przedsiębiorczości i przedsiębiorców, zwiększają się intencje przedsiębiorcze badanych studentów, a zmienne te są bardzo silnie skorelowane ($r = 0,8$, $p = 0,0000$).
2. Średnia korelacja występuje pomiędzy skłonnością badanych studentów do podejmowania ryzyka a ich intencjami przedsiębiorczymi.
3. Prawidłowość o silnym nasileniu wystąpiła dla subiektywnych norm społecznych ($r = 0,6$, $p = 0,000$). Im subiektywne normy wobec prywatnej przedsiębiorczości są w społeczeństwie wyższe, tym wyższe są intencje przedsiębiorcze danej jednostki.
4. Wraz ze wzrostem poczucia własnej skuteczności przedsiębiorczej wzrastają intencje przedsiębiorcze badanych studentów, a nasilenie współzależności jest silne ($r = 0,5$, $p = 0,000$).
5. Doświadczenia przedsiębiorczości rodzinnej przyczynia się „większych” intencji przedsiębiorczych wśród badanych studentów.

Jak każde badania empiryczne oparte na percepcji, także i te omówione w artykule mają swoje ograniczenia. Po pierwsze, próba badawcza ($n = 66$) była dość ograniczona – warto takimi badaniami objąć całą populację danego uniwersytetu. Po drugie, wnioskowanie na podstawie percepcji, choć w pełni akceptowalne przez psychologów i mające wiele potwierdzeń w rzeczywistości, nadal nie pozwala na absolutyzowanie wniosków w badaniach nad przedsiębiorczością.

Zebrany materiał empiryczny – a przede wszystkim wyniki badań – wskazuje na możliwości rozszerzenia badań o nowe wątki badawcze, takie jak motywy pozytywne i negatywne w podejmowaniu decyzji o uruchamianiu działalności gospodarczej. Warto także przeprowadzić badania porównawcze studentów różnych kierunków, w tym ekonomicznych i pozaekonomicznych, oraz uwzględnić problematykę wpływu zajęć z zakresu przedsiębiorczości na badane zjawisko.

Literatura

References

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behaviour in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1–63.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113–1127. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Bae, T.J., Qian, S., Miao, Ch., Fiet, J.O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254.
- Borowiec, M., Rachwał, T. (2011). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych na lekcjach geografii wyzwaniem edukacyjnym w procesach globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 321–332.
- Byabashaija, W., Katono, I. (2011). The Impact of College Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention to Start a Business in Uganda, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(1), 127–144.
- Daszkiewicz, N. (2013), Education as a Stimulating Factor for Entrepreneurship Development. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 165–177.
- Fayolle, A., Gailly, B. (2015), The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53: 75–93. DOI: 10.1111/jsbm.12065
- Galloway, L., Brown, W. (2002). Entrepreneurship education at university: a driver in the creation of high growth firms? *Education + Training*, 44(8/9), 398–405.
- Gawel, A. (2011). Kształcenie uniwersyteckie jako czynnik wpływający na przedsiębiorczość. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu*, 215, 71–87.
- Gelderen, M. van., Brand, M., Praag, M. van, Bodewes, W., Poutsma, E., Gils, A. van. 2008. Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559.
- Gird, A., Bagraim, J.J. 2008. The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711–724.
- Gubik, A.S. (2015). Understanding Career Aspirations of Hungarian Students (chapter 9). In: A.S. Gubik, K. Wach (Eds.). *Institutional Aspects of Entrepreneurship*. Miskolc: University of Miskolc, 131–150.
- Gubik, A.S., Farkas, S. (2015). Impact of Career Motives Changes on Entrepreneurial Intentions among Hungarian Students (chapter 10). In: A.S. Gubik, K. Wach (Eds.). *Institutional Aspects of Entrepreneurship*. Miskolc: University of Miskolc, 151–164.

- Jiménez-Moreno, J.J., Wach, K. (2014). The Entrepreneurial Profile of Students Participating in the Academic Entrepreneurship Course: Pilot Study Results. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 121–143.
- Kilar, W., Rachwał, T. (2014). Postrzeganie zakładania własnej działalności gospodarczej jako przejaw postawy przedsiębiorczej przez studentów kierunków nieekonomicznych. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 111–130.
- Koçoğlu, M., Hassan, M.U. (2013): Assessing Entrepreneurial Intentions of University Students: A Comparative Study of Two Different Cultures: Turkey and Pakistani. *European Journal of Business and Management*, 5(13), 243–252.
- Kokocińska H. Nowak (red.), *Edukacja w zakresie przedsiębiorczości: doświadczenia Polski i Hiszpanii*. Warszawa: Difin.
- Kosała, M. (2014). Badanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży jako fundament kształtowania postawy odpowiadającej wyzwaniom współczesnego świata. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 317–340.
- Kosała, M., Pichur, A. (2008). Analiza działań przedsiębiorczych i postrzeganie prowadzenia działalności gospodarczej wśród młodego pokolenia – wybrane aspekty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 347–354.
- Krueger, N. (1993). Impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21.
- Krueger, N., Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330.
- Kuehn, K.W. (2008). Entrepreneurial Intentions Research: Implications for Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11, 87–98.
- Kurczewska, A. (2013). *Przedsiębiorczość jako proces współoddziaływania sposobności i intencji przedsiębiorczych*. Warszawa: PWE.
- Kwiatkowska, H. (2008). *Pedeutologia*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Kwieciński, L., Młodzińska-Granek, A. (2014). Academic Entrepreneurship in the Humanities and Social Sciences: Research Conducted among Students of Wrocław University. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 33–50.
- Marona, B., Gluszek M. (2014). The Ties that Bind? Real Estate Education in Europe and Regulatory Framework in Poland. *The New Educational Review*, 35(1), 187–201.
- Najda-Janoszka, M., Wach, K. (2008). Lifelong Learning in the Field of Tourism in the European Union taking Poland into Special Consideration. In: M. Bednarczyk (Ed.), *Entrepreneurship in Tourism and Sport Business*. Kraków: Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, 45–58.
- Pawlak, A. (2015). Wpływ rodziców-przedsiębiorców na występowanie intencji przedsiębiorczych u młodzieży szkół średnich w Polsce. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XVI(7[III]), 71–82.
- Pietrzykowski, M. (2011). *Entrepreneurship in Higher Education – the case of Poland*. In: M. Dabić, M. Pietrzykowski (Eds.), *Fostering Education in Entrepreneurship*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Bogucki, 113–128.
- Piróg, D. (2015). Kompetencje z zakresu przedsiębiorczości: rozważania teoretyczne i ich ilustracje w obszarze szkolnictwa wyższego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 364–376.
- Plaziak, M., Rachwał, T. (2014a). Entrepreneurship Courses in Spatial Management Studies in Polish Universities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 710–718. Pozyskano z: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.915>
- Plaziak, M., Rachwał, T. (2014b). Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości w polskich uniwersytetach na studiach nieekonomicznych (na przykładzie kierunku geografia). *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 249–266.
- Rachwał, T. (2010). Entrepreneurship Education as a Growth Stimulus for Family Firms (chapter 9). In: A. Surdej, K. Wach (Eds), *Exploring the Dynamics of Entrepreneurship*. Toruń: Marszałek Publishing House, 139–156.

- Rachwał, T., Kurek, S., Boguś, M. (2016). Entrepreneurship Education at Secondary Level in Transition Economies: A Case of Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 61–81. DOI: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040105>
- Rantanen, T., Pawlak A., Toikko, T. (2015). The Significance of Social Welfare Attitudes in Young People's Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2015.030104>
- Sułkowski, Ł. (2016). *Kultura akademicka – koniec utopii?*. Łódź: Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk w Łodzi.
- Tomski, P. (2014). Rodzinna osnowa intencji przedsiębiorczych. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XV(7[III]), 319–334.
- Urbaniec, M. (2014). Współczesne wyzwania edukacji na rzecz przedsiębiorczości w szkolnictwie wyższym. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 209–230.
- Wach, K. (2007). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania: Stan obecny i proponowane kierunki zmian. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 120–127.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257.
- Wach, K. (2014a). Edukacja dla przedsiębiorczości: pomiędzy przedsiębiorczą pedagogiką a edukacją ekonomiczną i biznesową. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 11–31.
- Wach, K. (2014b). Europeanisation od Entrepreneurship Education in Europe – Looking Back and Looking Forward. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 11–32.
- Wach, K. (2015). Środowisko biznesu rodzinnego jako stymulanta intencji przedsiębiorczych młodzieży akademickiej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XVI(7[III]), 25–40.
- Zbierowski, P. (2014). Determinanty intencji przedsiębiorczej studentów – wyniki badań. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 51–63.
- Zieliński, T. (1999). *Jak pokochać statystykę*. Kraków: Wydawnictwo StatSoft.
- Zioło Z. (2013). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23.
- Żur, A. (2014). Exploring the Role of Inspiration in Entrepreneurship Education. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 179–194.

Tomasz Rachwał, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Kierownik Zakładu Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Autor lub współautor podręczników szkolnych i akademickich z zakresu geografii ekonomicznej i przedsiębiorczości. Jego zainteresowania badawcze skupiają się przede wszystkim na problematyce przemian struktur przestrzennych przemysłu, funkcjonowania różnych branż działalności gospodarczej, restrukturyzacji przedsiębiorstw oraz roli przedsiębiorczości w rozwoju układów przestrzennych, a także edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Tomasz Rachwał, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. Head of the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of the Institute of Geography of the Pedagogical University of Cracow. The author or co-author of school and academic textbooks on economic geography and entrepreneurship. His research interests focus primarily on the issue of change of spatial structures of industry, the functioning of various branches of industrial activity, corporate restructuring and the role of entrepreneurship in the development of spatial systems as well as entrepreneurship education.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej

ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: T.Rachwal@up.krakow.pl

Krzysztof Wach, dr hab., prof. UEK, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Wydział Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych, Katedra Handlu Zagranicznego, Kierownik Centrum Przedsiębiorczości Strategicznej i Międzynarodowej. Doktor habilitowany nauk ekonomicznych w zakresie ekonomii, doktor nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu, specjalista z zakresu przedsiębiorczości międzynarodowej, autor kilkunastu książek, ponad 150 publikacji naukowych, redaktor naczelny kwartalnika naukowego „Entrepreneurial Business and Economics Review” (EBER), członek komitetów redakcyjnych kilku czasopism naukowych. W latach 2012–2014 pełnił funkcję krajowego eksperta OECD oraz eksperta Komisji Europejskiej ds. przedsiębiorczości, jest uczestnikiem międzynarodowych projektów edukacyjnych i badawczych, odbył gościnne wykłady m.in. w USA, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Austrii, Chorwacji, a także na Słowacji i Ukrainie.

Krzysztof Wach, PhD., prof. UEK, Cracow University of Economics, Faculty of Economics and International Relations, Department of Foreign Trade (Poland), head of the Centre for Strategic and International Entrepreneurship. Professor extraordinarius (prof. UEK), Habilitated doctor in economics (DEcon), PhD in management, specialist in international entrepreneurship, author of several books and over 150 scientific articles, editor-in-chief of the scientific quarterly ‘Entrepreneurial Business and Economics Review’, member of editorial boards of several scientific journals; in the years 2012–2014 an OECD and the European Commission national expert for entrepreneurship, participant of various international education and research projects, visiting professor in various universities in the USA, the UK, Spain, Austria, Croatia, Slovakia and Ukraine.

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Katedra Przedsiębiorczości i Innowacji
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków, Polska
e-mail: wachk@uek.krakow.pl

Artykuł powstał w ramach projektu badawczego nr 054/WE-KPI/02/2015/S/5054 pt. „Przedsiębiorczość inkluzywna: współczesne wyzwania i perspektywy rozwoju” sfinansowanego ze środków przyznanych Wydziałowi Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, w ramach dotacji na utrzymanie potencjału badawczego.

JACEK STROJNY

Politechnika Rzeszowska, Polska ■ Rzeszów University of Technology, Poland

MICHAŁ CHODOREK

Absolwent Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej ■ Poland

Badanie poziomu przedsiębiorczości indywidualnej na grupie studentów studiów magisterskich Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej

Examination of the Level of Individual Entrepreneurship within the Group of Graduate Students of the Faculty of Management, University of Rzeszow

Streszczenie: Analizując przedsiębiorczość, nie należy kierować się wyłącznie kontekstem związanym z prowadzeniem działalności gospodarczej. Badane zjawisko ma bowiem znacznie bardziej złożony charakter. Jest ono determinowane przez liczne czynniki o charakterze ekonomicznym, prawnym, technologicznym, społeczno-kulturowym. Ponadto ma znacznie szersze przełożenie na procesy społeczne i kulturowe. Przedsiębiorczość rozumiana jako pewien zbiór atrybutów indywidualnych może uzewewnętrzniać się w postaci proaktywnych i kreatywnych działań w różnych obszarach życia społecznego. Celem niniejszego artykułu jest ocena poziomu przedsiębiorczości indywidualnej na podstawie badań przeprowadzonych na grupie studentów studiów magisterskich Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej. W pierwszej jego części scharakteryzowano takie pojęcia, jak: „przedsiębiorczość”, „przedsiębiorczość indywidualna” i „przedsiębiorczość akademicka”. W dalszej części pracy skupiono się na wymiarze indywidualnym przedsiębiorczości. Określono jej główne wymiary i subwymiary (parametry). Tak zoperacjonalizowane pojęcie przedsiębiorczości posłużyło do przygotowania i przeprowadzenia badań w grupie docelowej. Uzyskane wyniki oraz ich podsumowanie przedstawiono w kolejnych częściach artykułu.

Abstract: An analysis of an entrepreneurship should not be guided absolutely by the context associated with business running. The studied phenomenon is in fact much more complex. It is determined by numerous factors, such as economic, legal, technological, socio-cultural. It also has a much broader impact on the social and cultural processes. Entrepreneurship understood as a set of individual attributes can externalize in the form of proactive and creative activities in various areas of social life. The purpose of this article is to assess the level of individual entrepreneurship, conducted on a group of graduate students of the Faculty of Management University of Rzeszow. The first part characterizes the concept of entrepreneurship, personal entrepreneurship and academic entrepreneurship. The rest of the work focuses on the dimension of personal entrepreneurship. Its main dimensions and sub-dimensions (parameters) are identified there. This, operationalized concept of personal entrepreneurship helped to prepare and conduct research in the target group. The results are presented and summarized in the following parts of the article.

Słowa kluczowe: osobowość przedsiębiorcza; przedsiębiorczość; przedsiębiorczość akademicka

Key words: academic entrepreneurship; entrepreneurship; entrepreneurial personality

Otrzymano: 11 listopada 2015

Received: 11 November 2015

Zaakceptowano: 20 marca 2016

Accepted: 20 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Strojny, J., Chodorek, M. (2016). Badanie poziomu przedsiębiorczości indywidualnej na grupie studentów studiów magisterskich Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 416–425.

Zagadnienie przedsiębiorczości – wybrane aspekty

Zagadnienie przedsiębiorczości należy do bardzo popularnych obszarów badań naukowych. Jest analizowane z perspektywy wielu różnych dyscyplin, m.in. ekonomii, zarządzania, socjologii, psychologii. Dlatego też nie może dziwić liczba różnorodnych definicji samego pojęcia przedsiębiorczości. Niezależnie od przyjętych punktów widzenia należy się jednak zgodzić, że jest to z całą pewnością jeden z najistotniejszych fenomenów społecznych (Davidsson, 2003). Przedsiębiorczość z całą pewnością można traktować jako pewnego rodzaju cechę kardynalną człowieka. W takim ujęciu jest ona rozumiana jako „pewnego rodzaju wielowymiarowy zbiór cech (atrybutów), których zaistnienie daje podstawy do skutecznego i efektywnego zachowania się podmiotu i w polityce wewnętrznej, i w reakcjach na bodźce zewnętrzne” (Strojny, 2009: 29). Atrybuty indywidualne mogą się przekształcać w postawę osoby przedsiębiorczej wobec otoczenia. W określonych, sprzyjających warunkach atrybuty przedsiębiorcze uzewnętrzniają się w postaci określonego sposobu zachowania. Ukierunkowane jest ono na rozwój, podejmowanie ryzyka, wykorzystywanie okazji itd.

Przedsiębiorczość może być zatem specyficznym rodzajem aktywności człowieka, związanym z wykorzystywaniem szans niedostrzeganych przez innych (Piecuch, 2010). Opiera się ona na efektywnym wykorzystaniu w danych warunkach pomysłu innowacyjnego w celu osiągnięcia określonych korzyści oraz przy uwzględnieniu związanego z tym ryzyka (Piecuch, 2010). Akceptacja ryzyka oznacza, że działanie zachodzi nie tylko w warunkach sprzyjających, lecz także utrudniających realizację celów (Wiatrak, 2003). Działanie przedsiębiorcze często utożsamiane jest z prowadzeniem małej firmy i innowacyjnością (Lemańska-Majdzik, Stawasz, 2007; Glinka, 2008; Fryczyńska, 2012; Kaczorowski, 2012). Niektórzy, jak np. P.F. Drucker (1992), wskazują, że jest to pewien sposób zarządzania, oparty na akceptacji ryzyka i determinacji w wykorzystywaniu szans rynkowych oraz innowacyjności (Drucker, 1998; 2004). Można zatem powiedzieć, że przedsiębiorczość to proces (Landstrom, 2001). Może on być rozumiany jako tworzenie albo identyfikacja szans oraz umiejętne ich wykorzystanie mimo ograniczonych zasobów (Timmons, 1990). Obejmuje szereg różnych etapów, które prowadzą od identyfikacji problemu, innowacyjnego pomysłu jego rozwiązania, przez zastosowanie nowatorskich rozwiązań zarządczych, aż po osiągnięcie sukcesu rynkowego (Adamczyk, 1996). Działanie przedsiębiorcze może cechować się różną dynamiką, na co zwraca uwagę L.H. Haber – identyfikuje on m.in. przedsiębiorczość: żywiołową, ewolucyjną czy systemową.

Zarówno w kontekście atrybutów indywidualnych, jak i określonych działań, zwłaszcza w obszarze gospodarczym, w literaturze wykorzystuje się pojęcie przedsiębiorcy. R. Cantillon dzieli uczestników rynku na dwie kategorie: osoby otrzymujące stałe wynagrodzenie, oraz tych, którzy generują niepewne zyski; w tej właśnie grupie znajdują się przedsiębiorcy

(Cantillon, 1959). Na ten aspekt wskazuje także J.B. Say. Przedsiębiorca to osoba korzystająca z wiedzy w celu stworzenia produktu użytecznego dla uzyskania określonego zysku. (Say, 1960). Podobnym tropem podąża A. Smith – przedsiębiorcy w swoim działaniu kierują się dbałością o własny interes, który zapewnia zaspokojenie potrzeb odbiorcy (Smith, 1954). Dlatego charakteryzują się wysokim poziomem elastyczności w dostosowaniu się do potrzeb klientów (Piecuch, 2010). Przedsiębiorca to osoba twórcza, zdolna do niestandardowego działania (Baretto, 1989) czy wręcz do kreatywnej destrukcji. J. Schumpeter podkreśla fakt, że przedsiębiorca to nie zawód, lecz jedynie czasowo wykonywana czynność (Schumpeter, 1960). Jest on także gotowy do ponoszenia całkowitej odpowiedzialności za podejmowane działania i uzyskiwane efekty (Piecuch, 2010), a dodatkowo, dzięki innowacjom uzyskuje dużą skuteczność działania (Kirzner, 1984). Mając takie cechy, przedsiębiorca odgrywa rolę przywódcy, sterującego sprawnością działania przedsiębiorstwa (Majkut, 2014).

Z punktu widzenia niniejszego artykułu warto odnieść się także do zagadnienia przedsiębiorczości akademickiej. Od połowy poprzedniego stulecia w większym stopniu widoczny jest wpływ uczelni wyższych oraz innych instytucji naukowych na rozwój gospodarki i technologii. Chodzi tutaj m.in. o kształtowanie wiedzy dla potrzeb gospodarki. Dotyczy to np. dopływu innowacyjnych rozwiązań do rynku, rozwoju firm technologicznych, wzrostu samozatrudnienia pracowników naukowych czy studentów. W krajach rozwiniętych powszechne jest praktykowanie kreowania współpracy wiedzy i praktyki oraz wzbudzanie postaw przedsiębiorczych wśród pracowników naukowych. Typowy model ośrodka naukowego wzbogacony został o aspekt przedsiębiorczości. Złożoność współczesnych rynków oraz panujący na nich wysoki poziom konkurencji skłaniają do poszukiwania rozwiązań innowacyjnych. Stąd konieczność traktowania środowisk naukowych jako źródeł przedsiębiorczości (K.B. Matusiak, K. Matusiak, 2007).

Przedsiębiorczość akademicka jest to więc zjawisko, które „przełamuje schemat myślenia oparty na wyobrażeniu, że prowadzenie własnej firmy i próby komercyjne są sprzeczne z zasadami pracy badawczej, a tym samym niewłaściwe dla przedstawicieli środowiska naukowego” (Banerski, 2009). Jej podstawowe elementy, takie jak kreatywność, ambicja, odporność psychiczna, otwartość na otoczenie, dążenie do doskonałości, pasja itd. (Poznańska, 2014) wpisują się w atrybuty przedsiębiorczości. Ważne jest jednak to, że pojawiają się one w środowisku naukowym, co znacznie zwiększa rolę wiedzy oraz innowacyjności jako czynników wpływających na jakość działań.

Współcześnie aktywizacja sektora naukowego stanowi podstawowy czynnik wysokiego poziomu innowacyjności, czego wyrazem jest chociażby rozwój w ostatnich latach spółek odpryskowych *spin-off/spin-out* (Klimczuk-Kochańska, 2011). Powstają one na granicy pomiędzy środowiskiem akademickim a gospodarką i stanowią swoiste narzędzie transferu innowacji. Jak wskazują N. Nicolaou i S. Birley, tego typu podmioty mogą mieć charakter ortodoksyjny, hybrydowy i technologiczny (Nicolaou, Birley, 2003). Pierwszy z nich opiera się na podejściu, według którego podmiot w pełni korzysta z wiedzy wynalazcy (pracownika naukowego), a także transferowanej technologii. Model hybrydowy to taki, w którym jednostka bazuje na transferowanej technologii. Zaangażowani w projekt pracownicy naukowcy mogą pozostać w ramach uczelni, sprawując jednocześnie funkcje doradcze i kontrolne w spółce. Ostatni typ spółek (technologiczny) charakteryzuje się natomiast wykorzystaniem przez podmiot technologii i wiedzy pochodzącej z uczelni, przy czym pracownicy naukowcy nie mają żadnego kontaktu z nowo powstałą firmą. Mogą jedynie posiadać w niej określone udziały i świadczyć usługi doradcze. Podstawowym założeniem funkcjonowania form odpryskowych

jest transfer nowych technologii z nauki na rynek (gospodarki). Aby działania w ramach przedsiębiorczości akademickiej realizowane były skutecznie, potrzebne jest funkcjonowanie systemu instytucji tworzonych przez sektor nauki, instytucje rządowe, firmy, instytucje okołobiznesowe itd. (Cichocki, 2011).

W Polsce istnieje wciąż szereg barier hamujących rozwój przedsiębiorczości akademickiej. Mają one charakter popytowy, prawny oraz finansowy (Klimczuk-Kochańska, 2011). Znaczenie mniej istotne okazały się bariery kompetencyjne, mentalno-kulturowe czy organizacyjne. Pomimo wskazanych korzyści wynikających ze współpracy naukowo-biznesowej w przypadku małych firm *spin-off* czynnikiem hamującym ich ekspansję rozwojową jest brak wsparcia ze strony jednostek otoczenia biznesowego. Problem istnieje również po stronie instytucji naukowych, które w praktyce nie wspierają tego typu aktywności wśród pracowników czy studentów. Badania, przeprowadzone na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), wskazują na konieczność wprowadzenia zmian w całościowym systemie funkcjonowania uczelni, głównie w zakresie oferty programowej, infrastruktury wsparcia przedsiębiorczości. Do najistotniejszych elementów zaliczono (Banerski, 2009):

- poprawę oferty programowej o moduły związane z tematyką przedsiębiorczości, innowacji, komercjalizacji badań naukowych,
- promowanie przedsiębiorczości akademickiej przez wdrażanie na uczelni profesjonalnych programów szkoleniowych, dostosowanych do uwarunkowań prawnych, instytucjonalnych, społecznych i ekonomicznych,
- wykorzystywanie metod nauczania, opartych na doświadczeniu,
- rozwój infrastruktury przedsiębiorczości akademickiej poprzez przygotowywanie zespołów zarządzających i usług dla nowo tworzonych firm,
- wdrożenie mechanizmów zarządzania własnością intelektualną.

W kontekście przeprowadzonej analizy zdefiniowano ciekawy aspekt przedsiębiorczości, jakim jest przedsiębiorczość indywidualna studentów. Łączy on wszystkie analizowane wyżej wymiary, odnosząc się zarówno do atrybutów osobowości, jak i do potencjalnego ich przełożenia na prowadzenie działalności gospodarczej. Badania osadzono w środowisku akademickim, co dodatkowo podnosi potencjalną użyteczność prowadzonego badania. Jak bowiem podkreślono w analizie, przedsiębiorczość akademicka, a zatem również studentów, stanowić powinna fundament współczesnej gospodarki, zapewniając efektywny transfer wiedzy do społeczeństwa i gospodarki.

Założenia badawcze

Rozwijając wskazane wyżej zagadnienie, sformułowano ogólne założenia badawcze. W pierwszej kolejności postawiono pytanie główne:

PG. Na jakim poziomie kształtuje się przedsiębiorczość indywidualna badanych studentów? Oczywiście tak postawiony problem wymaga uszczegółowienia w postaci problematyki badawczej. Obejmuje ona następujące pytania:

PS.1. Jakie atrybuty budują przedsiębiorczość indywidualną badanych studentów?

PS.2. Jak duże jest natężenie przedsiębiorczości indywidualnej oraz poszczególnych jej atrybutów w badanej grupie studentów?

PS.3. Czy płeć badanych studentów wpływa na natężenie przedsiębiorczości indywidualnej oraz jej atrybutów?

Odpowiadając na pierwsze z postawionych pytań, odwołano się do modelu osobowości przedsiębiorczej proponowanego przez J. Strojnego (2009). Obejmuje on następujące wy-
miary:

- **W.1:** potrzeby osiągnięć, obejmujące potrzeby: sukcesu, wysokiej pozycji społecznej, władzy, pieniędzy oraz pracy.
- **W.2:** sterowność wewnętrzną, która warunkowana jest przez: wysoką samoocenę, samodzielność, niezależność sądu i opinii, odpowiedzialność, optymizm, zaufanie do innych ludzi, gotowość do zmian oraz myślenie długookresowe.
- **W.3:** zdolności intelektualne, w tym: wiedzę, zainteresowanie otoczeniem, horyzont zainteresowań, zdobywanie wiedzy, inteligencję, kreatywność, uzdolnienia.

Analizie poddano dobraną celowo grupę 100 studentów studiów magisterskich Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej w okresie od początku maja do końca czerwca 2015 r. Wybór tej grupy podyktowany jest faktem kończenia przez tych studentów studiów i ich wchodzeniem w niedługiej perspektywie na rynek pracy. Badanie miało pozwolić ocenić, czy poziom przedsiębiorczości indywidualnej stanowić będzie czynnik istotnie determinujący start zawodowy. W badaniu wykorzystano kwestionariusz osobowości przedsiębiorczej autorstwa J. Strojnego (2009). Jest on przeznaczony do pomiaru osobowości przedsiębiorczej według przedstawionego wyżej modelu. Zastosowane narzędzie pozwoliło na ocenę natężenia badanego zjawiska na poziomie ogólnym (osobowość przedsiębiorcza), wymienionych trzech wymiarów oraz składających się na nie parametrów. Zastosowano w nim skalę Likerta (od 1 do 5), pytając o to, na ile poszczególne stwierdzenia odnoszą się do badanej osoby. Tak zebrane informacje zagregowano do poziomu indeksów. W badaniu zastosowano trzy poziomy indeksów: indeks osobowości przedsiębiorczej (1 indeks), indeksy wymiarów osobowości przedsiębiorczej (3 indeksy), indeksy parametrów dla każdego z wymiarów osobowości przedsiębiorczej (20 indeksów). Aby obliczyć wartość indeksu, należy zastosować następujący wzór:

$$I = \frac{\sum_{i=1}^n S_i - NS_{min}}{N(S_{max} - S_{min})} \cdot 100$$

gdzie:

I – wartość indeksu

S_i – wartość składowej indeksu

S_{min} – najniższa możliwa wartość składowej indeksu

N – liczba składowych indeksu

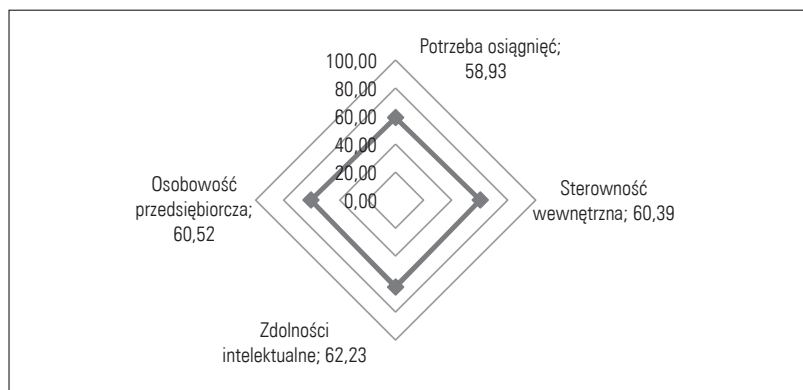
R – rozstęp ($R = S_{max} - S_{min}$)

Indeksy przyjmują wartość standaryzowaną z przedziału $<0; 100>$. W badaniu natężenia wartości cech zastosowano następujące przedziały: niskie natężenie cechy – wartość indeksu w przedziale $<0; 33,33>$, średnie natężenie cechy – wartość indeksu w przedziale $<33,33; 66,67>$ oraz wysokie natężenie cechy – wartości indeksu mieszczą się w przedziale $<66,67; 100>$. Zbudowane indeksy skonfrontowano także z informacją o płci badanych studentów oraz ich miejscu zamieszkania. Wykorzystano tutaj analizę średnich, obliczając je dla każdego przedziału zmiennej determinującej.

Analiza przedsiębiorczości indywidualnej studentów studiów magisterskich Wydziału Zarządzania PRz

Przedsiębiorczość indywidualna w badanej grupie studentów kształtuje się na poziomie średnim. Wartość średnia indeksu głównego wynosi 60,52 pkt. Warto podkreślić, że natężenie poszczególnych wymiarów jest bardzo zrównoważone. Wartości indeksów kształtują się bowiem w granicach od 58,93 pkt dla potrzeb osiągnięć do 62,23 – w przypadku zdolności intelektualnych (ryc. 1).

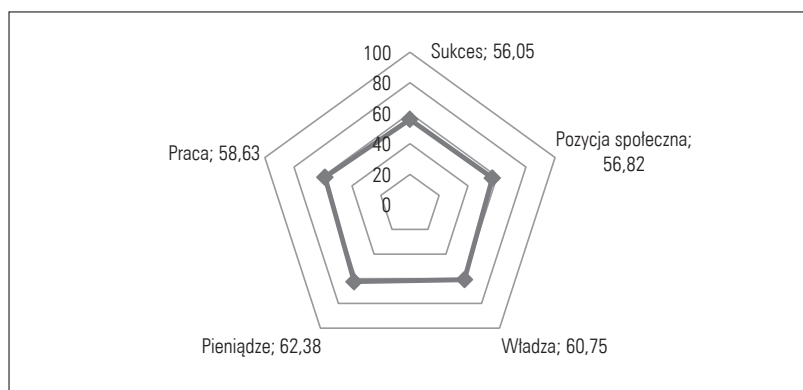
Ryc. 1. Wymiary przedsiębiorczości indywidualnej – wartość indeksów



Źródło: opracowanie własne

Pierwszy z badanych wymiarów przedsiębiorczości indywidualnej dotyczy potrzeb osiągnięć. Uwzględniono tu szereg z nich – potrzebę sukcesu, pozycji społecznej, władzy, pieniędzy czy pracy. Różnice natężenia poszczególnych potrzeb nie są zbyt duże w badanej próbie. Najslabiej akcentowana jest potrzeba sukcesu – 56,05 pkt, zaś najmocniej potrzeba pieniędzy – 62,38 pkt (ryc. 2).

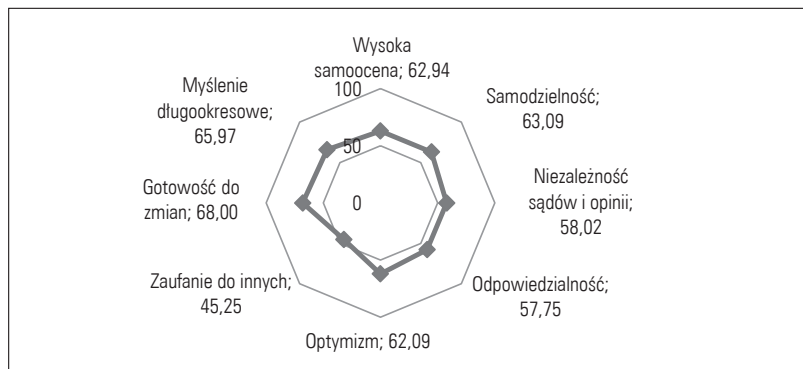
Ryc. 2. Parametry wymiaru związanego z potrzebami osiągnięć – wartość indeksów



Źródło: opracowanie własne

Kolejny wymiar – sterowność wewnętrzna – determinowany jest przez wiele różnych cech, które wpływają na tego typu postawę (ryc. 3). Charakterystyczne jest to, że w badanej grupie najsłabiej wypada zaufanie do innych (45,25 pkt). Ten parametr miał najniższe natężenie również w badaniach przedsiębiorców (Strojny, 2009). Natomiast najbardziej charakterystyczną cechą badanej grupy jest gotowość do zmian (68 pkt). Warto podkreślić, że tego typu cecha idzie w parze z myśleniem długofalowym (65,97 pkt).

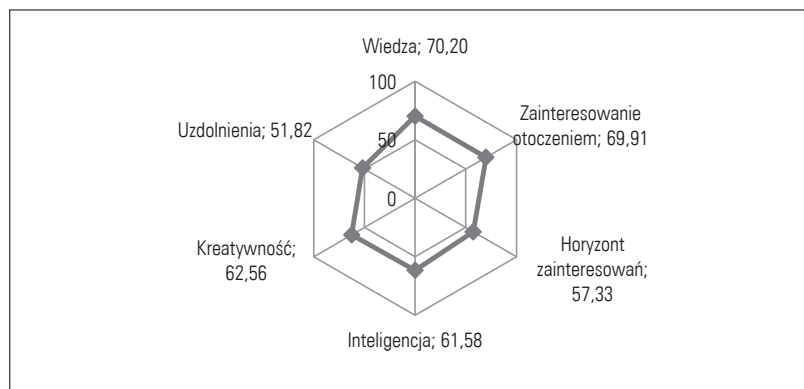
Ryc. 3. Parametry wymiaru związanego ze sterownością wewnętrzną – wartość indeksów



Źródło: opracowanie własne

Ostatni wymiar związany jest ze zdolnościami niezbędnymi do uruchomienia wielu rodzajów aktywności (ryc. 4). Studenci charakteryzują się przede wszystkim wysokim poziomem wiedzy (70,20 pkt) oraz zainteresowaniem otoczeniem (69,91 pkt). Najsłabiej natomiast wypadają różnego rodzaju uzdolnienia (51,82 pkt). Inteligencja i kreatywność są zaś na poziomie 61–63 pkt.

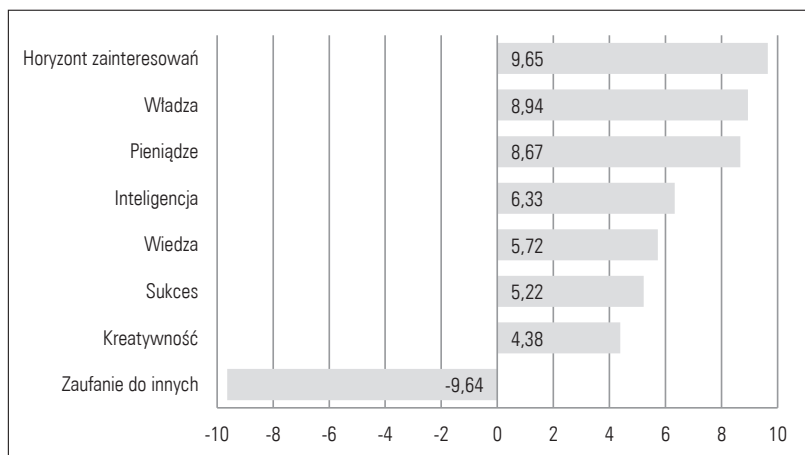
Ryc. 4. Parametry wymiaru związanego ze zdolnościami intelektualnymi – wartość indeksów



Źródło: opracowanie własne

Badając różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami, zidentyfikowano składowe osobowości przedsiębiorczej, które różnicują te dwie grupy studentów. Jako kryterium przyjęto różnicę na poziomie min. 4 pkt, skupiając się na poziomie najbardziej szczegółowych indeksów. Kobiety i mężczyźni najbardziej różnią się pod względem horyzontu zainteresowań oraz zaufania do innych. Mężczyźni wyróżniają się znacznie wyższym natężeniem parametru odnoszącego się do horyzontu zainteresowań (63,80 pkt wobec 54,15 pkt). Zaś kobiety wykazują znacznie wyższe zaufanie do innych (48,43 pkt wobec 38,79 pkt). W przypadku pozostałych parametrów (władza, pieniądze, inteligencja, wiedza, potrzeba sukcesu czy kreatywność) wyższe natężenie zanotowano w przypadku mężczyzn (ryc. 5).

Ryc. 5. Różnice (wartość wskaźnika dla mężczyzn – wartość wskaźnika dla kobiet) między oceną parametrów przedsiębiorczości indywidualnej kobiet i mężczyzn



Źródło: opracowanie własne

Różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami zaobserwowano również na poziomie wymiarów osobowości. Wyższe natężenie odnotowano szczególnie w przypadku potrzeb osiągnięć. Mężczyźni mają je nieco bardziej wyraziste – 61,70 pkt wobec 57,54 pkt. Natomiast na poziomie indeksu głównego różnice nie są już tak znaczące. Obserwuje się bowiem niewielką przewagę natężenia osobowości przedsiębiorczej w grupie mężczyzn w stosunku do grupy kobiet – 61,65 pkt wobec 59,45 pkt.

Podsumowanie i wnioski

Przeprowadzona analiza jest kolejną próbą weryfikacji użyteczności kwestionariusza osobowości przedsiębiorczej autorstwa J. Strojnego. Badania przeprowadzone na grupie 100 studentów pozwalają na przedstawienie głównej sugestii metodologicznej. Dotyczy ona zasad konstruowania wskaźników. Rozważać można przekształcenie stosowanego modelu osobowości przedsiębiorczej w model hierarchiczny AHP (Analytic Hierarchy Process). Pozwoli to na określenie elementów priorytetowych z punktu widzenia przedsiębiorczości poprzez wyznaczenie ich wag.

Jeśli chodzi o uzyskane efekty poznawcze, to z całą pewnością należy podkreślić, że studenci z badanej grupy nie wybijają się poziomem przedsiębiorczości. Natężenie badanych atrybutów znajdowało się zazwyczaj w granicach poziomu średniego, choć raczej bliżej górnego ograniczenia. W przypadku niektórych parametrów zanotowano poziomy z przedziału wysokiego natężenia. Ciekawym, choć nie nowym spostrzeżeniem jest także nieznaczna przewaga mężczyzn nad kobietami w zakresie natężenia cech przedsiębiorczych. Nie jest to zbyt mocno widoczne na poziomie indeksu głównego, ale już na poziomie niektórych wymiarów, a szczególnie parametrów różnice są znaczące.

Rozwijając przedstawiony w badaniu temat, należy przede wszystkim podkreślić konieczność prowadzenia badań w kierunku innych grup składających się na społeczność akademicką. Szczególnie ciekawe byłoby przebadanie pracowników akademickich. Jest to jeden z możliwych scenariuszy przyszłych badań w tym zakresie.

Literatura

References

- Adamczyk, W. (1996). Przedsiębiorczość: Próba systematyzacji. *Przegląd Organizacji*, 2, 13–18.
- Banerski, G. (2009). *Przedsiębiorczość akademicka. Raport z badania*. Warszawa: PARP.
- Barretto, H. (1989). *The entrepreneur in microeconomy theory*. London: Routledge.
- Cichocki, T. (2011). Osobowość przedsiębiorcza. W: A. Pomykański (red.), *Przedsiębiorczość akademicka*. Rzeszów: INNPuls, 9–26.
- Cantillon, R. (1959). *Essai sur la nature du commerce en general*. London: The Royal Economic Society.
- Davidsson, P. (2003). The domain of entrepreneurship research: Some suggestions. W: J.A. Katz, D.A. Shepherd (red.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, t. 6. Greenwich: JAI Press, 315–372.
- Drucker, P.F. (1998). *Praktyka zarządzania*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Drucker, P.F. (2004). *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*. Warszawa: Studio Emka.
- Fryczyńska, M. (2012). Istota i uwarunkowania przedsiębiorczości. W: B. Jamka (red.), *Potencjał ludzki w rozwoju przedsiębiorczości indywidualnej i korporacyjnej*. Warszawa: Difin, 59–78.
- Glinka, B. (2008). *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: PWE.
- Kaczorowski, P. (2012). Samozatrudnienie jako forma rozwoju przedsiębiorczości w województwie łódzkim – ocena dotychczasowego stanu, bariery i perspektywy. W: E. Kwiatkowski (red.), *Popytowe i podażowe aspekty rozwoju kapitału ludzkiego w regionie łódzkim*. Łódź: Wydawnictwo Naukowe UŁ, 233–260.
- Kirzner, I.M. (1984). The entrepreneurial process. W: C.A. Kent (red.), *The environment for entrepreneurship*. Lexington: Lexington Books, 41–58.
- Klimczuk-Kochańska, M. (2011). Bariery rozwoju przedsiębiorczości akademickiej na przykładzie podlaskich uczelni. *Zeszyty Naukowe WSEI*, 3, 73–98.
- Landstrom, H. (2010). *Pioneers in entrepreneurship and small business research*. New York: Springer.
- Lemańska-Majdzik, A., Stawasz, E. (2007). Samozatrudnienie, aktywne formy przeciwdziałania bezrobociu – doświadczenia krajowe i zagraniczne. W: H. Skłodowski, E. Stawasz (red.), *Psychologiczne wyznaczniki poszukiwania pracy i samozatrudnienia w regionach zmarginalizowanych*. Łódź: Wydawnictwo Naukowe UŁ, 29–42.
- Majkut, R. (2014). *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- Matusiak, K.B., Matusiak, M. (2007). Pojęcie i ekonomiczne znaczenie przedsiębiorczości akademickiej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 453, 155–165.
- Nicolaou, N., Birley, S. (2003). Academic networks in trichotomous categorisation of university spin-outs. *Journal of Business Venturing*, 18, 333–359.

- Piecuch, T. (2010). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*. Warszawa: C.H. Beck.
- Poznańska, K. (2014). Przedsiębiorczość akademicka – cechy i znaczenie w gospodarce światowej i polskiej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 183, 164–172.
- Say, J.B. (1960). *Traktat o ekonomii politycznej*. Warszawa: PWN.
- Schumpeter, J. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: PWN.
- Smith, A. (1954). *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*. Warszawa: PWN.
- Strojny, J. (2009). *Zarządzanie przedsiębiorczością w małej i średniej firmie*. Rzeszów: Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej.
- Timmons, J.A. (1990). *New venture creation*. Boston: Irwin.
- Wiatrak, A.P. (2003). Pojęcie przedsiębiorczości, jej cele i rodzaje. W: K. Jaremczuk (red.), *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia*. Tarnobrzeg: Wydawnictwo PWSZ, 26–38.

Jacek Strojny, ekonomista, dr nauk ekonomicznych w zakresie nauk o zarządzaniu, adiunkt w Katedrze Ekonomii Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej, pełnomocnik dziekana ds. projektów rozwojowych i komercjalizacji badań. Specjalizuje się w problematyce implementacji metod i technik zarządzania w przedsiębiorstwach i jednostkach administracji publicznej, zarówno na poziomie zarządzania strategicznego, jak i operacyjnego. Jest autorem kilkudziesięciu publikacji dotyczących przedsiębiorczości i innowacji, rozwoju regionalnego i lokalnego oraz zarządzania projektami. Koordynował projekty wdrożenia innowacyjnych systemów zarządzania w kilkudziesięciu przedsiębiorstwach i samorządach. Jest także autorem strategii rozwoju lokalnego na poziomie gminnym i powiatowym.

Jacek Strojny, economist, PhD, Assistant Professor in the Department of Economics, Faculty of Management, Rzeszów University of Technology, The Dean's Plenipotentiary for Development and Commercialization. Specializes in methods and techniques of implementation in companies and public administration institutions on the strategic and operational level. The author of several dozen publications related to entrepreneurship, innovations, local and regional development and project management as well. He was a coordinator of many innovative implantation projects in companies and public institutions. He is the author of strategic documents prepared on the municipality and district level.

Adres/Address:

Politechnika Rzeszowska
al. Powstańców Warszawy 12
35-959 Rzeszów, Polska
e-mail: jstrojny@prz.edu.pl

Michał Chodorek, absolwent Politechniki Rzeszowskiej na Wydziale Zarządzania. Ukończył jako najlepszy uczeń Technikum Ekonomiczne w Opatowie. Aktywny działacz w kole naukowym Ekobiznes. Trzykrotny konferansjer Ogólnopolskich i Międzynarodowych Zawodów Robotów ROBO-motion. Za interesowania autora skupiają się wokół zagadnień związanych z psychologią zarządzania i przedsiębiorczością.

Michał Chodorek, graduate of the Rzeszów University of Technology at the Faculty of Management, professional manager specialization. Graduate and best student of the Technical Economical School in Opatow. An activist in the scientific circle Ekobiznes. Three-time announcer at the Nationwide and International Robotics Competition ROBO-motion. His interests are focused on the psychology of management and entrepreneurship.

Adres/Address:

Politechnika Rzeszowska
al. Powstańców Warszawy 12
35-959 Rzeszów, Polska
e-mail: ertw46@wp.pl

WIOLETTA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, WIKTOR OSUCH, TOMASZ RACHWAŁ, AGNIESZKA ŚWIĘTEK
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Koncepcja oceny i kształtowania postaw przedsiębiorczych na podstawie narzędzi wypracowanych w ramach projektu RLG

The Concept of Assessment and Development of Entrepreneurial Attitudes Based on Instruments Developed within the Framework of the Project RLG

Streszczenie: Poziom bezrobocia wśród młodzieży (15–24 lat) w Europie w 2014 r. wyniósł 23%, a w niektórych krajach (Hiszpania, Grecja) zbliżył się do 50%. Średnio stopa bezrobocia wśród młodzieży w UE jest dwa razy wyższa niż dla dorosłych – dotyczy ona ponad 5 mln młodych osób. Największe ryzyko bezrobocia ponoszą osoby z niskim poziomem wykształcenia i o niskich kwalifikacjach. Odpowiedzią na wymienioną sytuację ekonomiczną ludzi młodych jest międzynarodowy projekt „Reaching Lost Generation” (RLG) finansowany ze środków UE w ramach programu Erasmus+, skierowany do osób w młodym wieku, nieposiadających zatrudnienia, a jego zadaniem jest rozwijanie kompetencji przedsiębiorczych u tych osób, aby stworzyć im większe szanse na wejście na rynek pracy. Celem artykułu jest określenie kluczowych kompetencji w zakresie przedsiębiorczości dla młodych ludzi stojących przed koniecznością wyboru dalszej ścieżki kształcenia lub wejścia na rynek pracy oraz dokonanie przeglądu wybranych narzędzi opracowanych do kształtowania tych kompetencji na podstawie projektu RLG. Projekt realizowany jest wspólnie z partnerami z Węgier (Fundacja EduNet), Niemiec (Euro Training Centre) oraz Wielkiej Brytanii (Train’d Up). W artykule określono 10 najważniejszych kompetencji, które mogą służyć do badania u uczniów, będących na progu wejścia na rynek pracy, kompetencji kluczowej określanej w UE jako „inicjatywność i przedsiębiorczość”. Zaprezentowano także narzędzia niezbędne do diagnozy poziomu rozwoju tych kompetencji u uczniów (w ramach tzw. *assessment day*) składające się z opracowanych ćwiczeń, arkuszy obserwacji oraz arkusza samooceny. Wstępne wyniki realizacji projektu wykazały duże zróżnicowanie posiadanych przez uczniów kompetencji. Na podstawie materiałów dydaktycznych do ćwiczeń, opracowanych przez partnerów projektu, jest możliwe kształtowanie tej kluczowej kompetencji, podzielonej na poszczególne kategorie.

Abstract: The level of youth unemployment in Europe (15–24 years) in 2014 was 23%, and in some countries (Spain, Greece) approached 50%. On average, the youth unemployment rate in the EU is two times higher than for adults, affecting over 5 million young people. The greatest risk of unemployment occurs among people with low education and low skills. The response to the economic situation of young people is an international project financed with EU funds “Reaching the Lost Generation” (the Erasmus Program Plus, Action 2 – Cooperation for innovation and good practices – Transnational strategic partnerships, addressed to young adults who do not have jobs, and its main task is to develop entrepreneurial competencies among these people to give them a better chance to enter the labor market. The aim of this article is to identify the key competencies in entrepreneurship for young people appearing before the ne-

cessity of choosing the further path of education or entering the labor market as well as to review selected tools elaborated to develop these competencies based on the project "Reaching the Lost Generation". The project is implemented jointly with partners from Hungary (Foundation EDUNET), Germany (Euro Training Centre) and the UK (Train' d Up). The article identified 10 core competencies that can be used to study the development of key competency of students, who are on the verge of entering the labor market, defined in EU as "sense of initiative and entrepreneurship". It also presents the tools necessary to determine the level of development of these competencies among students (during assessment day) consisting of developed exercises, observation sheets and self-assessment forms. Preliminary results of the project showed a great diversity of competencies among students. The next stage of the project will be conducting workshops aimed at developing the entrepreneurial competencies on the basis of exercises developed by the project partners, divided into categories according to specific competencies. Based on educational materials for exercises, developed by the project partners, it is possible to develop this key competence, is divided into different categories.

Słowa kluczowe: diagnoza kompetencji; inicjatywność; kompetencje biznesowe, kompetencje kluczowe, kompetencje osobiste, kompetencje przedsiębiorcze; kompetencje społeczne; przedsiębiorczość

Key words: behavioral competency; business competencies; competencies assessment; entrepreneurship; entrepreneurial competencies; key competencies; sense of initiative; social competency

Otrzymano: 16 listopada 2015

Received: 16 November 2015

Zaakceptowano: 31 maja 2016

Accepted: 31 May 2016

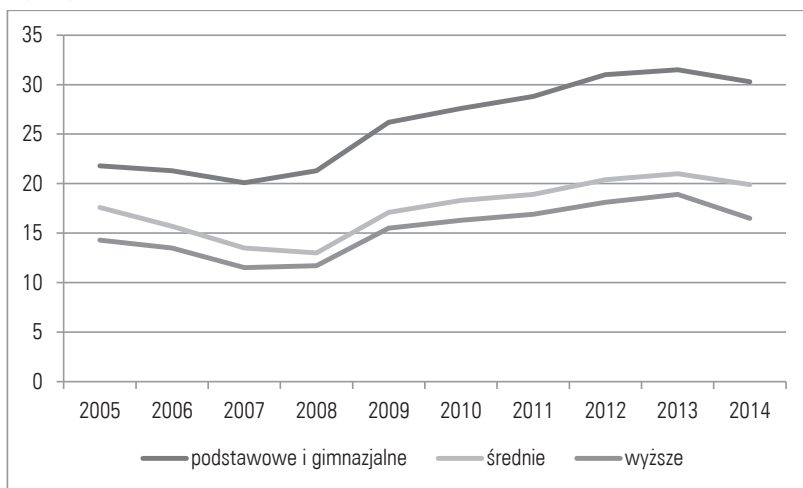
Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Kilar, W., Kurek, S., Osuch, W., Rachwał, T., Świętek, A. (2016). Ocena i kształtowanie postaw przedsiębiorczych w oparciu o narzędzia wypracowane w ramach projektu RLK. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 426–443.

Wstęp

Młodzi ludzie są ważnym elementem rynku pracy w Europie ze względu na źródło wielorakich kompetencji, kreatywność i mobilność. Rozwój tych cech przez odpowiednio ukie-
runkowaną edukację jest kluczowym aspektem konkurencyjności europejskiej gospodarki na
rynkach światowych. Jednakże w ostatnich latach Europa boryka się z problemem wzrostu
bezrobocia wśród tej grupy osób, pomimo podejmowania licznych inicjatyw mających na celu
zwiększenie ich szans wejścia na rynek pracy (np. w ramach strategii Europa 2020 „Youth on
the move” czy „Youth employment package”; Eurostat 2015a). Stopa bezrobocia wśród osób
w wieku poniżej 25 roku życia w Unii Europejskiej od stycznia 2008 do stycznia 2014 wzrosła
z 15,2% do 23,3% (Eurostat, 2015b). Było to ponad dwukrotnie więcej niż średnia stopa bez-
robocia dla ludności ogółem (10,2%). W sierpniu 2015 r. najwyższą stopą bezrobocia wśród
młodych osób charakteryzowały się Hiszpania (48,8%), Grecja (48,3%), Chorwacja (43,5%)
oraz Włochy (40,7%; Eurostat, 2015c). Najwyższy poziom bezrobocia wśród młodych dotyczy
grupy osób z niskim wykształceniem (ryc. 1). W Polsce średnia stopa bezrobocia u młodych
osób poniżej 25 roku życia kształtowała się powyżej średniej unijnej (np. w styczniu 2014 r.
26,3%). W ujęciu terytorialnym najwyższym odsetkiem osób młodych bezrobotnych w sto-
sunku do ogółu zarejestrowanych charakteryzowało się województwo małopolskie, a wśród
powiatów powiaty: proszowicki (33,3%) i kazimierski (33,2%; GUS, 2015).

Ryc. 1. Stopa bezrobocia według poziomu wykształcenia u osób poniżej 25 roku życia w Unii Europejskiej w latach 2005–2014



Źródło: Eurostat, *Unemployment rates by sex, age and educational attainment level (%)* [lfsa_urgaed]

Wymieniona powyżej sytuacja była jedną z przesłanek opracowania projektu unijnego „Reaching Lost Generation” (RLG), dotyczącego kształtowania postaw przedsiębiorczych młodzieży wkraczającej na rynek pracy. Celem artykułu jest określenie kluczowych kompetencji w zakresie przedsiębiorczości dla młodych ludzi stających przed koniecznością wyboru dalszej ścieżki kształcenia lub wejścia na rynek pracy oraz dokonanie przeglądu wybranych narzędzi opracowanych do kształtowania tych kompetencji na podstawie projektu RLG, w tym wstępnych wyników badań nad efektywnością tych narzędzi otrzymanych w trakcie realizacji fazy pilotażowej projektu, opierając się na tzw. kwestionariuszach samooceny. Pozwala to wskazać praktyczne korzyści z wykorzystania tych narzędzi i materiałów edukacyjnych w praktyce szkolnej w zakresie kształtowania postaw przedsiębiorczych.

Podstawowe założenia realizacji projektu

Projekt RLG jest współfinansowany ze środków UE w ramach programu Erasmus+ (Key Action 2 – Strategic Partnership). Realizacja projektu obejmuje okres od 1 września 2014 r. do 31 sierpnia 2017 r. Projekt RLG adresowany jest szczególnie do nisko wykwalifikowanych młodych ludzi, często klasyfikowanych jako grupa NEET (*not educated, employed or trained*, czyli: niewykształceni, niezatrudnieni oraz niewykwalifikowani) w każdym z krajów partnerskich. Grupę docelową stanowią więc przede wszystkim niepracujący młodzi ludzie w wieku 16–24 lat, o niskim poziomie kwalifikacji i aktywności na rynku pracy (łącznie na etapie testowania narzędzi i materiałów dydaktycznych wsparciem jest objętych co najmniej 96 osób w 4 krajach). W przypadku Polski jako grupę docelową przyjęto uczniów ostatnich klas liceum i technikum, stojących u progu wyboru dalszej kariery życiowej, mogących wejść na rynek pracy. Ze względów motywacyjnych warsztaty dla uczniów realizowane były pod hasłem będącym rozwinięciem akronimu nazwy projektu (RLG) – *Reach for your Life's Goals* (pol. *Osiągaj swoje cele życiowe*).

Partnerami projektu są:

- EduNet Foundation for New Educational Resources (Węgry) – lider,
- Euro Training Centre (Niemcy),
- Train'd Up (Wielka Brytania),
- Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie.

W realizacji fazy testowej w Polsce biorą udział także nauczyciele i uczniowie szkół ponadgimnazjalnych:

- Powiatowego Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego w Wieliczce,
- XI Liceum Ogólnokształcącego w Krakowie.

Głównym celem projektu jest rozwijanie postaw przedsiębiorczych u osób w wieku 16–24 lat, w celu zwiększenia ich aktywności w zakresie zdobywania kwalifikacji i stworzenia szans odnalezienia się na rynku pracy. Cele szczegółowe projektu obejmują:

- opracowanie materiałów ćwiczeniowych dla grupy docelowej w zakresie rozwijania szeroko rozumianych kompetencji przedsiębiorczych,
- dokonanie wstępnej oceny (na podstawie kwestionariusza oraz tzw. *assessment day*) uczniów – uczestników projektu w zakresie rozwoju tych kompetencji (w zakresie motywacji, poczucia własnej wartości, pewności siebie, zdolności podejmowania ryzyka, zdolności adaptacji, myślenia biznesowego itp.),
- przeprowadzenie 12-tygodniowych warsztatów dla grupy docelowej z wykorzystaniem opracowanych ćwiczeń, po których oceniony zostanie postęp w rozwijaniu wymienionych kompetencji,
- monitorowanie grupy docelowej przez 12 miesięcy od ukończenia szkolenia w zakresie aktywności na rynku pracy (uzyskanie zatrudnienia, ewentualne założenie własnej firmy, podnoszenie kwalifikacji).

Do zadań projektu należy przeprowadzenie badań podstawowych (określenie sytuacji młodych ludzi na rynku pracy) oraz opracowanie narzędzi pomiarowych do oceny poziomu kompetencji przedsiębiorczych młodych ludzi (kwestionariusze, ćwiczenia). Ponadto w ramach projektu opracowane zostaną bogate materiały dydaktyczne do rozwoju tych kompetencji oraz instrukcje do monitorowania uczestników kursu.

Harmonogram projektu obejmuje następujące elementy:

- identyfikacja grupy docelowej,
- ustalenie kompetencji składających się na szeroko rozumianą kompetencję przedsiębiorczości i przygotowanie narzędzi ewaluacyjnych oraz materiałów dydaktycznych na podstawie głównie analizy literatury przedmiotu i doświadczeń partnerów projektu,
- testowanie wstępne narzędzi pomiarowych i materiałów dydaktycznych,
- szkolenie trenerów,
- realizacja tzw. *assessment day* (samoocena kompetencji i ocena obserwatora w trakcie specjalnych ćwiczeń ewaluacyjnych),
- prowadzenie warsztatów rozwijających poszczególne kategorie kompetencji przez ćwiczenia,
- ponowna ocena kompetencji po zakończeniu szkolenia,
- monitorowanie losów uczestników kursów przez 12 miesięcy na podstawie wypracowanych narzędzi,
- opracowanie finalnej wersji programu edukacyjnego do kształcenia postaw przedsiębiorczych na podstawie zdobytych doświadczeń.

Kompetencje przedsiębiorcze

Jak już wcześniej wspomniano, jednym z nadrzędnych celów i zadań projektu RLG jest wypracowanie programu szkolenia w zakresie kształtowania oraz rozwijania kompetencji przedsiębiorczych wśród młodych ludzi, którzy po IV etapie kształcenia stoją przed wyborem dalszej drogi edukacyjnej i zawodowej. W późniejszej fazie projektu pozwoli to na monitorowanie losów absolwentów w zakresie ich aktywności na dynamicznie zmieniającym się rynku pracy.

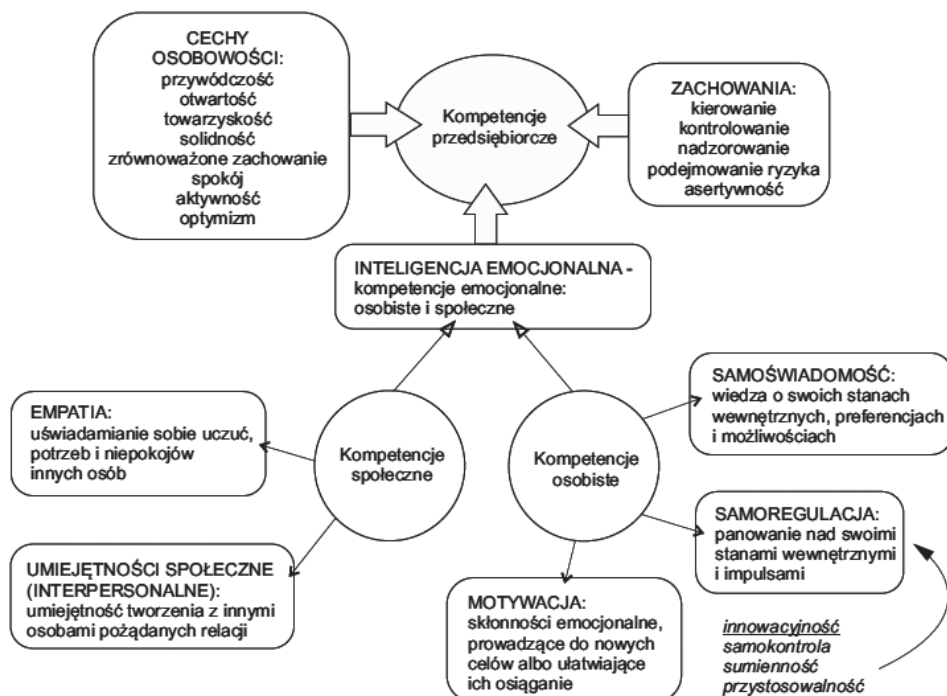
Współcześnie pojęcia „kompetencja” czy „kompetencje” mają wiele znaczeń, a od niedawna stały się przedmiotem badań specjalistów z różnych dziedzin i dyscyplin naukowych. W klasycznym ujęciu dydaktyki szkoły wyższej (zwłaszcza pedeutologii) H. Kwiatkowska termin kompetencje (łac. *competentia*) rozumie jako „[...] zdolność i gotowość podmiotu do wykonania zadań na określonym poziomie; powstaje [ona – przyp. aut.] w wyniku zintegrowania wiedzy, dużej liczby drobnych umiejętności oraz sprawności w dokonywaniu wartościowań” (Kwiatkowska, 2008: 35). Ciekawy przegląd teoretycznych prac poświęconych kompetencjom z zakresu przedsiębiorczości oraz próbę syntezy w ukazaniu ewolucji pojęcia kompetencje dla ostatnich trzydziestu lat zaproponowała D. Piróg (2015). Zwraca ona uwagę, że kompetencje (ang. *competency*) w ujęciu amerykańskim mają podłoże behawioralne i obejmują zachowania, które wpływają na powodzenie wykonywanych zadań. Kompetencje rozumiane są jako wiedza, umiejętności i postawy, będące wyuczoną skłonnością do określonych zachowań i działań (Piróg, 2015). Natomiast kompetencje (ang. *competence*) w ujęciu brytyjskim odnoszą się do wiedzy, umiejętności i postawy, ale są uszczegółowione na podstawie ustalonych i przyjętych kryteriów. Są one zazwyczaj nabywane w procesie kształcenia (wiedza, umiejętności, postawy), jak również są atrybutami i zdolnościami danej osoby. Szersze ujęcie kompetencji wskazuje na połączenie wiedzy, umiejętności (zakresy nabyte) i wrodzone (np. otwartość, odpowiedzialność), jak i wyłącznie wrodzone (uzdolnienia) Piróg (2015).

Według D. Piróg (2015) w Polsce, pomimo dużego zainteresowania naukowców i nauczycieli problematyką kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, niewiele jest pogłębionych badań w tym zakresie. Dominują publikacje dotyczące kształtowania postaw przedsiębiorczych wśród uczniów i w znacznej mierze opierające się na kompetencjach właśnie wśród uczniów czy studentów. Przykładowo T. Rachwał (2005), analizując szczegółowo postawy przedsiębiorczości wśród uczniów, za cechy odpowiedzialne za wykształcenie postawy przedsiębiorczości uważa: kreatywność, skłonność do wyważonego ryzyka, gotowość do podejmowania nowych wyzwań. Według I. Świłło (2012) do kompetencji, które mogą być miarą przedsiębiorczości (w stosunku do młodzieży), zalicza się m.in.: komunikację, współpracę, umiejętność rozwiązywania problemów, elastyczność, efektywność, niezależność (Świłło, 2012). Podejścia te są w dużej mierze zbieżne z koncepcją kompetencji kluczowej „inicjatywność i przedsiębiorczość”, wypracowaną w ramach prac zespołu Komisji Europejskiej na potrzeby europejskich systemów edukacji i kształcenia przez całe życie (*Kompetencje...*, 2007). Oprócz badań dotyczących postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży, które często mają znaczenie praktyczne, niezwykle ważne wydają się pogłębione badania nad wyodrębnieniem zestawu kompetencji charakteryzujących osobę przedsiębiorczą. Powołując się na badania i publikację Mitchelmore’a i Rowley’a (2010), w których wyodrębniono 25 kompetencji, D. Piróg zaproponowała podział kompetencji z zakresu przedsiębiorczości na trzy grupy: osobowościowe (społeczne), behawioralne (osobiste) i menadżerskie (Piróg, 2015).

Przykładowo, kompetencje w zakresie komunikacji interpersonalnej zaliczono do kompetencji menadżerskich, pozostających w silnym powiązaniu z umiejętnością komunikowania się, perswazji, poszukiwania informacji czy rozwiązywania problemów i systematycznego planowania. To właśnie te kompetencje zostały wyodrębnione w projekcie RLG jako istotne do nabycia i przećwiczenia podczas warsztatów dla młodzieży planującej dalszą drogę edukacyjną i zawodową. O kompetencjach w zakresie komunikacji interpersonalnej pisał szczegółowo W. Osuch (2011), prezentując wyniki badań przeprowadzonych wśród studentów-kandydatów na nauczycieli geografii i postaw przedsiębiorczości, czynnych nauczycieli geografii i podstaw przedsiębiorczości. W. Osuch odniósł się także do kompetencji dyrektorów szkół, prezentując wyniki badań ankietowych.

Ciekawy przykład dotyczący klasyfikacji kompetencji oraz istniejących relacji pomiędzy poszczególnymi kompetencjami zaproponowały także M. Płaziak i A.I. Szymańska (2014). W modelu tym kompetencje z zakresu komunikacji interpersonalnej rozumiane jako umiejętności tworzenia pożądanych relacji z innymi osobami do kompetencji społecznych. Natomiast bardzo pożądana innowacyjność, rozumiana jako gotowość do przyjmowania i podejmowania działań nowych, niestandardowych, to jeden z elementów samoregulacji człowieka, który autorki zaliczyły do kompetencji osobistych (Płaziak, Szymańska, 2015).

Ryc. 2. Model kompetencji osoby przedsiębiorczej



Źródło: Płaziak, Szymańska (2014: 270)

Diagnoza i kształtowanie kompetencji w projekcie RLG

Na podstawie analizy literatury, dokumentów strategicznych w zakresie edukacji i przedsiębiorczości na poziomie europejskim oraz dotychczasowych doświadczeń w edukacji w zakresie przedsiębiorczości i kształtowania postaw przedsiębiorczych, partnerzy z Polski, Węgier, Wielkiej Brytanii i Niemiec uczestniczący w projekcie wspólnie dokonali wyboru zestawu 10 kompetencji przedsiębiorczych, które uznali za kluczowe dla młodych ludzi stających przed koniecznością wyboru dalszej ścieżki kształcenia lub wejścia na rynek pracy. Listę wybranych kompetencji wraz z ich zakresem znaczeniowym zestawiono w tabeli 1.

Tab. 1. Kompetencje przedsiębiorcze diagnozowane i rozwijane w ramach projektu RLG

Lp.	Nazwa kompetencji	Zakres znaczeniowy kompetencji – oczekiwana umiejętność lub prezentowana postawa
1.	Chęć uczenia się	<ul style="list-style-type: none"> – chęć nabywania nowej wiedzy i umiejętności – umiejętność dokonania autorefleksji na temat własnych mocnych i słabych stron – dostrzeganie zarówno własnych ograniczeń, jak i możliwości w zakresie dalszej nauki i pracy
2.	Umiejętności interpersonalne	<ul style="list-style-type: none"> – umiejętność skutecznej komunikacji – umiejętność precyzyjnego wyrażania własnych myśli i uczuć – umiejętność pracy w parach i pracy zespołowej – zdolność do pracy z różnymi osobami – umiejętność dostrzegania odczuć innych osób – umiejętność asertywnej komunikacji i wykorzystanie jej do rozwiązywania konfliktów – umiejętność aktywnego słuchania – umiejętności negocjacyjne – umiejętność budowania i utrzymywania właściwych relacji społecznych
3.	Silna inicjatywa	<ul style="list-style-type: none"> – silna i trwała motywacja do działania – aktywne poszukiwanie nowych możliwości i rozwiązań – umiejętność poszukiwania i wyboru najlepszej drogi do osiągnięcia celu
4.	Rozwiązywanie problemów	<ul style="list-style-type: none"> – umiejętność zdefiniowania problemu – kreatywność w poszukiwaniu możliwych, alternatywnych rozwiązań problemu – umiejętność wykorzystania zdobytych informacji do rozwiązania problemu
5.	Branie odpowiedzialności	<ul style="list-style-type: none"> – świadomość konsekwencji podejmowanych decyzji – gotowość brania odpowiedzialności za podejmowane działania
6.	Planowanie i organizowanie	<ul style="list-style-type: none"> – wyznaczanie zadań koniecznych do osiągnięcia celu – umiejętność określania kolejności i czasu wykonania kolejnych zadań – konsekwencja w realizacji przygotowanego planu

7.	Zdolność adaptacji i elastyczność	– umiejętność rewizji i zmiany własnych poglądów zachowań i podjętych działań w celu dopasowania się do zmieniających się warunków
8.	Myślenie biznesowe	– umiejętność poszukiwania właściwych źródeł informacji – rozumienie działania struktur administracyjnych – umiejętność właściwego lokowania zasobów
9.	Gotowość do podejmowania ryzyka	– umiejętność oceny ryzyka płynącego z podejmowanych (rozważanych do podjęcia) decyzji – akceptacja konieczności podejmowania decyzji w sytuacji niepewności lub na podstawie niepełnej informacji – umiejętność wyciągania wniosków z przeszłych wydarzeń
10.	Podejmowanie decyzji	– umiejętność analizy zagadnienia z różnych punktów widzenia – podejmowanie decyzji we właściwym czasie – podejmowanie decyzji, mając na uwadze możliwe korzyści i zagrożenia z nich płynące

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wypracowanych podczas realizacji projektu RLG

Pierwszym krokiem w zakresie rozwoju kompetencji uczestników powinna być wstępna ocena stopnia ich posiadania przez młodzież. Określenie poziomu jest rodzajem testu „na wejście”, którego wyniki, porównane z testem „na wyjście”, pozwolą w końcowej fazie projektu ocenić zakres poczynionych przez uczestników postępów bądź ich brak.

Zgodnie z przyjętą w projekcie procedurą postępowania, konsultowaną z psychologiem i doradcą zawodowym, ocena początkowa stopnia posiadanych przez uczestników kompetencji odbywa się podczas jednego dnia poprzedzającego cykl warsztatów, tzw. *assessment day*. Składa się ona z dwóch ważnych elementów: samooceny uczestników dokonywanej na podstawie specjalnie opracowanego kwestionariusza oraz oceny dokonywanej przez obserwatorów w trakcie wykonywania specjalnych zadań przez uczestników. Pierwszym zadaniem, które staje przed każdym uczestnikiem w trakcie *assessment day*, jest wypełnienie arkusza samooceny dotyczącego każdej z 10 rozwijanych w projekcie kompetencji. W arkuszu, którego fragment (dla czterech kompetencji) przedstawia rycina 3, nie występują pytania. Uczestnicy szkolenia analizują za to przy okazji każdej z 10 kompetencji 4 stwierdzenia, z którymi przez zaznaczenie odpowiedniej odpowiedzi (w skali 1–4), zgadzają się lub nie, w odniesieniu do własnej osoby. Otrzymane wyniki wskazują, jaka jest subiektywna ocena stopnia posiadania poszczególnych kompetencji przez uczestników. Analiza stwierdzeń zawartych w arkuszu w kontekście własnej osoby jest dla uczestników pierwszą okazją do zastanowienia się nad posiadanymi kompetencjami. Samoocena służyć będzie trenerom i samym uczestnikom do sprawdzenia, czy trafnie potrafili określić własne cechy i umiejętności przed treningiem kompetencji (czy mają tendencję do ich zaniżania czy zawyżania).

Drugim etapem wstępnej diagnozy kompetencji uczestników jest ich ocena dokonana przez obserwatorów w trakcie wykonywania ćwiczeń. Podczas *assessment day* uczestnicy wykonują 12, celowo dobranych ćwiczeń, z których każde ujawnia stopień posiadania przez nich 2 spośród 10 rozwijanych w ramach projektu kompetencji. Ćwiczenia są bardzo różnorodne ze względu na wykorzystywane w nich metody (głównie aktywizujące), formy pracy (zarówno

Ryc. 3. Przykładowe stwierdzenia z arkusza samooceny kompetencji uczestników *assessment day*
 Określ swoje stanowisko wobec poniższych stwierdzeń, zaznaczając znakiem „X” właściwe odpowiedzi.

Kompetencja	Opis	4	3	2	1
		Zdecydowanie się zgadzam	Zgadzam się	Nie zgadzam się	Zdecydowanie się nie zgadzam
Chęć uczenia się	Czuję, że mam dużo dobrych cech				
	Cieszy mnie uczenie się nowych rzeczy (nie tylko szkolnych przedmiotów)				
	Wiem, że muszę podnosić swoje umiejętności, aby więcej osiągnąć				
	Jestem zainteresowany rozwijaniem swoich umiejętności				
Umiejętności interpersonalne	Mogę pracować z kimś, kto ma inne poglądy niż ja				
	Jestem dobrym słuchaczem (rozumiem punkt widzenia innych)				
	Cieszy mnie praca z innymi				
	Potrafię mieć własne zdanie bez krytykowania innych				
Silna inicjatywa	Jestem zmotywowany (inicjuję działania bez zewnętrznej presji)				
	Mam swoje własne pomysły i potrafię się nimi dzielić z innymi				
	Jestem zainteresowany znajdowaniem rozwiązań w trudnych sytuacjach				
	Lubię doprowadzać rzeczy do końca (lubię kończyć to, co zacząłem)				
Rozwiązywanie problemów	Jestem dobry w rozpoznawaniu problemów				
	Jestem zorientowany na osiąganie celów (mam swoje cele i pracuję, aby je osiągnąć)				
	Lubię poszukiwać kreatywnych rozwiązań				
	Z łatwością znajduję informacje, których potrzebuję				

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wypracowanych podczas realizacji projektu RLG

oparte na pracy indywidualnej, jak i na pracy grupowej) i stopień abstrakcyjności sytuacji, w jakich stawiany jest uczestnik. Poniżej przytoczono polecenia do 3 spośród 12 ćwiczeń przeprowadzanych w trakcie *assessment day*, oddające w pewnym stopniu zróżnicowanie ćwiczeń.

Pierwsze w nich – „Zginanie” – jest krótkim ćwiczeniem pozornie sprawdzającym umiejętności manualne. W rzeczywistości jednak pozwala sprawdzić kilka ważnych elementów kompetencji uczestników: umiejętność sprawnego planowania działań, dokładność, umiejętność wykonania zadania w określonym czasie, umiejętność znalezienia kompromisu pomiędzy jakością wykonywanej pracy a koniecznością jej zakończenia w określonym czasie.

Ćwiczenie 1. „Zginanie” – polecenie dla ucznia *Podpisz się na kopercie!*

Użyj osobnego przewodu do stworzenia danego kształtu. Zginając elastyczny drut, utwórz następujące kształty:

1. Utwórz trójkąt o bokach 5 cm każdy.
2. Utwórz prostokąt o dłuższych bokach 5 cm i o krótszych 2,5 cm.
3. Utwórz trapez, gdzie dwa równoległe boki mają odpowiednio 4 i 5 cm, a kolejne dwa boki łączące mają 3 cm każdy.
4. Pracuj tak szybko i dokładnie, jak potrafisz. Masz łącznie 10 minut na wykonanie wszystkich kształtów ze zgiętego drutu.
5. Kiedy skończysz, włóż wszystko do koperty i sprawdź, czy się na niej podpisałeś.

Drugim przykładem ćwiczenia jest „Dyskusja panelowa ekspertów w programie TV”. Pokazuje ono, w jaki sposób można wykorzystać dobrze znane nauczycielom metody dydaktyczne do oceny i treningu kompetencji. W zadaniu, którego polecenie dla ucznia przytoczono poniżej, wykorzystano metodę dyskusji panelowej połączonej z elementami gry sytuacyjnej. W trakcie debaty w ćwiczeniu uczestnicy wykazują m.in. stopień posiadania umiejętności interpersonalnych i wykazywania silnej inicjatywy (kompetencje diagnozowane).

Ćwiczenie 2. „Dyskusja panelowa ekspertów w programie telewizyjnym” – polecenie dla ucznia

Jesteś uczestnikiem dyskusji panelowej ekspertów w programie telewizyjnym.

1. Przeanalizuj i omów z zespołem temat dyskusji i kwestie poruszone w otrzymanym materiale. Jeśli masz własną wiedzę lub doświadczenia na ten temat, uwzględnij je w dyskusji.
2. Przyjmij wyraźnie określone zdanie w dyskusji (za lub przeciw) i staraj się je utrzymać, nawet jeśli nie do końca się z nim zgadzasz. Spróbuj przekonać innych do swojego zdania, używając argumentów. Dobrze byłoby, gdybyś wygłaszał swoje opinie, stojąc.

Masz 10 minut, aby wspólnie z grupą zebrać i spisać jak najwięcej argumentów broniących waszego punktu widzenia, które wykorzystacie podczas dyskusji panelowej.

Teraz możecie zająć miejsce w kręgu dyskutantów. Macie 25 minut, aby omówić problem i wyrazić swoje argumenty za lub przeciw.

Materiał dydaktyczny (przykładowy temat do dyskusji):

Prywatność w sieciach społecznych: Czy nastolatki na portalach społecznościowych takich jak Facebook ujawniają zbyt wiele prywatnych informacji?

Zapewne jesteś użytkownikiem serwisów społecznościowych, takich jak Facebook czy Twitter. Możesz za ich pośrednictwem dzielić się wieloma różnymi danymi o sobie: gdzie

mieszkasz, o swojej szkole, przyszłym zawodzie, o tym, co lubisz i co robisz w danej chwili. Niektórzy ludzie zamieszczają tam też zdjęcia i filmy – całkowicie upubliczniając swoje życie prywatne. Wiele osób robi to bez zastanowienia i nie korzysta z opcji umożliwiających ukrycie pewnych prywatnych informacji przed nieznanymi. Czasem też umieszcza na portalach zdjęcia, które w ogóle nie powinny tam trafić. Jeśli przyszły szef zobaczy kompromitującą informację lub zdjęcie danej osoby w mediach społecznościowych, osoba ta może nie dostać wymarzonej pracy lub nawet nie zostać zaproszona na rozmowę kwalifikacyjną. Czy młodzi ludzie są świadomi konieczności ochrony prywatnych informacji?

Zadanie: Wyobraź sobie, że jesteś uczestnikiem panelu ekspertów w programie telewizyjnym i omawiasz powyższy temat. Przedstaw argumenty na rzecz swojego stanowiska podczas debaty!

Trzecim przykładowym ćwiczeniem, o jeszcze innym charakterze jest „Łódź ratunkowa”. Ma ono wysoki stopień abstrakcyjności, przez co jest dla uczniów intrygujące. Uczestnicy znajdują się na łodzi ratunkowej, gdzie stają przed koniecznością zdecydowania o dalszym losie poszczególnych bohaterów sytuacji i w ten sposób poznają schemat działania w trakcie procesu decyzyjnego, uczą się prezentowania własnego stanowiska, poszukiwania argumentów, analizy sytuacji z różnych punktów widzenia, a wreszcie – wypracowywania wspólnego stanowiska i podejmowania decyzji grupowej. W trakcie tego zadania zaobserwować można bardzo wiele kompetencji uczestników, a ocenie podlegają: umiejętności interpersonalne oraz gotowość podejmowania ryzyka. Uczestnicy pracują w 2–4 grupach.

Ćwiczenie 3 „Łódź ratunkowa” – polecenie dla ucznia

Jesteś na ekstrawaganckim rejsie wycieczkowym, gdy nagle w środku nocy statek zaczyna tonąć. Sześciu z was udaje się dostać do łodzi ratunkowej, która jest przeznaczona dla pięciu osób. Łódź zawiera racje wody i żywności dla pięciu osób i pięć kamizelek ratunkowych. Kolejnym problemem jest to, że szósta osoba powoduje, że łódź zanurza się zbyt głęboko w wodzie oceanu i fale wdzierają się do środka.

Widzicie małą wyspę i decydujecie się dopłynąć do niej łodzią. Zauważacie, że są tam woda pitna, różne rodzaje owoców i zwierzęta roślinożerne. Decydujecie, że co najmniej jedna osoba musi zostać na wyspie. Wyspa jest blisko często uczęszczanych szlaków żeglownych – jeśli osoba wyśle sygnały dymne, to ma duże szanse na ściągnięcie pomocy. Jednocześnie uważacie, że można zwiększyć szanse przetrwania, jeśli niektórzy wrócą do łodzi i spróbują dopłynąć do większej wyspy.

Pierwsza część zadania:

- Spisz na kartce zalety i wady pozostania na wyspie oraz powrotu do łodzi.
- Podpisz się na kartce papieru i uzupełnij dwa zdania, wybierając jedną z dwóch odpowiedzi podanych w nawiasie:

Uważam, że bardziej ryzykowne jest (pozostać na wyspie/powrócić do łodzi ratunkowej).

Gdybym był w tej samej sytuacji, wołałbym (pozostać na wyspie/powrócić do łodzi ratunkowej).

Druga część zadania:

Grupa decyduje, że jedna osoba musi zostać na wyspie z nożem i pudełkiem zapalek. W łodzi ratunkowej są następujące osoby:

- celebryta (24 lata),
- lekarz medycyny, który przeprowadza transplantacje organów (42 lata),
- uzdolniony, pełen sukcesów nastolatek (17 lat),
- przedsiębiorca, który prowadzi firmę zatrudniającą ok. 45 osób (35 lat),
- osoba, która bierze udział w profesjonalnych zawodach żeglarskich (32 lata),
- ojciec sześciorga dzieci, który jest jedynym żywicielem rodziny (45 lat).

a) Najpierw każdy powinien zdecydować indywidualnie, która osoba powinna zostać na wyspie przez stworzenie rankingu pasażerów (od 1 do 6). Przypisz numer „1” do osoby, która w Twojej opinii – jest najlepszym kandydatem do pozostania na wyspie oraz „6”, do osoby, która jest najmniej optymalnym kandydatem.

b) Kiedy każdy członek zespołu jest gotowy, zespół powinien wspólnie, drogą dyskusji zdecydować, który pasażer powinien pozostać na wyspie i dlaczego (ważne jest, aby zebrać argumenty). Wybierzcie osobę, która przedstawi waszą decyzję, będzie przedstawicielem zespołu i jego argumentacji w dalszej debacie pomiędzy poszczególnymi grupami.

Dwunastu uczestnikom i trenerowi towarzyszy w trakcie *assessment day* czterech obserwatorów, z których każdy obserwuje i odnotowuje zachowania kilku przypisanych mu uczestników, świadczące o poziomie posiadania poszczególnych kompetencji. Obserwatorzy zmieniają po kolejnych ćwiczeniach obserwowanych uczestników, by być maksymalnie obiektywnym w ocenie. Obserwacje dokonywane są przy pomocy arkuszy obserwacji, przygotowanych specjalnie do każdego ćwiczenia. W danym ćwiczeniu obserwatorzy skupiają się wyłącznie na obserwowanych przez siebie uczestnikach i dwóch wskazanych w arkuszu oceny kompetencjach. Poniżej zaprezentowano przykładowy arkusz oceny kompetencji, wykorzystywany przy okazji obserwacji ćwiczenia „Łódź ratunkowa”.

Ćwiczenie „Łódź ratunkowa” – arkusz obserwacji

Przyznaj punkty uczestnikowi przez zakreślenie w odpowiednim miejscu obserwowanego zachowania. Po zakończeniu obserwacji zsumuj punkty dla każdej dziedziny kompetencji.

Imię i nazwisko ucznia: Obserwowane zachowanie:	OCENA (punkty)
Umiejętności interpersonalne	
Aktywnie wyraża opinię podczas dyskusji w małej grupie i dzieli się swoimi pomysłami	2
Rzadko wyraża opinię podczas dyskusji w małej grupie	1
Jest pewny, zorganizowany i komentuje z łatwością podczas prezentacji posteru	2
Potrzebuje zachęty i zaproszenia do aktywnej prezentacji posteru	1
Razem:	
Chęć podejmowania ryzyka	
Czynnie wyraża sugestie i opiniuje nowe aspekty w identyfikowaniu możliwego ryzyka	1
Komentuje, kiedy grupa rozważa podjęcie ryzyka	1
Zgodnie z własnym wyborem – wybiera bardziej ryzykowne rozwiązanie (w oparciu o odpowiedź napisaną na kartce papieru)	1
Razem:	

Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów wypracowanych podczas realizacji projektu RLG

Dane uzyskane na podstawie arkuszy samooceny i obserwacji uczestników w trakcie ćwiczeń w ramach *assessment day* są dla twórców projektu i trenerów ważną wstępną informacją o uczestnikach. To pierwszy z kluczowych, zakończony już etap prac w ramach projektu. Kolejnym wyzwaniem dla uczestników, trenerów i zespołu projektowego były warsztaty rozwijające zdiagnozowane już kompetencje na podstawie opracowanych materiałów dydaktycznych¹.

Wyniki badań poziomu kompetencji przed i po warsztatach na podstawie kwestionariusza samooceny uczniów

Jednym z głównych zadań projektu było przeprowadzenie 72 godzin warsztatów w zakresie kształtowania, określonych w drodze dyskusji uczestników projektu na podstawie analizy literatury i danych z rynku pracy, 10 najważniejszych kompetencji przedsiębiorczych.

Przed przystąpieniem do warsztatów uczniowie zostali poddani procesowi oceny kompetencji na początku realizacji programu (tzw. *initial assessment day*) oraz poproszeni o wypełnienie kwestionariusza samooceny. Badania kwestionariuszami ankiet oraz kwestionariuszami kart obserwacji przeprowadzono w dwóch grupach uczniów: w XI Liceum Ogólnokształcącym w Krakowie oraz Powiatowym Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego (PC-KZiU) w Wieliczce, które, jak to zostało wspomniane we wstępie, współpracują z zespołem polskim projektu w realizacji fazy pilotażowej.

Po zakończonych warsztatach uczniowie zostali poddani kolejnej ocenie wykształconych kompetencji (za pomocą kart obserwacji w ramach tzw. *final assessment day*) oraz dokonali samooceny nabycia swoich kompetencji „na wyjściu”.

W niniejszej publikacji autorzy ograniczą się do analizy kwestionariuszy samooceny uczniów dla obu grup zarówno „na wejściu”, jak i po przeprowadzonych warsztatach, czyli „na wyjściu”.

Przykładowo, dla kompetencji „myślenie biznesowe” uczniowie musieli ocenić, w jakim stopniu (ocena w skali od 1 do 4):

- jestem otwarty na założenie własnego biznesu,
- jestem dobry w znajdowaniu ludzi, którzy mogą mi pomóc w sytuacjach problemowych,
- jestem zorganizowany w pracach biurowych,
- potrafię zarządzać swoimi pieniędzmi.

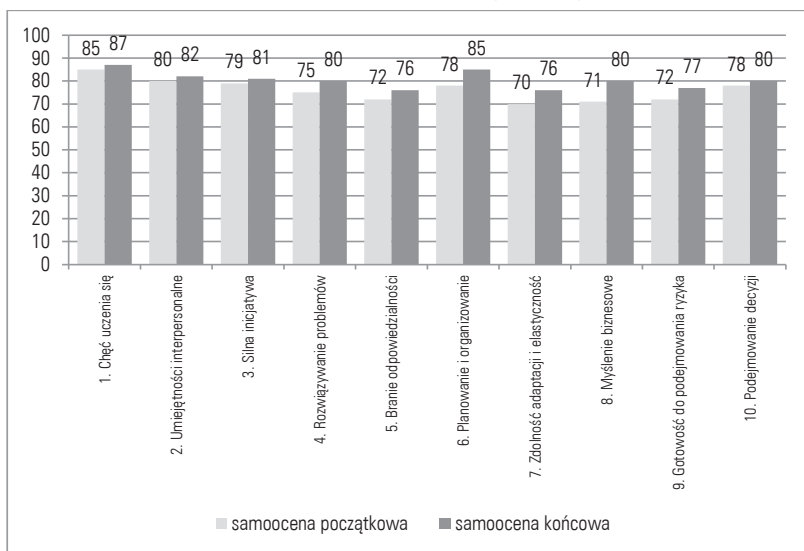
Uczniowie dokonali samooceny do wszystkich 10 wybranych kompetencji. Wyniki badań zaprezentowano na rycinie 4.

Na podstawie przeprowadzonych badań rysują się następujące uogólnienia:

- uczniowie względnie wysoko ocenili swoje kompetencje przedsiębiorcze przed przystąpieniem do warsztatów (w przedziale 70–85%),
- najwyższa samoocena początkowa dotyczyła kompetencji „chęci uczenia się” – 85% – oraz „umiejętności interpersonalnych” – 80%,
- najniżej „na wejściu” oceniono kompetencje „zdolności adaptacyjnych i elastyczności” – 70%, „myślenia biznesowego” – 71% oraz „brania odpowiedzialności” i „gotowości do podejmowania ryzyka” – odpowiednio po 72%,

¹ Warsztaty trwały podczas przygotowywania publikacji do druku, a zakończyły się przed złożeniem finalnej wersji artykułu.

Ryc. 4. Wyniki samooceny kompetencji przedsiębiorczych uczniów XI LO w Krakowie i PCKZiU w Wieliczce na podstawie kwestionariusza (skala wystandaryzowana 0–100%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań (numeracja zgodna z tab. 1)

- po przeprowadzonych warsztatach dydaktycznych zaobserwowano wzrost nabycia wszystkich 10 kompetencji przedsiębiorczych,
- największy wzrost nabycia kompetencji dotyczył „myślenia biznesowego” – wzrost o 9 pkt procentowych, „planowania i organizowania” – wzrost o 7 pkt procentowych oraz „zdolności adaptacyjnych i elastyczności” – wzrost o 6 pkt procentowych.

Na podstawie przeprowadzonych badań oraz wywiadów z uczestnikami warsztatów zauważono dużą ostrożność w samoocenie kompetencji przez uczestników warsztatów, co wskazuje niewielka dynamika wzrostu (ok. 2–3 pkt procentowe) niektórych kompetencji (ryc. 2). Warto też zauważyć, że na wynikach zaważyły także wysokie początkowe wartości samooceny, co częściowo wynika z faktu, że w warsztatach uczestniczyły osoby chętne, które rozumiały sens rozwoju tych kompetencji, generalnie z grupy dobrych i bardzo dobrych uczniów. Uczniowie ci byli także po realizacji przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w szkole ponadgimnazjalnej.

Jednak w całokształcie prowadzonych badań oraz realizacji projektu bardzo pozytywnie oceniono rolę warsztatów dydaktycznych w procesie kształtowania zarówno kompetencji, jak i postaw przedsiębiorczych na dynamicznie zmieniającym się rynku pracy. W ramach dalszych prac nastąpi opracowanie wyników badań dotyczących oceny nabycia kompetencji przez uczniów przez obserwatorów szkolenia warsztatów. Wyniki tych badań będą zaprezentowane w kolejnych publikacjach poświęconych tej problematyce.

Podsumowanie i rekomendacje

W wyniku realizacji wstępnej fazy projektu, na podstawie studiów literatury, analizy dokumentów strategicznych oraz doświadczeń i opinii nauczycieli i trenerów, a także menedżerów

firm uczestniczących w projekcie, wyodrębniono 10 najważniejszych kompetencji, które mogą służyć do badania jako komponenty szeroko rozumianej postawy przedsiębiorczej uczniów będących na progu wejścia na rynek pracy. Wypracowano także narzędzia niezbędne do określenia poziomu rozwoju tych kompetencji u uczniów (w ramach tzw. *assessment day*) składające się z opracowanych ćwiczeń, arkuszy obserwacji oraz arkusza samooceny. Wstępne wyniki projektu wykazały duże zróżnicowanie kompetencji posiadanych przez uczniów, a także pewne prawidłowości, co daje podstawy do wyprofilowania dalszych zajęć rozwijających te kompetencje oraz pewną indywidualizację procesu kształcenia dzięki odpowiedniemu doborowi ćwiczeń. Następnym etapem projektu były warsztaty mające na celu kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych na podstawie opracowanych przez partnerów projektu ćwiczeń, podzielonych na kategorie według określonych kompetencji. Warsztaty te prowadzone były przez specjalnie wyszkolonych trenerów – nauczycieli, a po nich dokonana została analiza rozwoju poszczególnych kompetencji na podstawie kwestionariuszy samooceny. Wskazała ona na przyrost w zakresie poziomu poszczególnych kompetencji. W dalszej części pracy badawczej nastąpi analiza wyników obserwacji uczniów w trakcie wykonywania specjalnych ćwiczeń ewaluacyjnych, co będzie jedną z podstaw oceny ich przydatności w praktyce szkolnej.

W tym miejscu należy podkreślić duże zaangażowanie uczniów w realizowanie poszczególnych treści projektu i wykonywanie z zapałem przygotowanych ćwiczeń. Ćwiczenia te mogą być wykorzystane na lekcjach przedsiębiorczości jako urozmaicenie nauczanych treści lub na innych zajęciach, w ramach których kształtowane są kompetencje przedsiębiorcze uczniów. Warto bowiem zwrócić uwagę na fakt, że warsztaty te w pełni wpisują się w cele kształcenia w ramach lekcji podstaw przedsiębiorczości (por. analiza podstawy programowej w pracy Rachwał, Kurek, Boguś, 2016). Atrakcyjność zastosowania opracowanych materiałów w praktyce szkolnej wynika z ich cech, opartych głównie na aktywizujących metodach i technikach nauczania – uczenia się. Wypracowane materiały mogą więc stanowić istotne wsparcie dla nauczycieli w diagnozie i rozwoju tych kompetencji, co jest jednym z głównych celów kształcenia w europejskim obszarze edukacyjnym. Ich skuteczność będzie możliwa do jeszcze głębszej oceny w trakcie kolejnych etapów realizacji projektu, co będzie przedmiotem dalszej pracy badawczej autorów.

Literatura

References

- Eurostat (2015a). *Being young in Europe today. Theme: Population and social conditions*. Collection: Statistical books, European Union.
- Eurostat (2015b, 13 listopada). *Unemployment rates by sex, age and educational attainment level (%) [lfsa_urgaed]*. European Union. Pozyskano z: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/data/database>
- Eurostat (2015c, 13 listopada). *Unemployment rate by sex and age groups - annual average, % [une_rt_a]*, European Union. Pozyskano <http://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/data/database>
- GUS (2015). *Sytuacja na rynku pracy osób młodych*. Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Departament Rynku Pracy, Wydział Analiz i Statystyki.
- Kompetencje kluczowe w uczeniu się przez całe życie. Europejskie Ramy Odniesienia* (2007). Urząd Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich, Luxembourg.
- Kwiatkowska, H. (2008). *Pedeutologia*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Plaźiak, M., Szymańska, A.I. (2014). Otwartość na innowacje jako przejaw przedsiębiorczości ludzi młodych na przykładzie studentów uczelni krakowskich, *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 267–286.

- Plaźiak, M., Szymańska, A.I. (2015). Uwarunkowania działalności przedsiębiorców i rolników na placach targowych na przykładzie Nowej Huty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 203–217.
- Piróg, D. (2015). Kompetencje z zakresu przedsiębiorczości: rozważania teoretyczne i ich ilustracje w obszarze szkolnictwa wyższego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 364–376.
- Rachwał, T. (2005). Kształtowanie postaw u uczniów na lekcjach przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 137–144.
- Rachwał, T., Kurek, S., Boguś, M. (2016). Entrepreneurship Education at Secondary Level in Transition Economies: A Case of Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 61–81. DOI: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040105>
- Świłło, I. (2012). Jestem przedsiębiorczy – kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży z wykorzystaniem innowacyjnych technik i narzędzi. Prezentacja projektu. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 71–77.
- Osuch, W. (2011). Kompetencje w zakresie komunikacji interpersonalnej w dobie postępujących procesów globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 333–346.

Wioletta Kilar, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Geograf ekonomiczny, adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jej zainteresowania badawcze ukierunkowane są przede wszystkim na procesy kształtowania się i funkcjonowania ponadnarodowych korporacji, globalizacji, przemian struktur przestrzennych przemysłu oraz problematykę nauczania przedsiębiorczości i geografii w szkole.

Wioletta Kilar, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. An economic geographer. She is currently employed as an assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management in the Institute of Geography at the Pedagogical University of Cracow. Her research interests focus primarily on the processes of formation and operation of multinational corporations; globalization; transformation of spatial structures of industry; and issues of teaching entrepreneurship and geography in schools.

Sławomir Kurek, dr hab., profesor, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej. Geograf społeczno-ekonomiczny. Członek Komitetu Nauk Demograficznych PAN. Pełni m.in. funkcję zastępcy dyrektora Instytutu Geografii ds. Nauki i Współpracy Zagranicznej, kierownika studiów doktoranckich z geografii oraz redaktora naczelnego czasopisma „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica”. Jego zainteresowania badawcze skupiają się przede wszystkim na problematyce przemian struktur społeczno-demograficznych Polski i Europy, procesów suburbanizacji w obszarach metropolitalnych oraz edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Sławomir Kurek, PhD, associate professor at the Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Socio-Economic Geography. A socio-economic geographer. Member of the Committee on Demographic Studies of the Polish Academy of Sciences. He is, among other activities, the Deputy Head for Research and International Relations of Institute of Geography, Head of Doctoral Studies in geography at the Pedagogical University, and Editor in Chief of “Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica”. Research interests focus primarily on the issue of changes of the socio-demographic structures in Poland and Europe, suburbanisation processes in metropolitan areas, as well as entrepreneurship education.

Wiktor Osuch, dr hab., prof., Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Dydaktyki Geografii. Urodzony w Krakowie, absolwent kierunku geografia na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie, doktor habilitowany nauk społecznych. Jest pracownikiem naukowo-dydaktycznym w Zakładzie Dydaktyki Geografii, Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Prowadzi zajęcia dydaktyczne m.in. z dydaktyki geografii w gimnazjum i szkole ponadgimnazjalnej, komunikacji interpersonalnej. Jest opiekunem praktyk zawodowych studentów,

prowadzi praktyki wychowania, seminarium magisterskie. Jego zainteresowania naukowe w obrębie dydaktyki geografii obejmują: kształcenie nauczycieli, praktyki nauczania w szkole, profesjonalne kompetencje nauczycieli geografii, kompetencje kluczowe, metody kształcenia, programy nauczania i podręczniki.

Wiktor Osuch, associate professor at the Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Didactics of Geography. Born in Cracow and graduated from the Faculty of Geography at the Pedagogical University of Cracow, Associate Professor in the field of social sciences. He is a university lecturer employed in the Didactics of Geography Department, Institute of Geography at the Pedagogical University of Cracow. Teaching duties (courses taught): Geography education-Didactic geography in lower and upper secondary schools, Interpersonal communication, Student's teaching practice, Concepts of the education internships, Didactic geography seminar. Research interest in the field of didactic geography: teacher's education, teaching practice, geography teacher's professional competences, key competences, teaching methods, geography curriculum and school-books.

Agnieszka Świętek, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Dydaktyki Geografii. Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii, Absolwentka studiów z zakresu geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie w specjalności Przedsiębiorczość i gospodarka przestrzenna. Adiunkt w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jej zainteresowania badawcze skupiają się wokół dwóch tematów: problematyki edukacji z zakresu geografii i przedsiębiorczości, a w szczególności procesu zakładania własnej działalności gospodarczej, wchodzenia młodych ludzi na rynek pracy oraz poziomu życia Romów w Polsce.

Agnieszka Świętek, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Didactics of Geography. PhD in geography, graduated from the Pedagogical University in Cracow, MA degree in geography, specialization in entrepreneurship and spatial planning. Adjunct at the Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography. Her research interests focus on two different research themes: the education in the field of geography and entrepreneurship, in particular the process of starting up own business, young people entering into the labor market and the quality of life of the Roma in Poland.

Tomasz Rachwał, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Kierownik Zakładu Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, pełni m.in. funkcje: Sekretarza Naukowego Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, Zastępcy Redaktora Naczelnego czasopism: „Przedsiębiorczość – Edukacja”, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica” oraz członka redakcji „Entrepreneurial Business and Economics Review”. Jest autorem lub współautorem podręczników szkolnych i akademickich z zakresu geografii ekonomicznej i przedsiębiorczości. Jego zainteresowania badawcze skupiają się przede wszystkim na problematyce przemian struktur przestrzennych przemysłu, funkcjonowania różnych branż działalności gospodarczej, restrukturyzacji przedsiębiorstw oraz roli przedsiębiorczości w rozwoju układów przestrzennych, a także edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Tomasz Rachwał, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. Head of the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of Institute of Geography of the Pedagogical University of Cracow, a Scientific Secretary of the Industrial Geography Committee of the Polish Geographical Society, A Deputy Editor in Chief of the following journals: “Entrepreneurship – Education”, “Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society”, “Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica”, and a member of the editorial board of Entrepreneurial Business and Economics Review. The author or co-author of school and academic textbooks on economic geography and entrepreneurship. His research interests focus primarily on the issue of change of spatial structures of industry, the functioning

of various branches of industrial activity, corporate restructuring and the role of entrepreneurship in the development of spatial systems as well as entrepreneurship education.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii

Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej (W. Kilar, T. Rachwał)

Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej (S. Kurek)

Zakład Dydaktyki Geografii (W. Osuch, A. Świątek)

ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, Polska

e-mail: w.kilar@up.krakow.pl (W. Kilar), sgkurek@up.krakow.pl (S. Kurek), wiktos_0such@wp.pl (W. Osuch), swietekaga@wp.pl (A. Świątek), T.Rachwal@up.krakow.pl (T. Rachwał)

Publikacja powstała w ramach projektu „Reaching Lost Generation” (RLG), realizowanego przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej w ramach Programu „Erasmus+”.

Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko jej autorów i Komisja Europejska oraz Narodowa Agencja Programu Erasmus+ nie ponoszą odpowiedzialności za umieszczoną w niej zawartość merytoryczną.



Erasmus+



WIOLETA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, TOMASZ RACHWAŁ, MARCIN SEMCZUK, AGNIESZKA ŚWIĘTEK
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych z uwzględnieniem zasad ekorozwoju wśród uczniów z wykorzystaniem gry PowerPlayer wypracowanej w ramach projektu SUSEN

Development of Entrepreneurial Attitudes with Regard to the Principles of Sustainable Development Among Pupils Using the PowerPlayer Game Developed Within the Project SUSEN

Streszczenie: Przedsiębiorczość w europejskim systemie edukacji jest postrzegana jako kompetencja kluczowa, której kształtowanie wpływa także na rozwój innych ważnych kompetencji w procesie kształcenia przez całe życie. Dlatego cele kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, w szczególności w ramach edukacji szkolnej, są szerokie i nie odnoszą się tylko do wiedzy i umiejętności potrzebnych do założenia i prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Jednocześnie jednym z wielkich wyzwań cywilizacyjnych jest realizacja strategii zrównoważonego (ang. *sustainable*) rozwoju, a edukacja na rzecz zrównoważonego rozwoju jest jednym z głównych filarów tej strategii. Do tych szczególnych wyzwań edukacyjnych nawiązuje Europejski projekt SUSEN (ang. „Sustainable Entrepreneurship – A Game-Based Exploration for Lower Secondary Schools”, tj. „Zrównoważona przedsiębiorczość – odkrywanie idei z wykorzystaniem gry dla szkół gimnazjalnych”) realizowany przez konsorcjum składające się z partnerów z różnych krajów europejskich. Przedmiotem pracy są przesłanki realizacji, podstawowe cele i produkty finalne tego projektu, przydatne w edukacji w zakresie przedsiębiorczości i ekorozwoju. Podstawowym celem artykułu jest pokazanie możliwości i zalet zastosowania w praktyce edukacyjnej głównego produktu, którym jest gra dydaktyczna PowerPlayer, oraz ocena jego przydatności w świetle wstępnych wyników pilotażu prowadzonego w polskich szkołach. PowerPlayer to gra planszowa przeznaczona dla uczniów, głównie wieku w wieku 12–15 lat. Narzędzie to łączy w sobie cechy typowe dla gier strategicznych z elementami edukacyjnymi. Gra ma na celu wprowadzenie koncepcji „zrównoważonej” przedsiębiorczości w atrakcyjnej formie dla uczniów ostatniej klasy szkół podstawowych i szkół gimnazjalnych, którzy w jej trakcie podejmują decyzje biznesowe w zakresie wykorzystania źródeł energii. Gra łączy zatem tradycyjne poznawanie treści na lekcji z praktycznymi ćwiczeniami, dzięki czemu uczenie się staje się bardziej efektywne. W ramach pakietu dostarczane są także ciekawe studia przypadkowe z życia gospodarczego, pokazujące, jak firmy wiążą w praktyce myślenie biznesowe (nakierowane na efektywność ekonomiczną) z dbałością o środowisko w zakresie wykorzystania źródeł energii. Wstępne wyniki pilotażowe badań w Polsce wskazują na atrakcyjność gry i jej przydatność w praktyce szkolnej.

Abstract: Entrepreneurship in the European education system is treated as a key competence, which also influences the development of other key competences for lifelong learning. Therefore, the objectives

of entrepreneurship education, especially in the context of school education, are broad and do not refer only to the knowledge and skills needed to set up and conduct own business. At the same time, one of the great challenges of civilization is the implementation of strategies for sustainable development, which is why education for sustainable development is one of the main pillars of this strategy. For these particular educational challenges the European project SUSEN ("Sustainable Entrepreneurship – A Game-Based Exploration for Lower Secondary Schools"), was established and implemented by a consortium of partners from different European countries. The subject of the paper is the rationale, the basic objectives and the final products of this project, useful in entrepreneurship education and sustainability. The main aim of this article is to show the possibility and advantages of applying in practice the educational main product, which is a learning game Power Player and assess its suitability in the light of the preliminary results of the pilot project conducted in Polish schools. This is a board game for students, mostly aged between 12–15 years. This tool combines the features of a typical strategy game with elements of education. The game aims to introduce the concept of sustainable business in an attractive form for pupils of the final class of primary and lower-secondary schools (gymnasium), by making business decisions in the use of energy sources. The game thus combines traditional learning content for lessons with practical exercises, so that learning becomes more effective. The project is also supplied with the interesting case studies of economic life, showing in practice how companies combine business thinking (focused on economic efficiency) with care for the environment in the use of energy sources. Preliminary results of pilot studies in Poland indicate its attractiveness and usefulness in school practice.

Słowa kluczowe: edukacja w zakresie przedsiębiorczości; ekorozwój; gimnazjum; gra edukacyjna; rozwój zrównoważony; szkoła podstawowa; źródła energii

Key words: eco-development; educational game; energy sources; entrepreneurship education; primary school; secondary school; sustainable development

Otrzymano: 21 grudnia 2015

Received: 21 December 2015

Zaakceptowano: 31 maja 2016

Accepted: 31 May 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Kilar, W., Kurek, S., Rachwał, T., Semczuk M., Świętek A. (2016). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych z uwzględnieniem zasad ekorozwoju wśród uczniów z wykorzystaniem gry PowerPlayer wypracowanej w ramach projektu SUSEN. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 444–456.

Wstęp

Dynamicznie zmieniające się uwarunkowania rozwoju społeczno-gospodarczego sprawiają, że niezwykle ważna jest znajomość zasad funkcjonowania przedsiębiorstw oraz procesów gospodarczych dokonujących się w ich otoczeniu. Dużą rolę w tym zakresie odgrywa odpowiednie przygotowanie społeczeństwa do funkcjonowania w coraz bardziej złożonych systemach społecznych, gospodarczych i kulturowych w toku edukacji szkolnej i procesu kształcenia przez całe życie (por. Ziolo, 2012). Szczególną funkcję pełni tu edukacja ekonomiczna, zwłaszcza lekcje z zakresu przedsiębiorczości, które powinny starannie przygotować ucznia do radzenia sobie w codziennych i nadzwyczajnych, łatwych i trudnych sytuacjach, z którymi zetknie się w toku dalszej edukacji i w życiu zawodowym. Zwrócił na to uwagę K. Wach (2013), stwierdzając, iż celem edukacji dla przedsiębiorczości, obejmującej przekazywanie wiedzy, nabywanie umiejętności oraz kształtowanie postaw, jest krzewienie przedsiębiorczości w życiu osobistym, społecznym i zawodowym uczniów, w efekcie czego kształtują oni swoją

przedsiębiorczość osobowościową, przejawiającą się w proaktywności i innowacyjności, gotowości na zmiany oraz działaniu, czyli aktywnej inicjatywności. Sprzyjać temu powinni kompetentni i dobrze przygotowani nauczyciele, będący wzorem dla uczniów, którzy inspirują do uczenia się (por. Żur, 2014) i kształtują postawy przedsiębiorcze zarówno przez zajęcia lekcyjne prowadzone w ciekawy sposób, jak i przez aktywną postawę wobec otaczającego ich świata. Kluczową sprawą jest tutaj zastosowanie odpowiednich metod dydaktycznych, wśród których ważną rolę odgrywają metody aktywizujące, w tym wykorzystujące gry edukacyjne i studia przykładowe.

Do tych szczególnych wyzwań edukacyjnych nawiązuje europejski projekt SUSEN (ang. „Sustainable Entrepreneurship – A Game-Based Exploration for Lower Secondary Schools”, tj. „Zrównoważona przedsiębiorczość – odkrywanie idei z wykorzystaniem gry dla szkół gimnazjalnych”) realizowany przez konsorcjum składające się z partnerów z krajów europejskich: Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie – Instytut Geografii, Zakłady: Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Geografii Społeczno-Ekonomicznej, Dydaktyki Geografii (Polska); Uniwersytet Koblenz-Landau (Niemcy) – lider projektu, Environmental Academy, a od 2017 r. University College of London (Wielka Brytania), CVO Antwerpen (Belgia), Uniwersytet Pedagogiczny w Freiburgu (Niemcy) oraz Associazione Seed (Szwajcaria). Przedmiotem pracy są przesłanki realizacji, podstawowe cele i produkty finalne tego projektu, przydatne w edukacji w zakresie przedsiębiorczości i ekorozwoju. Podstawowym celem artykułu jest pokazanie możliwości i zalet zastosowania w praktyce edukacyjnej głównego produktu, którym jest gra dydaktyczna PowerPlayer, zakładanych efektów kształcenia oraz ocena jego przydatności w świetle wstępnych wyników pilotażu prowadzonego w polskich szkołach. W artykule zmierzać będzie się także do przedstawienia zalet zastosowania gier dydaktycznych na podstawie literatury przedmiotu oraz możliwości integracji gry z poszczególnymi przedmiotami szkolnymi na podstawie wyników analizy zapisów podstawy programowej kształcenia ogólnego. PowerPlayer jest grą planszową przeznaczoną dla uczniów na II i III etapie edukacyjnym, głównie w wieku 12–15 lat (ze względu na różnice w systemach edukacyjnych poszczególnych krajów przyjęto, że w Polsce grupą docelową będą uczniowie 6 klasy szkoły podstawowej oraz uczniowie wszystkich klas gimnazjum). W artykule dokonano charakterystyki gry, przedstawiono zakładane cele dydaktyczne (efekty kształcenia) i możliwości realizacji w ramach poszczególnych zajęć, a także wstępne wyniki pilotażowe testów przeprowadzonych w 4 polskich szkołach¹, które miały na celu zbadanie atrakcyjności gry i jej przydatność w praktyce szkolnej. Gra była przedmiotem pilotażu w następujących szkołach: KOSTKA Publiczne Gimnazjum Jezuitów im. Św. Stanisława Kostki w Krakowie; Zespół Szkół Ogólnokształcących Integracyjnych Nr 6 w Krakowie – Szkoła Podstawowa nr 98 – oraz Gimnazjum nr 74; Szkoła Podstawowa nr 16 im. W. Broniewskiego w Rzeszowie. W sumie pilotażem objęto 4 nauczycieli tych szkół i 76 uczniów.

Rola gier dydaktycznych i studium przypadku w edukacji w zakresie przedsiębiorczości

Jedną z metod wykorzystywanych w skutecznym i atrakcyjnym kształceniu są gry dydaktyczne różnego typu. Wspomagają one proces kształcenia przedsiębiorczości, gdyż zmuszają

¹ Zgodnie z założeniami projektu, partnerzy z czterech krajów (Polska, Belgia, Niemcy, Wielka Brytania) mają przetestować grę w co najmniej trzech szkołach. W okresie przygotowywania ostatecznej wersji publikacji pilotaż gry był zakończony w Polsce, dlatego można przedstawić pierwsze wnioski.

ucznia do myślenia i zdobywania wiedzy ekonomicznej. Gry edukacyjne zwykle są oparte na modelach prawdziwych sytuacji ekonomicznych, dlatego wyzwania, przed którymi zostaje postawiony uczeń, są realne i niekiedy dość trudne (Szmulczyńska, 2007).

Ponadto należy zwrócić uwagę, że zgodnie z doświadczeniem nauczycieli i wynikami badań naukowych, problemem w edukacji jest nie tylko zawartość nauczanych treści, ale również wykorzystywanie bardziej efektywnych metod nauczania (por. Tracz, Rachwał, 2008). Niezwykle skutecznym narzędziem w tym zakresie są właśnie gry, gdyż prócz omówionych cech, pozwalają na połączenie nauki i zabawy, zwiększają zaangażowanie uczniów bądź studentów w naukę i pozwalają na eksperymentowanie z różnymi aspektami nauczania. Gra w nauczaniu przedsiębiorczości zmusza uczestników do podejmowania sekwencyjnych decyzji w kolejnych rundach oraz pozwala metodą prób i błędów dokonać grającym głębszej refleksji nad problemami pojawiającymi się np. podczas zarządzania przedsiębiorstwem. Ta forma nauczania nie tylko dostarcza uczniom wiedzy, ale również rozwija ich umiejętności, takie jak zdolność do pracy zespołowej, umiejętność podejmowania decyzji czy zdolności analityczne (Gawel, Pietrzykowski, 2014; Gawel, 2014). M. i P. Bołtuć (2004) podkreślają natomiast trzy podstawowe funkcje gier w edukacji:

1. gry motywują użytkownika, stanowiąc atrakcyjne tło psychologiczne nauczania. Jest to szczególnie pomocne młodym ludziom, którzy bardziej identyfikują się emocjonalnie z grami niż z tradycyjnym procesem edukacji;
2. gry symulują realne sytuacje – mogą imitować doświadczenie i dostarczać wielu umiejętności w kontekście praktycznym, nawet jeśli stworzenie takiego kontekstu w rzeczywistości byłoby niebezpieczne lub skomplikowane;
3. gry ułatwiają zoperacjonalizowanie pewnych struktur teoretycznych, przykładowo matematycznych algorytmów, dzięki intuicyjnym środkom strategii pochodzącej z gier.

Autorzy ci podkreślają także, że gracz ma możliwość bardziej aktywnego uczestnictwa w procesie edukacyjnym niż osoba ucząca się w systemie tradycyjnym (Bołtuć, M., Bołtuć P., 2004). Inni autorzy (np. Bernatowicz, Rataj, 2015; Markowski, Pietralczyk, 2013; Pivec, Dziabenko, 2004; Rzepka, 2014) również wskazują na wybranych przykładach korzyści z wykorzystania gier w procesie edukacji ekonomicznej. J. Cewińska i A. Krasnova (2014) zwracają jednak uwagę, że choć obecnie podkreśla się znaczenie gier jako alternatywy dla tradycyjnych metod kształcenia, to ich wykorzystanie w procesie edukacji niesie pewne ograniczenia lub nawet zagrożenia. Warto to mieć na uwadze i nie traktować gier jako jedynej, czy nawet wiodącej metody (techniki) nauczania.

Inną ważną w kształceniu przedsiębiorczości metodą jest studium przypadku (przykładowe; ang. *case study*), gdyż jak wskazują badania, jest najskuteczniejszą metodą dydaktyczną przygotowującą do przyszłej kariery i rozwijającą praktyczne umiejętności przydatne w dzisiejszym otoczeniu. Dzieje się tak ze względu na to, że analiza przypadku umożliwia uczniom przyjrzenie się sytuacjom biznesowym z różnych perspektyw kulturowych i ekonomicznych, otwierając ich umysły przez oferowanie możliwości rozwiązywania problemów opartych na rzeczywistych sytuacjach biznesowych.

Studium przypadku jest używane podczas kształcenia w zakresie przedsiębiorczości podczas:

- odnoszenia teorii do praktyki,
- rozwijania umiejętności analizowania sytuacji,
- oceniania alternatywnych rozwiązań pod względem ilościowym i jakościowym,
- wykorzystywania intuicji przy podejmowaniu decyzji,

- rozwijania krytycznego myślenia,
- myślenia dzięki zadawaniu rozważnych pytań,
- uczenia się, jak czerpać wiedzę z własnych doświadczeń,
- rozwijania analizy i syntezy,
- konfrontowania się z zawiłościami konkretnych sytuacji,
- rozwijania umiejętności podejmowania decyzji,
- nabywania umiejętności pozwalających na radzenie sobie w zmieniającym się otoczeniu,
- rozwijania samoanalizy, postaw, pewności siebie i odpowiedzialności,
- rozwijania umiejętności interpersonalnych, komunikacyjnych i umiejętności słuchania,
- rozwijania rozwagi i mądrości przez atrakcyjne formy nauczania,
- przekonującego komunikowania się,
- przekonywania za pomocą argumentacji,
- wyciągania wniosków (Škudienė, 2012).

Charakterystyka gry PowerPlayer jak głównego produktu projektu SUSEN

Omawiana w niniejszym artykule gra PowerPlayer łączy w sobie cechy typowe dla gier strategicznych z elementami edukacyjnymi i ma na celu wprowadzenie koncepcji „zrównoważonej” przedsiębiorczości w atrakcyjnej dla uczniów formie, przez umożliwienie im podejmowania decyzji biznesowych w zakresie wykorzystania źródeł energii zarówno odnawialnych, jak i nieodnawialnych. Gra łączy zatem tradycyjne poznawanie treści na lekcji z praktycznymi ćwiczeniami, dzięki czemu uczenie się staje się bardziej efektywne. W ramach pakietu opracowywane są także studia przykładowe z życia gospodarczego, pokazujące, jak firmy wiążą w praktyce myślenie biznesowe (nakierowane na efektywność ekonomiczną) z dbałością o środowisko w zakresie wykorzystania źródeł energii. Jest to szczególnie ważne w warunkach polskich, gdzie – jak zauważyli A. Bokwa, P. Jezioro i S. Wypych (2005) – świadomość ekologiczna większości polskiego społeczeństwa jest niewystarczająca, a przyczyn tego stanu rzeczy można się doszukiwać w trudnej sytuacji materialnej wielu rodzin i mentalności odziedziczonej po okresie gospodarki planowej.

Gra może być przydatnym środkiem dydaktycznym dla nauczycieli kilku przedmiotów szkolnych na II i III etapie edukacyjnym. Prowadzenie lekcji szkolnej z wykorzystaniem tego narzędzia odbywa się aktywizującą techniką kształcenia, którą jest gra dydaktyczna. W dydaktyce ogólnej mianem gry dydaktycznej nazywana jest technika pracy w procesie nauczania – uczenia się, w której uczniowie, pracując aktywnie, wykonują kolejno wyznaczone zadania według jasno określonych zasad, dla osiągnięcia zamierzonego celu, a wykonywaniu owych zadań towarzyszą element rywalizacji oraz zaangażowanie emocjonalne uczniów.

Gra PowerPlayer sprzyja łącznej realizacji (scalaniu treściowemu) dwóch ważnych celów kształcenia, którymi są kształtowanie umiejętności i postaw przedsiębiorczych z przekazywaniem treści kształcenia związanych z zagadnieniami ekorozwoju (w tym wykorzystania źródeł energii). Połączenie to może pomagać w kształtowaniu prawidłowych postaw uczniów wobec tych ważnych i jednocześnie skomplikowanych dla nich zagadnień. Scalanie treściowe wskazanych zagadnień utwierdzać będzie uczniów w przekonaniu o konieczności wieloaspektowej analizy zjawisk i będzie uczyć ich spoglądania na trudne zagadnienia z różnych punktów widzenia. Wynika to z faktu, że szczególny nacisk położony jest na problematykę kosztów (a więc w konsekwencji efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa) i skutków społecznych

oraz środowiskowych wykorzystania poszczególnych odnawialnych i nieodnawialnych źródeł. Pomagać będzie wreszcie w budowaniu holistycznej (złożonej, całościowej i spójnej) wizji świata, którą zaburza sztuczny szkolny podział treści pomiędzy przedmioty szkolne.

Pakiet gry oprócz planszy, kart i instrukcji w pudełku obejmuje także wsparcie dla nauczycieli (przewodnik dla nauczyciela, ulotka informacyjna „szybkiego startu”, arkusz kalkulacyjny do obliczania wyników poszczególnych grup; studia przypadku, materiały dodatkowe, jak prezentacja multimedialna wprowadzająca w grę) oraz narzędzia wsparcia on-line, m.in. do obliczania wyników poszczególnych rund przez uczniów (także do użytku na tabletach czy smartfonach). W ramach projektu wypracowane zostały także wskazówki do tzw. *service learning*, których celem jest zaangażowanie uczniów w rozwiązywanie problemów lokalnych społeczności, np. w zakresie oszczędności zużycia energii przez podejmowanie odpowiednich działań itp.

Gra PowerPlayer jest w końcowej fazie przygotowania do udostępnienia, opracowano jej wersję finalną na podstawie przygotowanej wcześniej wersji demonstracyjnej dla celów pilotażowych. Od grudnia 2015 do lutego 2016 r. gra została przetestowana przez nauczycieli w szkołach w całej Europie. Na podstawie ich doświadczenia została opracowana ostateczna wersja gry, która w wersji elektronicznej (do wydruku) dostępna będzie bezpłatnie pod koniec 2016 r. W ramach projektu przeprowadzono także przeszkolenie nauczycieli i studentów studiów nauczycielskich z zakresu jej wykorzystania. Osoby te egzemplarze gry otrzymały w postaci wydrukowanej. Została ona jednak tak zaprojektowana, aby każdy nauczyciel czy trener, który chce z niej skorzystać, mógł ją samodzielnie wydrukować i przygotować do wykorzystania bez specjalistycznych urządzeń, a z wielu elementów wsparcia korzystać w wersji elektronicznej, bez konieczności druku. Powinno to wpłynąć na zwiększenie jej dostępności i szersze wykorzystanie w szkołach.

Wykorzystanie gry PowerPlayer do osiągania celów kształcenia na II i III etapie edukacyjnym

Gra PowerPlayer służy realizacji ważnych celów kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i postaw. W tabeli 1 zestawiono kilka najważniejszych efektów kształcenia, które można osiągnąć z wykorzystaniem niniejszej gry.

Gra PowerPlayer znajduje swoje praktyczne zastosowanie w polskiej szkole, głównie na poziomie edukacyjnym ostatniej klasy szkoły podstawowej i w gimnazjum. Służyć może jako narzędzie do realizacji celów kształcenia (treści szczegółowych) zawartych w *Podstawie programowej kształcenia ogólnego dla II i III etapu edukacyjnego (Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej..., 2009)*. W szkole podstawowej grę można wykorzystać do realizacji wybranych treści kształcenia przedmiotu przyroda. W gimnazjum natomiast zagadnienia związane z tematyką gry (przedsiębiorczością, zrównoważonym rozwojem, odnawialnymi źródłami energii) pojawiają się na lekcjach geografii², biologii i – najliczniej – wiedzy o społeczeństwie (por. analiza podstawy programowej w pracy Rachwał, Kurek, Boguś, 2016). Wykorzystanie gry w gimnazjum umożliwia łączną realizację zagadnień rozproszonych treściowo na różnych przedmiotach szkolnych. Zdaniem autorów, najefektywniejsze byłoby wykorzystanie gry wspólnie, przez kilku nauczycieli przedmiotowych, np. w ramach warsztatów lub pracy

² Szerzej o związkach programów nauczania przedsiębiorczości i geografii w pracy M. Borowiec i T. Rachwała (2011).

projektowej (obowiązkowej w gimnazjum). W tabeli 2 zestawiono treści kształcenia konieczne do realizacji w obowiązującej *Podstawie programowej kształcenia ogólnego*, które z powodzeniem zrealizować można, wykorzystując prezentowaną grę.

Tab. 1. Efekty kształcenia możliwe do osiągnięcia z wykorzystaniem gry PowerPlayer

Wiedza	Umiejętności	Postawy
<ul style="list-style-type: none"> – Uczeń zna źródła energii i ich podział na odnawialne i nieodnawialne. – Uczeń wie, jaki wpływ na środowisko przyrodnicze ma korzystanie z poszczególnych źródeł energii. – Uczeń zna negatywne skutki korzystania z energii nieodnawialnej. – Uczeń wie, że energia z nieodnawialnych źródeł jest tańsza od energii ze źródeł odnawialnych. 	<ul style="list-style-type: none"> – Uczeń rozwija umiejętność myślenia systemowego. – Uczeń potrafi podejmować przemyślane decyzje i ponosić ich konsekwencje. – Uczeń potrafi planować wydatki, biorąc pod uwagę potrzeby i możliwości finansowe. – Uczeń potrafi szybko wykonywać proste obliczenia matematyczne. – Uczeń podnosi swe umiejętności pracy w grupie, przyjmując rolę lidera lub wykonawcy zadań. 	<ul style="list-style-type: none"> – Uczeń ma świadomość wpływu swojego działania na stan środowiska. – Uczeń wie, że obowiązujące normy społeczne mają wpływ na zrównoważony rozwój i ochronę środowiska. – Uczeń wie, że interesy ekonomiczne często stoją w sprzeczności z zasadami zrównoważonego rozwoju. – Uczeń jest przekonany, że obok zysku, w działalności przedsiębiorstwa równie ważny jest jego sukces pozaekonomiczny: dobry wizerunek, szacunek i zaufanie pracowników, poszanowanie przyrody.

Źródło: opracowanie własne

Tab. 2. Wybrane cele kształcenia (treści szczegółowe) na II i III etapie edukacyjnym możliwe do realizacji przy użyciu gry PowerPlayer

II etap edukacyjny: szkoła podstawowa, klasy IV–VI Przedmiot: PRZYRODA
5. Człowiek a środowisko. Uczeń: 2) wyjaśnia wpływ codziennych zachowań w domu, w szkole, w miejscu zabawy na stan środowiska; 3) proponuje działania sprzyjające środowisku przyrodniczemu; 4) podaje przykłady miejsc w najbliższym otoczeniu, w których zaszyły korzystne i niekorzystne zmiany pod wpływem działalności człowieka. 10. Zjawiska elektryczne i magnetyczne w przyrodzie. Uczeń: 3) wymienia źródła prądu elektrycznego i dobiera je do odbiorników, uwzględniając napięcie elektryczne; 6) uzasadnia potrzebę i podaje sposoby oszczędzania energii elektrycznej.
III etap edukacyjny: gimnazjum Przedmiot: WIEDZA O SPOŁECZEŃSTWIE
1. Podstawowe umiejętności życia w grupie. Uczeń: 1) omawia i stosuje zasady komunikowania się i współpracy w grupie (np. bierze udział w dyskusji, zebraniu, wspólnym działaniu); 2) wymienia i stosuje podstawowe sposoby podejmowania wspólnych decyzji; 3) przedstawia i stosuje podstawowe sposoby rozwiązywania konfliktów w grupie i między grupami;

23. Problemy współczesnego świata. Uczeń: 4) rozważa, jak jego zachowania mogą wpływać na życie innych ludzi na świecie (np. oszczędzanie wody i energii, przemyślane zakupy);
24. Praca i przedsiębiorczość. Uczeń: 1) wyjaśnia na przykładach z życia własnej rodziny, miejscowości i całego kraju, w jaki sposób praca i przedsiębiorczość pomagają w zaspokajaniu potrzeb ekonomicznych; 2) przedstawia cechy i umiejętności człowieka przedsiębiorczego; bierze udział w przedsięwzięciach społecznych, które pozwalają je rozwinąć; 3) stosuje w praktyce podstawowe zasady organizacji pracy (ustalenie celu, planowanie, podział zadań, harmonogram, ocena efektów).
25. Gospodarka rynkowa. Uczeń: 2) podaje przykłady racjonalnego i nieracjonalnego gospodarowania; stosuje zasady racjonalnego gospodarowania w odniesieniu do własnych zasobów (np. czasu, pieniędzy); 3) charakteryzuje gospodarkę rynkową (prywatna własność, swoboda gospodarowania, konkurencja, dążenie do zysku, przedsiębiorczość);
26. Gospodarstwo domowe. Uczeń: 3) przygotowuje budżet konkretnego przedsięwzięcia z życia ucznia, klasy, szkoły; rozważa wydatki i źródła ich finansowania;
31. Etyka w życiu gospodarczym. Uczeń: 1) przedstawia zasady etyczne, którymi powinni się kierować pracownicy i pracodawcy; wyjaśnia, na czym polega społeczna odpowiedzialność biznesu.
III etap edukacyjny: gimnazjum przedmiot: GEOGRAFIA
4. Położenie i środowisko przyrodnicze Polski. Uczeń: 5) Wymienia główne rodzaje zasobów naturalnych Polski i własnego regionu: lasów, wód, gleb, surowców mineralnych; korzystając z mapy opisuje ich rozmieszczenie i określa znaczenie gospodarcze.
III etap edukacyjny: gimnazjum Przedmiot: BIOLOGIA
10. Globalne i lokalne problemy środowiska. Uczeń: 3. Proponuje działania ograniczające zużycie wody i energii elektrycznej oraz wytwarzanie odpadów w gospodarstwach domowych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Podstawy programowej kształcenia ogólnego (Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej... 2009)*

Podstawowe założenia scenariusza gry PowerPlayer

Podstawowym celem graczy jest zapewnienie firmie określonej ilości energii przy jednoczesnym uwzględnieniu ograniczeń budżetowych oraz założeń czy zadań wyznaczonych w ramach poszczególnych rund (wytyczne zależne od profilu firmy). Materiały do gry to: karty profili firm, karty rund i karty specjalne ekoakcji.

Gra trwa 4 rundy, każda wg struktury: otwarcie (5 min), poszukiwanie rozwiązania (20 min), zliczenie punktów, określenie zwycięzcy rundy – podsumowanie (łącznie ok. 1 godziny lekcyjnej na rundę, bez szerszego wprowadzenia w problematykę).

Grupy, składające się z od 3 do 6 uczniów, reprezentują firmy odzieżowe, zlokalizowane w fikcyjnym regionie WattLand, w którym dostępne są dla nich wszystkie podstawowe źródła energii, zarówno odnawialne (energia wiatru, wodna, słoneczna, biomasy), jak i nieodnawialne (węgiel, gaz, ropa, energia atomowa). Firmy (łącznie 5) zróżnicowane są ze względu na profil działalności. Każda runda to nowe wyzwania dla firm. W trakcie gry wykorzystuje się tablicę gry do podejmowania decyzji biznesowych, karty rund, karty specjalnych ekoakcji (w 3 i 4 rundzie), arkusze wyników oraz telefon, tablet lub komputer do wykorzystania pomocnika on-line, dzięki któremu uczniowie mogą samodzielnie podliczyć wyniki poszczególnych rund dla swojej grupy. Dzięki specjalnemu arkuszowi kalkulacyjnemu nie ma jednak konieczności jego stosowania – nauczyciel może sam wyliczyć wyniki dla poszczególnych grup. Zasadniczym celem gry jest podejmowanie decyzji biznesowych o zakupie energii z różnych

źródeł (realizacja celu zakupowego przy określonych, ograniczonych środkach finansowych, zapisanego na karcie danej rundy) przy uwzględnieniu efektów środowiskowych oraz wpływu tych decyzji na reputację firmy i zadowolenie pracowników. Ocena punktowa jest więc wypadkową nie tylko kosztów zakupu, ale także pozostałych 3 parametrów, tj. wyników w zakresie wpływu na środowisko, reputację i zadowolenie. W 3 i 4 rundzie uczniowie mogą użyć kart specjalnych, podejmując tzw. ekoakcje, np. polegające na inwestycji w bardziej energooszczędne urządzenia. Zwycięzcą gry zostaje grupa, która zgromadziła najwięcej punktów, obliczanych po każdej rundzie, w zależności od wyników podejmowanych decyzji zakupowych oraz premii za określone osiągnięcia i działania specjalne.

Opinie nauczycieli i uczniów testujących pilotażowo grę

Choć proces wdrożenia testowego gry rozpoczął się pod koniec 2015 r. i zakończył we wszystkich krajach w I kwartale 2016 r., to na podstawie wyników badań opinii nauczycieli ze szkół polskich³ można przyjąć, że gra jest ciekawa i stosunkowo atrakcyjna dla uczniów, aczkolwiek należy podkreślić, że uczniowie młodszy, z ostatniej klasy szkoły podstawowej, zainteresowani byli głównie zdobyciem jak największej liczby punktów (traktując grę głównie jako pewną rywalizację), aspekty merytoryczne odnoszące się do zachowań przedsiębiorczych i spraw związanych z ekorozwojem mniej ich interesowały, natomiast uczniowie gimnazjum byli bardziej zainteresowani merytoryczną stroną gry. Dla uczniów szkoły podstawowej gra była bardziej skomplikowana, ale nie stanowiło to bariery w jej użyciu na lekcjach. Nauczyciele zwracali też uwagę na pewne techniczne problemy z użyciem arkusza kalkulacyjnego do obliczeń punktów i kalkulatora wyników on-line oraz postulowali przygotowanie bardziej dogłębnego wyjaśnienia mechanizmu liczenia punktów. Uwagi te zostały uwzględnione w finalnej wersji gry. Natomiast uczniowie pytani o plusy i minusy gry wskazali przede wszystkim na fakt, że podobała się im oprawa graficzna gry (głównie planszy oraz wykorzystywanych w grze fasolek). Zwrócili również uwagę, że gra sprzyja rozwijaniu umiejętności logicznego myślenia/planowania oraz dysponowania funduszami, uczy ich pracy w grupach i rozwija umiejętności rachunkowe dzięki częstym obliczeniom matematycznym. Część uczniów uważała, że powinno być więcej rund gry oraz więcej możliwości inwestowania (tj. użycia tzw. ekoakcji). Zastrzeżenia wzbudzał niejasny dla nich do końca sposób obliczania punktów na koniec rundy. Sprawa ta była przedmiotem dalszych prac i dyskusji w zespole projektowym, gdyż pokazanie precyzyjnego algorytmu obliczeń uczniom może spowodować, że nie będą oni prowadzić merytorycznych dyskusji nad decyzjami biznesowymi w zakresie zakupu energii, a jedynie skupiać się na takim doborze struktury zakupów, żeby podstawiając do wzoru, uzyskać jak najlepszy efekt punktowy. W efekcie dyskusji uznano, że takie szczegółowe wyjaśnienia powinien znać tylko nauczyciel (zostało to przekazane w podręczniku nauczyciela) i to on, znając lepiej swoją grupę uczniów, powinien decydować, w jakiej szczegółowości przekazać im informacje nt. algorytmu obliczania punktów. Za ważny element gry uznano możliwość prowadzenia dyskusji w klasie nad podejmowanymi decyzjami i ich skutkami, zarówno dla wyniku punktowego, jak i skutkami dla firmy, społeczności (interesariuszy firmy) i środowiska przyrodniczego, gdyby takie decyzje były podejmowane realnie w rzeczywistości gospodarczej, a nie symulowane w grze. Badania

³ W trakcie przygotowywania ostatecznej wersji artykułu do druku wyniki badań w innych krajach były jeszcze opracowywane.

ankietowe wśród uczniów wskazały także na pozytywny wpływ gry na wzrost wiedzy i umiejętności w zakresie problematyki przedsiębiorczości oraz wykorzystania różnych źródeł energii.

Z finalną wersją gry i możliwością jej zastosowania w praktyce szkolnej wraz z pakietem materiałów dodatkowych mogli się zapoznać także nauczyciele oraz studenci studiów nauczycielskich w ramach specjalnych warsztatów szkoleniowych. Dokonali oni oceny gry (na ankiety prowadzone w systemie elektronicznym odpowiedziały 23 osoby z 53 uczestniczących w szkoleniu, w tym 10 studentów i 13 nauczycieli. Na pytanie o to, czy gra podniesie znajomość problematyki zrównoważonego podejścia do zużycia energii, ponad 90% respondentów odpowiedziało pozytywnie, tj. że zgadzają się z tym stanowiskiem. Podobnie 100% respondentów zgodziło się ze stwierdzeniem, że gra wpłynie na podniesienie poziomu myślenia przedsiębiorczego uczniów, a także, że gra jest atrakcyjna i motywująca dla uczniów. W nieco mniejszym stopniu (ok. 75% nauczycieli i 90% studentów) respondenci zgadzają się ze stwierdzeniem zawartym w ankiecie, że gra wpłynie na większą chęć zaangażowania społecznego uczniów. Wynikać to może jednak z faktu, że respondenci nie mogli w praktyce zastosować w szkole propozycji w zakresie zadań dodatkowych, związanych z pracą na rzecz społeczności. Wszyscy lub niemal wszyscy respondenci zgodzili się ze stwierdzeniami, że projekt gry jest atrakcyjny dla uczniów, pakiet dla nauczyciela jest dobrze opracowany do wsparcia go w użyciu gry w klasie, a także, iż zamierzają w przyszłości wykorzystywać grę w praktyce szkolnej, gdyż uważają użycie gier za bardziej efektywne w osiąganiu celów kształcenia.

Zakończenie

Wykorzystanie gry i związanego z nią pakietu materiałów dydaktycznych pozwala na uatrakcyjnienie nauczania oraz powiązanie kształtowania postaw przedsiębiorczych z postawami proekologicznymi, co w dobie współczesnych wyzwań cywilizacyjnych jest bardzo istotne. Pakiet stanowi wsparcie nauczycieli w przekazywaniu wiedzy i kształceniu umiejętności z zakresu przedsiębiorczości oraz zasad ekorozwoju w przystępny i atrakcyjny sposób. Dzięki temu zwiększa się stopień wykorzystania aktywizujących metod kształcenia.

Jak wskazują wyniki analizy podstawy programowej, gra daje możliwość łączenia treści kształcenia z różnych przedmiotów (w gimnazjum: głównie WOS, geografia, biologia), a przez to nawiązania współpracy przez nauczycieli oraz przyczynia się do kompleksowego rozumienia zjawisk przez uczniów. W szkole podstawowej oprócz przedmiotu przyroda istnieje możliwość jej wykorzystania także na lekcjach wychowawczych oraz różnego typu kółkach zainteresowań.

Dzięki wykorzystaniu gry następuje przeniesienie nacisku w ramach kształcenia z nauczania na proces uczenia się – samodzielnego dochodzenia przez uczniów do wiedzy i umiejętności oraz kształtuje się umiejętność podejmowania decyzji i rozumienia ich skutków ekonomicznych (dla firmy), a także społecznych (dla pracowników, otoczenia, w tym środowiska przyrodniczego). Wydaje się więc, że przedstawiona propozycja może przyczynić się do podniesienia efektywności i jakości edukacji w zakresie przedsiębiorczości, przygotowując uczniów do zakładania i prowadzenia własnych firm bądź pracy w innych przedsiębiorstwach czy instytucjach w respekcie dla zasad ekorozwoju. Wskazują na to wyniki badań uczniów uczestniczących w pilotażu gry oraz nauczycieli, zarówno testujących grę, jak i poznających ją na warsztatach, a także studentów studiów nauczycielskich.

Literatura

References

- Bernatowicz, A., Rataj, Z. (2015). Wsparcie procesu dydaktycznego grami planszowymi na przykładzie gry „Społeczność w działaniu”. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 3(5), 104–119.
- Bokwa, A., Jezioro, P., Wypych, S. (2005). Sustainable Development, Ecological Awareness and Geographical Education, *Prace Geograficzne/Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego*, 115, 59–66.
- Bołtuć, M., Bołtuć P. (2004). Inne spojrzenie na nauczanie w oparciu o gry. *e-mentor*, 2(4). Pozyskano z: <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/4/id/43>
- Borowiec, M., Rachwał, T. (2011). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych na lekcjach geografii wyzaniem edukacyjnym w procesach globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 321–332.
- Cewińska, J., Krasnova, A. (2014). Grywalizacja w rozwoju i edukacji – szanse i zagrożenia. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 350, 73–81.
- Gawel, A., Pietrzykowski M., (2014). *The Strategic Management Virtual Game Method in Business Education*, Wydawnictwo IUSatTAX, Warszawa.
- Gawel, A. (2014). Gry strategiczne w edukacji przedsiębiorczej. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 303–325.
- Markowski, A., Pietralczyk, Ł. (2013). Gry ekonomiczne i ich wykorzystanie – wybrane przykłady. *Prace Naukowe Młodych Ekonomistów Wyższej Szkoły Bankowej w Gdańsku*, 2, 139–148.
- Pivec, M., Dziabenko, O. (2004). Model gry edukacyjnej dla potrzeb kształcenia online grup studenckich. *e-mentor*, 2(4). Pozyskano z: <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/4/id/42>
- Rachwał, T., Kurek, S., Boguś, M. (2016). Entrepreneurship Education at Secondary Level in Transition Economies: A Case of Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 61–81. DOI: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040105>
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół, Dz.U. z dn.15 stycznia 2009 r. rr 4, poz. 17.
- Rzepka, B. (2014). Strategiczne gry planszowe. *Personel i Zarządzanie*, 2014(1), 72–75.
- Škudienė V., 2012, Edukacja oparta na studium przypadku. W: Ph. Ammerman, A. Gawel, M. Pietrzykowski, R. Rauktienė, T. Williamson (red.), *Metoda studium przypadku w edukacji biznesowej*, Warszawa: Wydawnictwo IUSatTAX.
- Szmulczyńska B., 2007, E-learning – oferta edukacyjna również dla szkół. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
- Tracz, M., Rachwał, T. (2008). Metody nauczania i środki dydaktyczne stosowane przez nauczycieli podstaw przedsiębiorczości – wyniki badań. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 325–330.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257.
- Zioło, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23.
- Żur, A. (2014). Exploring the Role of Inspiration in Entrepreneurship Education. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 179–194.

Wioletta Kilar, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Geograf ekonomiczny. Adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Sekretarz Rady Redakcyjnej czasopisma „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”. Posiada znaczne doświadczenie jako nauczyciel geografii i podstaw przedsiębiorczości, które zdobyła, pracując w kilku ponadgimnazjalnych szkołach krakowskich. Jej zainteresowania badawcze ukierunkowane są przede wszystkim na procesy kształtowania się i funkcjonowania ponadnarodowych korporacji, globalizacji, przemian struktur przestrzennych przemysłu oraz problematykę nauczania przedsiębiorczości i geografii w szkole. Jest autorem i współautorem licznych

publikacji z zakresu geografii społeczno-ekonomicznej i przedsiębiorczości oraz podręcznika, wielu materiałów dydaktycznych, edukacyjnych i ekspertyz.

Wioletta Kilar, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. An economic geographer. A lecturer in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management at the Institute of Geography of the Pedagogical University of Cracow. Secretary of the Editorial Board of the Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society. She has a considerable experience as a teacher of geography and basics of entrepreneurship, having worked in several secondary schools in Krakow. Her research interests are focused primarily on the processes of formation and operation of multinational corporations, globalization, transformation of spatial structures of industry and the issues of entrepreneurship education issues and geography at school. She is the author of numerous publications in socio-economic geography and entrepreneurship, and many teaching and educational materials and expertises.

Sławomir Kurek, dr hab., profesor Uniwersytetu Pedagogicznego, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej. Geograf społeczno-ekonomiczny. Członek Komitetu Nauk Demograficznych PAN. Pełni m.in. funkcję zastępcy dyrektora Instytutu Geografii ds. Nauki i Współpracy Zagranicznej, kierownika studiów doktoranckich z geografii oraz redaktora naczelnego czasopisma „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis, Studia Geographica”. Jego zainteresowania badawcze skupiają się przede wszystkim na problematyce przemian struktur społeczno-demograficznych Polski i Europy, procesów suburbanizacji w obszarach metropolitalnych oraz edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Sławomir Kurek, PhD, associate professor at the Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Socio-Economic Geography. A socio-economic geographer. Member of the Committee on Demographic Studies of the Polish Academy of Sciences. He is, among other activities, the Deputy Head for Research and International Relations of Institute of Geography, Head of Doctoral Studies in geography at the Pedagogical University, and Editor in Chief of Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis, Studia Geographica. Research interests focus primarily on the issue of changes of the socio-demographic structures in Poland and Europe, suburbanisation processes in metropolitan areas, as well as entrepreneurship education.

Tomasz Rachwał, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Kierownik Zakładu Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, pełni m.in. funkcje: Sekretarza Naukowego Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, zastępcy Redaktora Naczelnego czasopism: „Przedsiębiorczość – Edukacja”, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica” oraz członka redakcji „Entrepreneurial Business and Economics Review”. Autor lub współautor podręczników szkolnych i akademickich z zakresu geografii ekonomicznej i przedsiębiorczości. Jego zainteresowania badawcze skupiają się przede wszystkim na problematyce przemian struktur przestrzennych przemysłu, funkcjonowania różnych branż działalności gospodarczej, restrukturyzacji przedsiębiorstw oraz roli przedsiębiorczości w rozwoju układów przestrzennych, a także edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Tomasz Rachwał, PhD, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. A head of the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of Institute of Geography of the Pedagogical University of Cracow, a Scientific Secretary of the Industrial Geography Committee of the Polish Geographical Society, A Deputy Editor in Chief of the following journals: Entrepreneurship – Education, Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society, Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia Geographica, and a member of the editorial board of Entrepreneurial Business and Economics Review. The author or co-author of school and academic textbooks on economic geography and entrepreneurship. His research interests focus primarily on the issue of change of spatial structures of industry, the functioning

of various branches of industrial activity, corporate restructuring and the role of entrepreneurship in the development of spatial systems as well as entrepreneurship education.

Marcin Semczuk, mgr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Asystent i doktorant w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, pełni m.in. funkcje Sekretarza redakcji „Przedsiębiorczość – Edukacja” ds. baz online czasopism oraz sekretarza cyklicznych konferencji z zakresu przedsiębiorczości organizowanych co roku w Krakowie. Jego zainteresowania badawcze skupiają się przede wszystkim na problematyce rozwoju społeczno-gospodarczego układów lokalnych a także edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Marcin Semczuk, M.A., Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. An assistant and PhD student at the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of Institute of Geography of the Pedagogical University of Cracow, a Secretary of the Editorial Board of “Entrepreneurship – Education” journal and secretary of annual conferences on entrepreneurship. His research interests focus primarily on the socio-economic development of local systems and entrepreneurship education.

Agnieszka Świętek, dr, Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Dydaktyki Geografii. Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii, Absolwentka studiów z zakresu geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie w specjalności Przedsiębiorczość i gospodarka przestrzenna. Adiunkt w Instytucie Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jej zainteresowania badawcze skupiają się wokół dwóch tematów: problematyki edukacji z zakresu geografii i przedsiębiorczości, a w szczególności procesu zakładania własnej działalności gospodarczej, wchodzenia młodych ludzi na rynek pracy oraz poziomu życia Romów w Polsce.

Agnieszka Świętek, PhD in geography, graduated from the Pedagogical University in Cracow MA degree in geography, specialization in Entrepreneurship and spatial planning. Adjunct (assoc. professor) at the Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography. Her research interests focus on two different research themes: the education in the field of geography and entrepreneurship, in particular the process of starting up own business, young people entering into the labor market and the quality of life of the Roma in Poland.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii

Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej (W. Kilar, T. Rachwał, M. Semczuk)

Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej (S. Kurek)

Zakład Dydaktyki Geografii (A. Świętek)

ul. Podchorążych 2

30-084 Kraków, Polska

e-mail: W.Kilar@up.krakow.pl (W. Kilar), sgkurek@up.krakow.pl (S. Kurek), T.Rachwal@up.krakow.pl (T. Rachwał), semczuk@up.krakow.pl (M. Semczuk), swietekaga@wp.pl (A. Świętek)

Publikacja powstała w ramach projektu „Sustainable Entrepreneurship – A Game-Based Exploration for Lower Secondary Schools (SUSEN)”, realizowanego przy wsparciu finansowym Komisji Europejskiej w ramach Programu „Erasmus+”.

Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko jej autorów i Komisja Europejska oraz Narodowa Agencja Programu Erasmus+ nie ponoszą odpowiedzialności za umieszczoną w niej zawartość merytoryczną.

Informacja o projekcie i grze PowerPlayer: www.powerplayer.info



Erasmus+



PowerPlayer

KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow

Ocena nauczania podstaw przedsiębiorczości przez uczniów liceum ogólnokształcącego

Assessment of Basics of Entrepreneurship by Students of the General Education Secondary School

Streszczenie: Przedmiot podstawy przedsiębiorczości pomaga zrozumieć młodemu człowiekowi mechanizmy funkcjonowania gospodarki rynkowej, przygotowuje do planowania przyszłej kariery zawodowej, kształtuje kompetencje sprawnego komunikowania się, a także przygotowuje do planowania i realizacji przedsięwzięć w otaczającym go środowisku. Niniejszy artykuł ma na celu ukazanie poglądów młodzieży dotyczących spraw związanych z realizacją przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych. W pracy zostaną przedstawione wyniki badań, które zostały przeprowadzone w maju 2015 r. wśród uczniów andrychowskiego Liceum Ogólnokształcącego im. Marii Skłodowskiej-Curie. Badania podjęto, aby dokonać analizy realizacji celów, zadań oraz treści kształcenia przedmiotu podstawy przedsiębiorczości. Celem badań było zapoznanie się z opinią uczniów na temat tego, które zagadnienia według nich są najbardziej przydatne w życiu dorosłym oraz które zagadnienia i treści najbardziej ich interesują. Badania te stanowią kontynuację badań przeprowadzonych przez autorkę w 2013 r. wśród uczniów klas trzecich oraz pierwszych andrychowskiego liceum. Celem artykułu jest ukazanie opinii tych samych uczniów po upływie dwóch lat od pierwszego badania oraz próba odpowiedzi na pytanie – co zmieniło się w ich opinii i jak zapatrują się oni na kwestie związane z realizacją przedmiotu podstawy przedsiębiorczości.

Abstract: The subject 'Basics of Entrepreneurship' allows a young person to understand the mechanisms of functioning of the market economy, prepares to plan the future professional career, shapes the competences of fluent communication as well as prepares to plan and accomplish the enterprises in the surrounding environment. This paper aims at presenting the viewpoints of young people concerning the issues related to completion of the subject 'Basics of Entrepreneurship' at secondary schools. The results of the research that was conducted in May 2015 among the students of the Maria Skłodowska-Curie General Education Secondary School in Andrychów will be presented in the paper. The research was carried out to analyze the accomplishment of objectives, tasks and educational content of the subject of 'Basics of Entrepreneurship'. The purpose of the research was to familiarize with the students' opinion as well as to get to know which aspects and content are the most useful in the adult life in their opinion and which of them interest them most. This research constitutes the continuation of the one conducted by the author in the year 2013 among the third and first class students of the Andrychów General Education Secondary School. The objective of the paper is to present the opinions of the same students after the period of two years following the first research as well as an attempt to answer the question what has

changed in their opinion and how they perceive the issues related to completion of the subject 'Basics of Entrepreneurship'.

Słowa kluczowe: edukacja; gospodarka rynkowa; nauka; przedsiębiorczość; szkoła

Key words: education; entrepreneurship; learning; market economy; school

Otrzymano: 11 listopada 2015

Received: 11 November 2015

Zaakceptowano: 7 marca 2016

Accepted: 7 March 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Ziółkowska-Weiss, K. (2016). Ocena nauczania podstaw przedsiębiorczości przez uczniów liceum ogólnokształcącego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 457–470.

Wstęp

Przyjęte po 1989 r. rozwiązania w systemie oświaty w Polsce w sposób istotny zmieniły nie tylko system szkolnictwa, lecz także kanon wykształcenia ogólnego. Wyraźnie zostały zaakcentowane m.in.: przygotowanie obywateli do życia w demokracji, gospodarka oparta na zasadach liberalizmu i prawa rynku, pluralizm polityczny i kulturowy, członkostwo w Unii Europejskiej, globalny i lokalny kontekst zmian społeczno-gospodarczych (Tracz, 2015).

W 2002 r. do polskich szkół ponadgimnazjalnych został wprowadzony przedmiot podstawy przedsiębiorczości. Zgodnie z *Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 26 lutego 2002 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego, kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół* na lekcjach z tego przedmiotu uczniowie mają uczyć się postaw przedsiębiorczych oraz przygotowywać się do aktywnego udziału w życiu społeczno-gospodarczym. Przedmiot podstawy przedsiębiorczości pomaga zrozumieć młodemu człowiekowi mechanizmy funkcjonowania gospodarki rynkowej, przygotowuje do planowania przyszłej kariery zawodowej, kształtuje kompetencje sprawnego komunikowania się, a także przygotowuje do planowania i realizacji przedsięwzięć w otaczającym go środowisku. Polska jest jedynym krajem w grupie 31 krajów, w tym wszystkich krajów członkowskich UE (Europejska Sieć Informacji o Edukacji, EURYDICE, 2012), gdzie przedsiębiorczość jest realizowana jako obowiązkowy przedmiot nauczania w szkole średniej wyższego poziomu – szkole ponadgimnazjalnej (Tracz, 2015). Cele i treści kształcenia z podstaw przedsiębiorczości od 2002 r. podlegały szerokim dyskusjom i ocenom w odniesieniu do zadań szkoły i oczekiwanych efektów kształcenia (Rachwał, 2009; Rachwał i in., 2008; Wach, 2013). W świetle przyjętej polityki edukacyjnej oraz rozwiązań przedstawionych w dokumentach opracowanych przez MEN należy przyjąć, że przedsiębiorczość to przedmiot przyszłości. Tak też jest on odbierany przez wielu ekonomistów, ekspertów edukacji oraz nauczycieli (Wach, 2013).

Od 2012 r. obowiązkowo wprowadzono przedmiot podstawy przedsiębiorczości w klasach pierwszych szkół ponadgimnazjalnych. Do roku 2012 przedmiot ten realizowany był w klasach trzecich szkół ponadgimnazjalnych.

Cel i metody badań

Niniejszy artykuł ma na celu ukazanie poglądów młodzieży uczącej się w Liceum Ogólnokształcącym im. Marii Skłodowskiej-Curie w Andrychowie na temat wybranych zagadnień związanych z realizacją przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych.

Badania podjęto, aby dokonać analizy realizacji celów, zadań oraz treści kształcenia przedmiotu podstawy przedsiębiorczości. Głównym celem badań było zapoznanie się z opinią uczniów, które zagadania według nich są najbardziej przydatne w życiu dorosłym oraz które zagadnienia i treści najbardziej ich interesują. Analiza ankiet pokazała zróżnicowane zainteresowania i oczekiwania między ankietowanymi uczniami w roku 2013, jako pierwszoklasistami, a w roku 2015, kiedy byli oni uczniami klasy trzeciej. Badania przeprowadzone w 2013 r., podczas których badani byli uczniowie klas pierwszych oraz trzecich andrychowskiego liceum, pokazały zmienność zainteresowań uczniów przedmiotem podstawy przedsiębiorczości. Uczniowie klas trzecich deklarowali znacznie wyższe zainteresowanie tymi zagadnieniami niż ich koledzy z klas pierwszych. Niewątpliwie wiek, doświadczenie oraz dalsze plany związane z edukacją powodują, że uczniowie klas trzecich znacznie lepiej odbierają ten przedmiot. Natomiast młodzież z klas pierwszych, która rozpoczyna edukację w nowej szkole, bardziej ukierunkowuje swoją uwagę na zajęcia związane z wybieranym profilem kształcenia. Podczas przeprowadzanych badań zarówno w 2013, jak i w 2015 r. uczniowie odpowiadali m.in. na pytania, czy treści przekazywane na lekcjach podstaw przedsiębiorczości pomagają im w przygotowaniu się do dalszego życia społeczno-gospodarczego oraz jakim zagadnieniom na lekcjach poświęcono według uczniów za dużo, a jakim – za mało czasu.

W artykule zostały przedstawione wyniki badań, które zostały przeprowadzone w drugim tygodniu kwietnia 2013 r. oraz w maju w 2015 r. na tych samych uczniach andrychowskiego Liceum Ogólnokształcącego im. Marii Skłodowskiej-Curie. Uczniowie ci zostali poddani badaniu powtórnie, po upływie dwóch lat od pierwszego badania. Ankietowani w roku 2013, wówczas jako uczniowie klas pierwszych, zostali poproszeni o wypełnienie kwestionariusza ankietowego, z którego wynikało, że są oni sceptycznie nastawieni do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości i uważali, że przedmiot ten powinien być realizowany w klasie trzeciej. Po upływie dwóch lat ci sami uczniowie, już jako trzecioklasiści, zostali poproszeni o powtórne wypełnienie tej samej ankiety. Badanie to miało na celu zweryfikowanie odpowiedzi udzielonych przez nich w 2013 r. oraz sprawdzenie, czy po upływie dwóch lat zmieniły się ich poglądy oraz stosunek do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości. Przedmiot ten realizowany jest w andrychowskim liceum w systemie jednego roku, przy 2 godzinach lekcyjnych tygodniowo. W sumie w badaniu wzięło udział 392 uczniów (197 uczniów w klasie pierwszej oraz 195 uczniów w klasie trzeciej). W badaniu uczestniczyło 7 oddziałów klas licealnych o następujących profilach: matematyczno-fizycznym, biologiczno-chemicznym, matematyczno-chemicznym, humanistycznym, językowym, przyrodniczym oraz ogólnym. Podczas przeprowadzanego badania w roku 2013 w klasach pierwszych nieobecnych było 21 osób, a w roku 2015 w klasach trzecich – 19 osób. Po analizie ankiet odrzucono 6 z nich z powodu nieczytelności oraz nierzetelności w odpowiedziach (4 ankiety z klas pierwszych w 2013 r. oraz 2 ankiety z klas trzecich w 2015 r.). Ostatecznie uzyskano 386 ankiet, w tym 193 z klas pierwszych i 193 z klas trzecich. Ankieta składała się z 10 pytań (8 pytań ze skalą Likerta).

Podręcznik do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości, z którego korzystają andrychowscy uczniowie, to książka autorstwa T. Rachwała oraz Z. Makiety *Krok w przedsiębiorczość* wydana w Warszawie w 2012 r. w wydawnictwie Nowa Era.

Wyniki badań

Pierwsze pytanie dotyczyło tego, czy uczniowie wprowadzenie nowego przedmiotu podstawy przedsiębiorczości do szkół ponadgimnazjalnych i jego funkcjonowanie uważają za słuszny krok w polskiej edukacji. Wyniki przeprowadzonych badań prezentuje ryc. 1.

Prawie 41% uczniów klas trzecich w roku 2015 uważało, że wprowadzenie przedmiotu podstawy przedsiębiorczości do szkół ponadgimnazjalnych było słuszne, podczas gdy dwa lata wcześniej tylko 16% z nich odpowiedziało w taki sposób. W 2015 r. 16,6% uczniów twierdziło, że wprowadzenie przedmiotu podstawy przedsiębiorczości było złym pomysłem, podobna grupa ankietowanych w 2013 r. (uczniowie klas pierwszych) podzielała taką opinię.

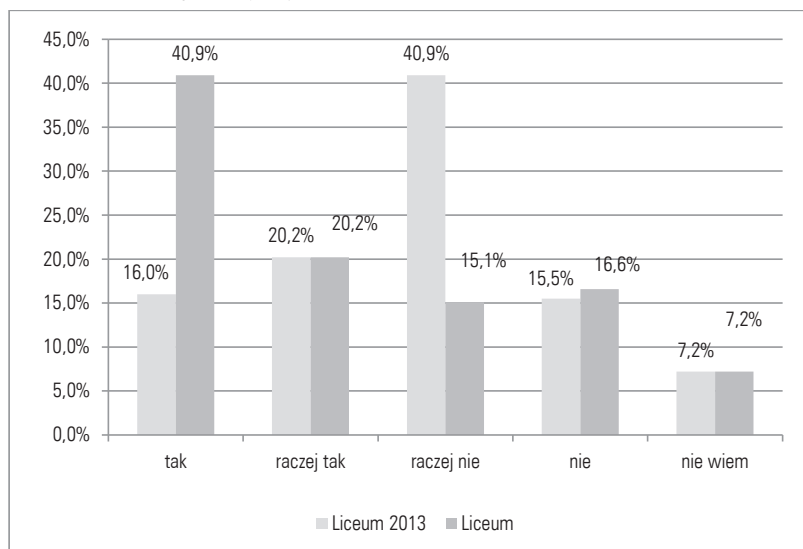
Uczniowie klas trzecich andrychowskiego liceum zostali ponownie po upływie dwóch lat od pierwszego badania zapytani o ocenę podręcznika, z którego korzystali w klasie pierwszej. Pytanie dotyczyło tego, czy treści przekazywane w podręczniku są dla nich czytelne i zrozumiałe – 57% uczniów klas trzecich odpowiedziało, że tak, natomiast w klasie pierwszej takiej odpowiedzi udzieliło 43% z nich. W 2013 r. 6,3% ankietowanych uważało, że podręcznik napisany jest niezrozumiałym dla nich językiem, a po upływie dwóch lat tylko 1,4% spośród nich nie zmieniło zdania i nadal twierdziło, że treści przekazane w podręczniku są nieczytelne i niezrozumiałe (ryc. 2).

Interesujące wydają się wypowiedzi młodzieży dotyczące wykorzystania treści przekazywanych na lekcjach podstaw przedsiębiorczości w dalszym, dorosłym życiu społeczno-gospodarczym. Z przeprowadzonych badań wynika, że uczniowie andrychowskiego liceum zdecydowanie zmienili zdanie w tej kwestii w ciągu dwóch lat, podczas których prowadzone były badania. W roku 2013 uczniowie, będąc pierwszoklasistami, w 36,2% uważali, że raczej nie wykorzystają w życiu codziennym wiedzy zdobytej na przedmiocie podstawy przedsiębiorczości, podczas gdy dwa lata później, jako trzecioklasiści, udzielili zdecydowanie innej odpowiedzi. Tylko 5,8% spośród nich podało odpowiedź sugerującą, że nie wykorzystają wiedzy, którą zdobyli w szkole w ramach przedmiotu podstawy przedsiębiorczości. Zaś prawie połowa trzecioklasistów (43%) jest zdania, że treści przekazywane na lekcjach podstaw przedsiębiorczości pomogły im w przygotowaniu do dalszego życia społeczno-gospodarczego, podczas gdy dwa lata wcześniej tylko 20,7% z nich udzieliło takiej odpowiedzi (ryc. 3).

Jednym z pytań w kwestionariuszu ankietowym było zagadnienie związane z najbardziej interesującymi i lubianymi treściami kształcenia przez uczniów. Autorka wyodrębniła poszczególne działy tematyczne według kryteriów tematycznych przyjętych z programu nauczania podstaw przedsiębiorczości Z. Makieli i T. Rachwała (2012). Wyniki uzyskane w badaniach ankietowych przeprowadzonych w 2013 i 2015 r. prezentuje ryc. 4.

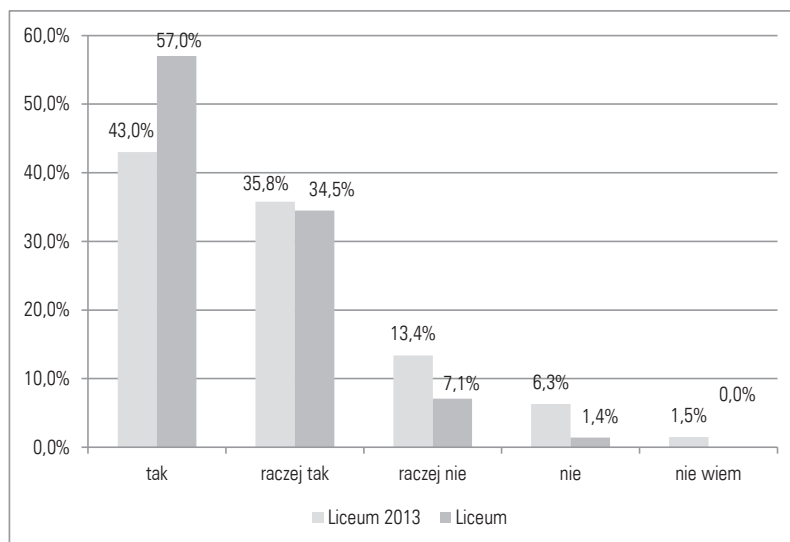
Najwięcej ankietowanych uczniów z klas trzecich w 2015 r. interesowało się zagadnieniami dotyczącymi problematyki pracy (37%) i przedsiębiorstwem (33%). Związane jest to zapewne z ich wchodzeniem w dorosłe życie i zainteresowaniami związanymi z podjęciem pracy, która czeka ich w niedalekiej przyszłości. Zainteresowanie klas trzecich tematami związanymi z przedsiębiorstwem wiąże się z chęcią poznania przez nich etapów zakładania przedsiębiorstw i funkcjonowania ich na współczesnym globalnym rynku. Będąc uczniami klas pierwszych, interesowały ich te same tematy co w klasie trzeciej, aczkolwiek w przeciągu dwóch lat spadło ich zainteresowanie zagadnieniami związanymi z pieniądzem i bankowością (z 11,6% w klasie pierwszej, 1% w klasie trzeciej) oraz z zagadnieniami związanymi z istotą funkcjonowania gospodarki rynkowej (5,5% w klasie pierwszej, 0,6% w klasie trzeciej). Najmniej interesujące treści kształcenia w opinii uczniów zarówno w klasie pierwszej, jak i trzeciej

Ryc. 1. Opinie uczniów na temat słuszności wprowadzenia przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych



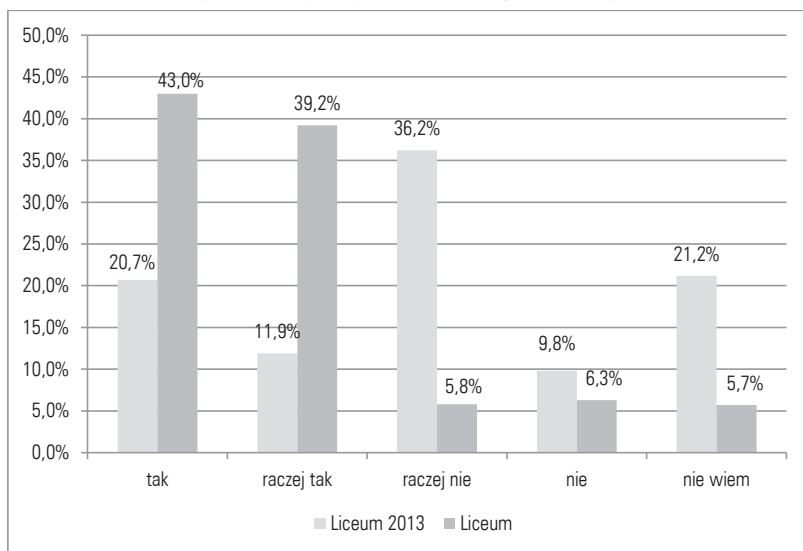
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Ryc. 2. Opinie uczniów na temat tego, czy treści przekazywane w podręczniku są dla nich czytelne i zrozumiałe



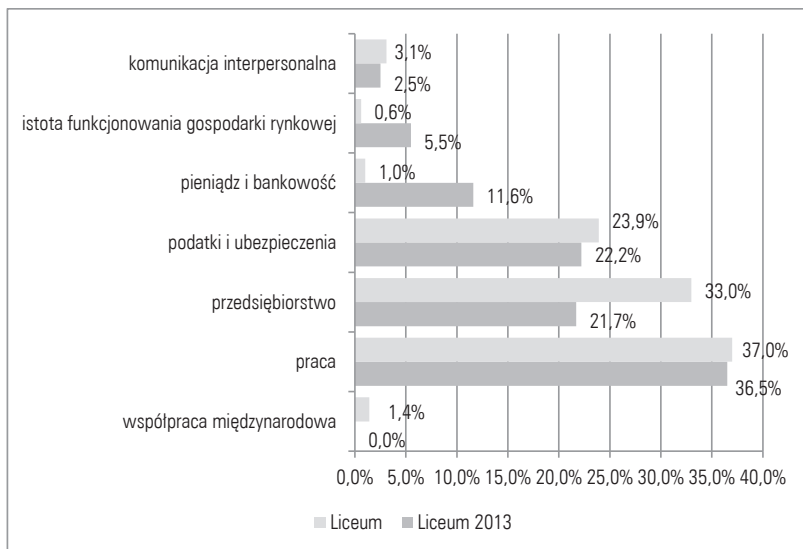
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Ryc. 3. Opinie uczniów na temat wykorzystania treści przekazywanych na lekcjach podstaw przedsiębiorczości w dalszym, dorosłym życiu społeczno-gospodarczym



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Ryc. 4. Najbardziej interesujące treści kształcenia w opinii uczniów



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

to zagadnienia związane ze współpracą międzynarodową oraz z komunikacją interpersonalną. Przedstawiony zestaw tematyki wzbudzającej zainteresowanie badanych uczniów nie odbiega istotnie od wyników uzyskanych przez innych naukowców (E. Osuch, W. Osuch, 2005; Kuklińska, Moranowski, 2009; Osuch, 2012; Ziółkowska-Weiss, 2014). Możemy zatem mówić o akceptacji społecznej uczniów w odniesieniu do podejmowanej tematyki z zakresu przedsiębiorczości w procesie nauczania.

Istotną kwestią w badaniu była chęć poznania opinii uczniów, jakim według nich zagadnieniom na przedmiocie podstawy przedsiębiorczości poświęcono za dużo, a jakim za mało czasu. Odpowiedzi uczniów na to pytanie obrazuje tab. 1.

Tab. 1. Jakim zagadnieniom na przedmiocie podstawy przedsiębiorczości poświęcono według Twojej oceny za dużo, a jakim za mało czasu?

	Było tego za mało (w %)		Było w sam raz (w %)		Było za dużo (w %)		Trudno powiedzieć (w %)		Nie było o tym mowy na lekcji (w %)	
	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III
Mocne i słabe cechy własnej osobowości, asertywność, umiejętność podejmowania decyzji itp.	39,4	19,8	30,6	36,2	13,5	13,5	16,6	30,5	0,0	0,0
Funkcjonowanie rynku i gospodarki rynkowej	3,6	3,5	58,0	51,0	17,6	12,3	20,7	33,2	0,0	0,0
Budżet gospodarstwa domowego	15,5	13,5	57,0	21,0	8,8	32,9	18,6	32,6	0,0	0,0
Emerytura i ubezpieczenia społeczne	6,2	51	50,2	24,8	31,6	10,1	11,9	14,2	0,0	0,0
Przedsiębiorstwo w gospodarce. Funkcjonowanie przedsiębiorstwa	17,1	7,4	35,7	35,6	40,4	45,1	6,7	11,9	0,0	0,0
Planowanie podjęcia działalności gospodarczej	14,5	26,5	37,8	31,5	38,3	12,3	9,3	29,7	0,0	0,0
Poszukiwanie pracy, nawiązywanie stosunku pracy, prawa pracownika	24,8	59,2	35,2	22,3	23,8	9,2	16,1	9,3	0,0	0,0
Rola państwa w gospodarce	22,8	11,1	14,5	15,5	52,8	53,1	9,8	20,3	0,0	0,0
Pieniądz i banki	9,8	9,8	47,6	45,3	30,5	28,3	11,9	16,6	0,0	0,0
Rynek pracy i bezrobocie	21,2	48,6	45,0	21,0	17,6	7,9	16,1	22,5	0,0	0,0
Współpraca gospodarcza Polski z zagranicą	0,0	23,6	0,0	25,6	0,0	24,3	0,0	26,5	100,0	0,0
Etyka biznesu	0,0	9,3	0,0	46,2	0,0	20,9	0,0	20,0	100,0	3,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Analizując wyniki ankietowe, wyraźnie widać, że uczniowie klas trzecich po upływie dwóch lat od pierwszego badania zmienili zdanie i opinię na temat kwestii związanych z emeryturami i ubezpieczeniami społecznymi oraz związanych z poszukiwaniem pracy. Według uczniów na lekcjach podstaw przedsiębiorczości w klasie pierwszej za mało było kwestii dotyczących emerytur i ubezpieczeń społecznych (6,2% udzielonych odpowiedzi w klasie pierwszej oraz 51% udzielonych odpowiedzi w klasie trzeciej). Podobnie przedstawiają się kwestie związane z poszukiwaniem pracy, nawiązywaniem stosunku pracy oraz prawami pracownika (24,8% udzielonych odpowiedzi w klasie pierwszej oraz 59,2% udzielonych odpowiedzi w klasie trzeciej).

Klasy pierwsze, jak pokazały ankiety, nie były w 2013 r. zainteresowane zagadnieniami związanymi z rynkiem pracy i bezrobociem. Tylko 21,2% uczniów stwierdziło, że zagadnień tych było za mało, podczas gdy dwa lata później takiej odpowiedzi udzieliło dwa razy tyle ankietowanych (48,6%). Dużą różnicę widać w odpowiedziach związanych z budżetem gospodarstwa domowego. Tylko 8,8% respondentów (uczniowie pierwszej klasy) odpowiedziało, że było tych zagadnień za dużo, podczas gdy badania przeprowadzone po upływie dwóch lat pokazały, że sądzi tak aż 32,9% ankietowanych.

Kolejną ważną kwestią w ankiecie było pytanie uczniów o to, w jakim stopniu omawiane treści na lekcji są według nich przydatne w codziennym życiu (tab. 2.).

Tab. 2. W jakim stopniu wymienione niżej kwestie wydają Ci się przydatne w życiu?

	W ogóle nieprzydatne (w %)		Raczej nieprzydatne (w %)		Ani przydatne, ani nieprzydatne (w %)		Raczej przydatne (w %)		Bardzo przydatne (w %)	
	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III
Mocne i słabe cechy własnej osobowości, asertywność, umiejętność podejmowania decyzji itp.	0,5	0,3	5,2	5,5	18,1	28,1	40,3	31,1	35,8	18,4
Funkcjonowanie rynku i gospodarki rynkowej	19,7	11,2	7,7	7,7	46,1	32,6	6,2	23,9	20,2	24,6
Budżet gospodarstwa domowego	6,7	9,8	14,5	13,6	26,9	26,3	17,0	30,2	34,7	21,0
Emerytura i ubezpieczenia społeczne	5,7	0,0	6,7	5,4	32,6	18,6	32,6	23,9	22,3	52,1
Przedsiębiorstwo w gospodarce. Funkcjonowanie przedsiębiorstwa	29,0	26,7	19,2	12,3	10,8	9,3	23,8	26,5	17,1	25,2
Planowanie podjęcia działalności gospodarczej	10,4	3,2	18,6	11,6	21,2	37,3	26,4	23,6	18,1	44,3
Poszukiwanie pracy, nawiązywanie stosunku pracy, prawa pracownika	5,2	1,1	4,1	4,1	18,1	9,1	47,1	42,1	25,4	43,6
Rola państwa w gospodarce	5,2	9,3	10,4	23,6	6,7	42,1	34,7	12,3	43,0	12,7

Pieniądz i banki	10,4	10,0	20,7	21,1	46,1	46,7	5,7	5,5	11,9	11,5
Rynek pracy i bezrobocie	16,6	0,6	20,7	3,2	25,9	16,3	25,9	26,8	10,3	53,1
Współpraca gospodarcza Polski z zagranicą	18,1	21,0	17,1	16,3	45,6	46,2	8,8	6,9	10,4	9,6
Etyka biznesu	14,5	14,5	15,5	13,6	31,1	14,6	26,9	42,3	11,9	15,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Podobnie jak w pytaniu poprzednim uczniowie klas trzecich wskazali większość zagadnień omawianych na lekcjach podstaw przedsiębiorczości jako przydatne z życia dorosłym. Największe różnice w odpowiedziach w stosunku do klasy pierwszej a trzeciej widoczne są w następujących zagadnieniach: rynek pracy i bezrobocie, poszukiwanie pracy, nawiązywanie stosunku pracy, prawa pracownika, planowanie podjęcia działalności gospodarczej oraz kwestie związane z emeryturami i ubezpieczeniami społecznymi. Badania pokazują, że wszystkie te zagadnienia według klas trzecich były bardzo ważne, podczas gdy ci sami uczniowie, będąc w klasie pierwszej, mieli inne zdanie. Widoczna różnica jest także w kwestii związanej z rolą państwa w gospodarce. Większa liczba trzecioklasistów w stosunku do pierwszej klasy uważa, że jest to zagadnienie w ogóle niepotrzebne w życiu (9,3% w 2015 r.).

Dużą rolę w procesie dydaktycznym musi odgrywać praktyka i umiejętność posługiwania się dokumentami potrzebnymi w życiu społeczno-gospodarczym. Dlatego uzasadnione jest pytanie do uczniów dotyczące tego, jakie praktyczne umiejętności opanowali na lekcjach podstaw przedsiębiorczości. Szczegółowe dane przedstawia tabela 3.

Tab. 3. Czy wymienionych poniżej umiejętności nauczył(eś/aś) się na przedmiocie podstawy przedsiębiorczości?

	Tak (w %)		Nie (w %)		Trudno powiedzieć (w %)	
	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III
Jak obliczyć odsetki od lokaty?	21,7	25,9	48,1	41,6	30,1	32,5
Jak założyć firmę?	46,1	62,1	23,3	29,3	30,6	8,4
Jak napisać dobre CV?	62,2	82,3	17,1	5,4	15,5	11,3
Jak wypełnić formularz PIT?	52,3	52,3	21,8	31,2	25,9	16,5
Jak negocjować?	31,0	31,0	23,8	23,0	45,0	45,8
Jak planować budżet gospodarstwa domowego?	45,6	32,6	19,2	31,2	35,2	36,2
Jak dokonać autoprezentacji?	14,5	12,6	65,7	69,3	21,8	18,1
Jak zaplanować swój rozwój zawodowy?	20,7	56,3	48,1	23,6	31	20,1
Jak przewidzieć opłacalność jakiegoś przedsięwzięcia gospodarczego?	16,0	6,3	74,0	85,8	9,8	7,9
Jak wykonać biznesplan?	68,4	74,6	11,3	4,5	20,2	20,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Odpowiedzi na to pytanie pokazały, że uczniowie i w pierwszej, i trzeciej klasie odpowiadali bardzo podobnie. Uznali oni, zarówno w klasie pierwszej, jak i trzeciej, że na lekcjach z zakresu podstaw przedsiębiorczości nauczyli się takich rzeczy, jak: wykonywanie biznesplanu, planowanie budżetu gospodarstwa domowego, wypełnianie formularza PIT, pisanie CV oraz dowiedzieli się, jak założyć firmę. Nie opanowali natomiast kwestii związanych z przewidywaniem opłacalności przedsięwzięcia gospodarczego, obliczaniem odsetek od lokaty oraz z prawidłową sztuką autoprezentacji. Różnica w odpowiedziach w przeciągu dwóch lat widoczna jest w odpowiedzi dotyczącej planowania rozwoju zawodowego. Ponad połowa uczniów klas trzecich w 2015 r. zadeklarowała, że to potrafi, podczas gdy w klasie pierwszej w 2013 r. tylko 20,7% z nich udzieliło takiej odpowiedzi.

Ostatnie pytanie miało na celu poznanie opinii uczniów na temat przeprowadzonej reformy oraz czy przedmiot podstawy przedsiębiorczości według nich jest przedmiotem ważnym i należy go nauczać we wszystkich typach szkół ponadgimnazjalnych. Odpowiedzi na poszczególne pytanie pokazuje tab. 4.

Tab. 4. W jakim stopniu zgadzasz się z każdym z niżej przedstawionych twierdzeń?

	Zdecydowanie się nie zgadzam (w %)		Raczej się nie zgadzam (w %)		Trudno powiedzieć (w %)		Raczej się zgadzam (w %)		Zdecydowanie się zgadzam (w %)	
	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III	kl. I	kl. III
Podstawy przedsiębiorczości to przedmiot mało ważny w szkole	3,1	25,6	3,1	26,9	20,7	35,6	45,0	9,6	27,9	2,3
Włożyłem(am) dużo pracy w opanowanie treści przedmiotu podstawy przedsiębiorczości	10,3	12,6	24,8	31,2	38,8	36,6	5,2	9,6	20,7	2,3
Podstawy przedsiębiorczości powinny zniknąć z programu szkolnego	6,2	9,3	4,1	12,3	46,1	49,8	23,8	16,3	19,6	3,9
Przedmiot podstawy przedsiębiorczości powinien być nauczany tylko w szkołach ekonomicznych	5,2	35,6	6,2	5,2	22,2	32,6	33,6	21,5	32,6	5,1
Przedmiot podstawy przedsiębiorczości powinien być nauczany w III klasie liceum	24,8	10,1	16,6	6,5	49,2	46,7	6,2	21,7	3,1	14,8
Przedmiot podstawy przedsiębiorczości powinien być nauczany w I klasie liceum	10,3	21,5	0,5	26,2	42,4	19,6	39,3	19,6	29,0	13,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Jak pokazują wyniki badań, stosunek uczniów do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w klasie pierwszej zdecydowanie różni się od ich opinii na ten temat jako uczniów klas trzecich. Aż 25,6% uczniów w klasie trzeciej stwierdziło, że przedmiot podstawy przedsiębiorczości zdecydowanie jest przedmiotem ważnym w szkole ponadgimnazjalnej. Taką opinię podzielało jedynie 3,1% spośród nich w klasie pierwszej. Podobnie wyglądają odpowiedzi udzielane na pytanie dotyczące tego, czy przedmiot podstawy przedsiębiorczości powinien być nauczany tylko w szkołach ekonomicznych. Ze stwierdzeniem tym zdecydowanie nie zgadzało się jedynie 5,2% pierwszoklasistów, podczas gdy w klasie trzeciej uczniów takich było aż 35,6%. Zadziwiające są wyniki prezentujące opinię uczniów dotyczące tego, w której klasie szkoły ponadgimnazjalnej przedmiot ten powinien być realizowany. W 2013 r. pierwszoklasiści odpowiedzieli, że przedmiot powinien być nauczany w klasie trzeciej (24,8%), a dwa lata później, jako uczniowie klasy trzeciej, udzielili odpowiedzi, że przedmiot ten powinien być nauczany w klasie pierwszej (21,5%).

Zakończenie

Z przeprowadzonych badań wynika, że przedmiot podstawy przedsiębiorczości spełnia oczekiwania większości ankietowanych uczniów. Wydaje się także, iż wśród uczniów andrychowskiego liceum podstawy przedsiębiorczości w obecnej formie są przedmiotem praktycznym, ale mało konkretnym, bez solidnej podbudowy teoretycznej. Młodzi ludzie mają wyraźnie sprecyzowaną ścieżkę swojej kariery zawodowej i na tym etapie nie oczekują innych propozycji czy zmian. Pochłonięci pasją nauki w swoich specjalnościach i profilach nie interesują się praktycznymi rozwiązaniami, na które być może przyjdzie czas w późniejszych latach.

Na podstawie przeprowadzonych ankiet można wyciągnąć następujące wnioski:

- uczniowie andrychowskiego liceum po dwóch latach od przeprowadzenia pierwszego badania udzielili innych odpowiedzi na postawione im te same pytania. Różnice w odpowiedziach widoczne są m.in. w kwestiach dotyczących emerytur i ubezpieczeń społecznych oraz w kwestiach związanych z poszukiwaniem pracy;
- 41% uczniów klas trzecich w 2015 r. uważało, że wprowadzenie przedmiotu podstawy przedsiębiorczości do szkół ponadgimnazjalnych było słuszne, podczas gdy dwa lata wcześniej tylko 16% z nich odpowiedziało w taki sposób;
- w 2013 r. 36,2% uczniów będących pierwszoklasistami uważało, że raczej nie wykorzystają w życiu codziennym wiedzy zdobytej na przedmiocie podstawy przedsiębiorczości, podczas gdy dwa lata później, jako trzecioklasiści, udzielili zdecydowanie innej odpowiedzi (5,8%);
- 43% trzecioklasistów była zdania, że treści przekazywane na lekcjach podstaw przedsiębiorczości pomogły im w przygotowaniu się do dalszego życia społeczno-gospodarczego, podczas gdy dwa lata wcześniej w roku 2013 tylko 20,7% z nich udzieliło takiej odpowiedzi;
- w przeciągu dwóch lat prowadzenia badań spadło zainteresowanie uczniów zagadnieniami związanymi z pieniądzem i bankowością (z 11,6% w klasie pierwszej do 1% w klasie trzeciej) oraz z zagadnieniami związanymi z istotą funkcjonowania gospodarki rynkowej (5,5% w klasie pierwszej, 0,6% w klasie trzeciej);
- najmniej interesujące treści kształcenia w opinii uczniów, zarówno w klasie pierwszej, jak i w trzeciej, to zagadnienia związane ze współpracą międzynarodową oraz komunikacją interpersonalną;

- uczniowie, zarówno w klasie pierwszej, jak i trzeciej, stwierdzili, że na lekcjach podstaw przedsiębiorczości nauczyli się takich rzeczy, jak: wykonywanie biznesplanu, planowanie budżetu gospodarstwa domowego, wypełnianie formularza PIT, pisanie CV, oraz dowiedzieli się, jak założyć firmę;
- stosunek uczniów do przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w klasie pierwszej zdecydowanie różni się od ich opinii na ten temat jako uczniów klas trzecich;
- 25,6% uczniów w klasie trzeciej stwierdziło, że zdecydowanie przedmiot podstawy przedsiębiorczości jest przedmiotem ważnym w szkole ponadgimnazjalnej; taką opinię podzieliło jedynie 3,1% spośród nich w klasie pierwszej;
- w 2013 r. pierwszoklasiści odpowiedzieli, że przedmiot ten powinien być nauczany w klasie trzeciej (24,8%), a dwa lata później, jako uczniowie klasy trzeciej, udzielili odpowiedzi, że przedmiot ten powinien być nauczany w klasie pierwszej (21,5%).

Bardzo ważną rolę w procesie dydaktycznym musi odgrywać nauczyciel. To on powinien pobudzać swoich uczniów do twórczego zachowania oraz inspirować ich do działań. W andrychowskim liceum ogólnokształcącym w roku szkolnym 2012/2013, kiedy badania dotyczące przedmiotu podstawy przedsiębiorczości przeprowadzane były po raz pierwszy, w 15 oddziałach uczyło w sumie 3 nauczycieli tego przedmiotu. W roku szkolnym 2014/2015, kiedy badania prowadzone były ponownie, a przedmiot ten nauczany był jedynie w 6 pierwszych oddziałach klasowych, nauczycieli uczących tego przedmiotu było tylko 2. Ważne jest, aby nauczyciel przedsiębiorczości posiadał autorytet wśród swoich uczniów i ich aktywizował. Na pewno wysoko ceniony jest nauczyciel kreatywny i posiadający wiedzę merytoryczną z przedmiotu. To w dużej mierze od nauczyciela zależy, czy uczniowie polubią dany przedmiot i czy wiedza zdobyta na nim będzie wykorzystywana przez młodych ludzi w późniejszym, dorosłym życiu. Nauczyciele andrychowskiego liceum angażują uczniów w dodatkowe, pozalekcyjne projekty związane z przedsiębiorczością. Uczniowie co roku biorą udział w licznych przedsięwzięciach, takich jak np.: SIGG (Szkolna Internetowa Gra Giełdowa), e-learning organizowany przez Giełdę Papierów Wartościowych, lekcja z ZUS-em, Chłopska Szkoła Biznesu, uczestniczą również w różnych przedsięwzięciach organizowanych w połowie listopada w ramach tzw. tygodnia przedsiębiorczości. Nauczyciele przedsiębiorczości w andrychowskim liceum zapraszają na lekcję bezrobotnych, osoby z inkubatorów przedsiębiorczości czy samorządowców andrychowskiej gminy. O kompetencjach przedmiotowych i dydaktycznych nauczycieli geografii, w tym także uczących podstaw przedsiębiorczości, pisał w obszernej monografii W. Osuch (2010), wskazując przykłady kształtowania wybranych kompetencji w toku studiów i pracy zawodowej nauczycieli. Ważnymi kompetencjami, nie tylko u nauczycieli przedsiębiorczości, są kompetencje komunikacyjne, co było przedmiotem rozważań W. Osucha (2011), oraz ocena tych kompetencji, co zostało również potwierdzone w wynikach badań ankietowych, zwłaszcza wśród rodziców uczniów z liceów krakowskich. O kompetencjach odnoszących się bezpośrednio do przedsiębiorczości i postaw przedsiębiorczych pisali: S. Dorocki, W. Kilar i T. Rachwał (2011), podkreślając też kreatywność, innowacyjność, podejmowanie ryzyka oraz planowanie przedsięwzięć jako cechy istotne osiągnięcia zamierzonych celów. Ponadto autorzy ci przypomnieli kompetencje kluczowe stosowane w europejskim obszarze edukacyjnym.

W świetle zmian programowych wdrożonych w 2009 r. w polskim systemie oświaty rodzi się pytanie, na ile przyjęte rozwiązania kształcenia w zakresie przedsiębiorczości w szkole ogólnokształcącej spełniają swoją funkcję. Nie jest to przedmiot maturalny, nie są nim także zainteresowane uczelnie ekonomiczne przy rekrutacji studentów. Nauczanie

tego przedmiotu ukierunkowane jest raczej na rozumienie elementarnych procesów ekonomicznych i gospodarczych oraz opanowanie podstawowych umiejętności. Powoduje to, że przedmiot traktowany jest przez wielu uczniów i nauczycieli jako przedmiot praktyczny. Fakty te nie pozostają bez wpływu na opinie uczniów i rodziców o przedmiocie i jego realnej randze w procesie kształcenia, co potwierdziły badania nad zainteresowaniem uczniów tym przedmiotem (Tracz, 2006). Czas pokaże, czy zainteresowanie tym przedmiotem oraz wykorzystanie treści kształcenia przedsiębiorczości w karierze zawodowej i życiu społeczno-gospodarczym będzie większe.

Literatura

References

- Dorocki, S., Kilar, W., Rachwał, T. (2011). Założenia i cele Projektu „Krok w przedsiębiorczość” dla nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 308–320.
- Kuklińska, K., Moranowski, P. (2009; 2015, 10 września). *Przedmiot podstawy przedsiębiorczości oczami nauczycieli i uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Raport z badań*. Pozyskane z: www.file/C:/Users/nicon/Dowlands/Raport%20badan.pdf
- Makiela, Z., Rachwał, T. (2012). *Krok w przedsiębiorczość. Podręcznik do podstaw przedsiębiorczości dla szkół ponadgimnazjalnych*. Warszawa: wydawnictwo Nowa Era.
- Osuch, E., Osuch, W. (2005). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów i rodziców na przykładzie wybranych krakowskich szkół. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 195–202.
- Osuch, W. (2010). Kompetencje przedmiotowe i dydaktyczne nauczycieli geografii oraz studentów geografii – kandydatów na nauczycieli. *Prace Monograficzne*, 570. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego.
- Osuch, W. (2011). Kompetencje w zakresie komunikacji interpersonalnej w dobie postępujących procesów globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 333–346.
- Osuch, W. (2012). Podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów krakowskich liceów – szanse i oczekiwania. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 37–47.
- Rachwał, T. (2009). Ocena projektu zmian podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 5, 349–372.
- Rachwał, T., Kilar, W., Kudelko, J., Tracz, M., Wach, K. (2008). Projekt podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości w zakresie rozszerzonym dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 312–324.
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 26 lutego 2002 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego, kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dz.U. z 2002 r. Nr 51, poz. 458).
- Tracz, M. (2005). O niektórych kryteriach doboru treści nauczania do podstawy programowej i programu nauczania z podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 207–211.
- Tracz, M. (2006). Rola i znaczenie podstaw przedsiębiorczości w kształceniu ogólnym. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 2, 222–225.
- Tracz, M. (2015). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów i nauczycieli – studium porównawcze. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 391–400.
- Tracz, M., Rachwał, T. (2007). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości – założenia realizacji a przygotowanie nauczycieli. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 286–296.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–256.
- Ziółkowska-Weiss, K. (2014). Problematyka podstaw przedsiębiorczości w opinii uczniów szkoły ponadgimnazjalnej. Przydatność w życiu czy konieczność nauki? *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 366–376.

Kamila Ziółkowska-Weiss, dr, absolwentka kulturoznawstwa na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz geografii na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Ukończyła podyplomowe studia na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie na kierunku zarządzanie turystyką międzynarodową. Od 2012 r. pracownik naukowy na stanowisku asystent w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Czynny pilot wycieczek. Autorka kilku publikacji naukowych. Główne zainteresowania naukowe to turystyka kulturowa, mniejszości narodowe i grupy etniczne w Małopolsce oraz Polonia w USA.

Kamila Ziółkowska-Weiss, PhD, graduate of Culture Studies at the Jagiellonian University and of Geography on the Pedagogical University in Cracow. She has graduated from postgraduate studies in international tourism management at the Cracow University of Economics. Since 2012 she has been a research worker, acting as an assistant in the department of Tourism and Regional Studies on the Pedagogical University in Cracow. An active tourist guide. The author of several academic publications. Her main academic interests are in cultural tourism, ethnic groups in Małopolska and Polish minority in USA.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Turystyki i Badań Regionalnych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: kamilacamela@wp.pl

Spis treści

Wprowadzenie	3
Część 1. Przedsiębiorczość w rozwoju układów przestrzennych	
ZBIGNIEW ZIOŁO	
Przedsiębiorczość w rozwoju układów lokalnych	6
JACEK SOŁTYS, SŁAWOMIR DOROCKI	
Wskaźnik przedsiębiorczości w jednostkach terytorialnych Polski – zróżnicowanie w czasie i przestrzeni	18
IWONA KINIORSKA, JANINA WROŃSKA-KICZOR	
Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju terenów wiejskich województwa świętokrzyskiego.	36
CELINA GRAŻYNA GABIŃSKA	
Uwarunkowania rozwoju kapitału ludzkiego na obszarach wiejskich województwa podlaskiego	52
JACEK STROJNY	
Wielowymiarowa analiza porównawcza województw: podkarpackiego i małopolskiego	68
BEATA STELMACH-FITA	
Rola geoinformacji we współdziałaniu jednostek samorządu terytorialnego z przedsiębiorcami	85
JOANNA DOMINIĄK	
Rola otoczenia biznesu we wspieraniu przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. Przykład Wielkopolski.	98
WIOLETTA KILAR	
Technopolie jako miejsca lokalizacji korporacji informatycznych	114
KRYSTIAN SOWISŁOK	
Rola Zabrzańskiego Centrum Rozwoju Przedsiębiorczości w rozwoju lokalnej przedsiębiorczości	123
IVAN PIROZHNIK	
Rozwój drobnej przedsiębiorczości na Białorusi i cechy jej układu przestrzennego ..	134
LIWIUSZ WOJCIECHOWSKI	
Empirical Verification of Dynamic Dependences Between Productivity and Economy Openness. The Case of Visegrad Countries	149
Część 2. Przedsiębiorczość w rozwoju firm i sektora turystyki	
DANUTA JANCZEWSKA	
Proces zarządzania wiedzą w mikroprzedsiębiorstwie w aspekcie przekształcania w firmę inteligentną.	164

JERZY JANCZEWSKI

Efektywne wykorzystanie zasobów jako czynnik konkurencyjności i przedsiębiorczości
w usługach motoryzacyjnych 176

PAWEŁ MAREK WORONIECKI

Warunki przepływu pomocy publicznej do podmiotów gospodarczych w ujęciu polskiego
prawodawstwa 190

ANDRZEJ TOKARSKI, MAREK MATUSZAK

Upadłość jako instytucja gospodarki rynkowej 199

MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA

Czynniki warunkujące atrakcyjność dokonywania zakupów
na placach targowych Krakowa 217

KINGA KRZESIWO

Spółeczne i gospodarcze aspekty rozwoju turystyki narciarskiej 233

MAŁGORZATA LUC, MAGDALENA TEJWAN-BOPP, CLEMENS BOPP, JACEK B. SZMAŃDA

E-turystyka natywna szansą rozwoju przedsiębiorczości wśród społeczności lokalnych ... 245

MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA, MARIOLA TRACZ, RADOSŁAW ULISZAK

Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie
gospodarstw agroturystycznych województwa małopolskiego 256

MICHAŁ ŻEMŁA

Wykorzystanie podstawowych funkcji Internetu w przyciąganiu gości przez gestorów
polskich schronisk górskich 274

PIOTR DOMINIK

Edukacyjna rola szlaków kulinarnych 282

Część 3. Uwarunkowania rozwoju postaw przedsiębiorczych w procesie edukacyjnym

DANUTA PIRÓG

Wybrane determinanty przedsiębiorczości indywidualnej – zarys stanu badań 300

AGNIESZKA ŻUR

Możliwości i ograniczenia przedsiębiorczości w kontekście zwalczania wykluczenia
społecznego 315

MAŁGORZATA KOSAŁA

Przedsiębiorczość imigrantów w państwach UE i krajach OECD 326

ALEKSANDRA GAWEL

Wirtualne gry strategiczne – narzędzie edukacji przedsiębiorczej czy eksperymentalna
metoda badawcza w badaniach nad przedsiębiorczością? 340

ANGELIKA ANDRZEJCZYK

Metody badań edukacji przedsiębiorczej 352

AGNIESZKA SKALA

Badanie efektywności programów edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości
na podstawie studium przypadku Politechniki Warszawskiej – komunikat z badań 364

MARIUSZ MAKOWSKI

Determinanty przedsiębiorczości w opinii nauczycieli i przedsiębiorców. Konkluzje i praktyczne wskazania z programu Perspective 378

AGATA POCZMAŃSKA, ROKSANA PIERWIENIECKA

Edukacja przedsiębiorczości w ramach kształcenia zawodowego a sytuacja jego absolwentów na rynku pracy 391

TOMASZ RACHWAŁ, KRZYSZTOF WACH

Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankietyzacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych 405

JACEK STROJNY, MICHAŁ CHODOREK

Badanie poziomu przedsiębiorczości indywidualnej na grupie studentów studiów magisterskich Wydziału Zarządzania Politechniki Rzeszowskiej 416

WIOLETTA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, WIKTOR OSUCH, TOMASZ RACHWAŁ, AGNIESZKA ŚWIĘTEK

Koncepcja oceny i kształtowania postaw przedsiębiorczych na podstawie narzędzi wypracowanych w ramach projektu RLG 426

WIOLETTA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, TOMASZ RACHWAŁ, MARCIN SEMCZUK, AGNIESZKA ŚWIĘTEK

Kształtowanie postaw przedsiębiorczych z uwzględnieniem zasad ekorozwoju wśród uczniów z wykorzystaniem gry PowerPlayer wypracowanej w ramach projektu SUSEN 444

KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS

Ocena nauczania podstaw przedsiębiorczości przez uczniów liceum ogólnokształcącego. . 457

Contents

Introduction	4
Part 1. Entrepreneurship in the Development of Spatial Systems	
ZBIGNIEW ZIOŁO	
Entrepreneurship in the Development of Local Systems	6
JACEK SOŁTYS, SŁAWOMIR DOROCKI	
Indicator of Entrepreneurship in the Polish Territorial Units – Diversity in Time and Space	18
IWONA KINIORSKA, JANINA WROŃSKA-KICZOR	
Entrepreneurship as a Factor of Development of Rural Areas of the Świętokrzyskie Voivodeship	36
CELINA GRAŻYNA GABIŃSKA	
Conditions for Development of Human Capital in Rural Areas of the Podlaskie Voivodeship	52
JACEK STROJNY	
Multidimensional Comparative Analysis of the Voivodeships: Podkarpackie and Małopolskie	68
BEATA STELMACH-FITA	
The Role of Geoinformation in Partnership between Local Government Units and Business	85
JOANNA DOMINIAK	
The Role of Business Environment in Promoting Entrepreneurship and Innovation. An Example of Wielkopolska	98
WIOLETTA KILAR	
Technopoles as Places of the Location of IT Corporations	114
KRYSZTOF SOWISŁOK	
The Role of Zabrze Centre for Supporting Entrepreneurship in Developing Local Entrepreneurship	123
IVAN PIROZHNIK	
Small Entrepreneurship Development in Belarus and Characteristics of its Spatial System	134
LIWIUSZ WOJCIECHOWSKI,	
Empirical Verification of Dynamic Dependences Between Productivity and Economy Openness. The Case of Visegrad Countries	149
Part 2. Entrepreneurship in the Development of Enterprises and Tourism Industry	
DANUTA JANCZEWSKA	
Knowledge Management Process in Micro Enterprise – in View of Creation of Intelligent Enterprise	164

JERZY JANCZEWSKI	
Efficient Use of Resources as a Factor of Competitiveness and Entrepreneurship in the Automotive Services	176
PAWEŁ MAREK WORONIECKI	
Conditions of Flow of Public Aid to Economic Agents in Terms of Polish Legislation	190
ANDRZEJ TOKARSKI, MAREK MATUSZAK	
Bankruptcy as an Institution of the Market Economy	199
MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA	
Conditions of the Attractiveness of Purchases at the Markets in Cracow.	217
KINGA KRZESIWO	
Social and Economic Aspects of Development of Ski Tourism	233
MAŁGORZATA LUC, MAGDALENA TEJWAN-BOPP, CLEMENS BOPP, JACEK B. SZMAŃDA	
Native E-tourism as an Opportunity for Development of Entrepreneurship in Local Communities.	245
MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA, MARIOLA TRACZ, RADOSŁAW ULISZAK	
Conditions for Development of Entrepreneurship in Rural Areas on the Example of Agritourism Farms in the Małopolska Voivodeship	256
MICHAŁ ŻEMŁA	
The Use of Basic Internet Functions in Attracting Visitors by Operators of Polish Mountain Huts	274
PIOTR DOMINIK	
Educational Role of Culinary Trails	282
Part 3. Conditions for the Development of Entrepreneurial Attitudes in the Educational Process	
DANUTA PIROG	
Selected Determinants of Individual Entrepreneurship: an Outline of the Current State of Research	300
AGNIESZKA ŻUR	
Contributions and Limitations of Entrepreneurship in Fighting Social Exclusion.	315
MAŁGORZATA KOSAŁA	
Immigrant Entrepreneurship in the EU and OECD Countries	326
ALEKSANDRA GAWĘŁ	
Virtual Strategic Games – Tool of Entrepreneurial Education or Experimental Research Method in Entrepreneurship Field of Study?	340
ANGELIKA ANDRZEJCZYK	
The Research Methods of Entrepreneurship Education	352
AGNIESZKA SKAŁA	
The Effectiveness of Educational Programs in Entrepreneurship, Based on a Case Study of the Warsaw University of Technology – Statement of the Research	364

MARIUSZ MAKOWSKI

Determinants of Entrepreneurship in the Perspective of Teachers and Entrepreneurs.
Conclusions and Practical Guidelines from Perspective Program 378

AGATA POCZMAŃSKA, ROKSANA PIERWIENIECKA

Entrepreneurship Education in Vocational Education and Training and the VET Graduates'
Situation on the Labor Market 391

TOMASZ RACHWAŁ, KRZYSZTOF WACH

An Investigation into Entrepreneurial Intentions of the Young Generation: Survey Results
Among Students of Non-economic Fields of Studies 405

JACEK STROJNY, MICHAŁ CHODOREK

Examination of the Level of Individual Entrepreneurship within the Group of Graduate
Students of the Faculty of Management, University of Rzeszów 416

WIOLETTA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, WIKTOR OSUCH, TOMASZ RACHWAŁ, AGNIESZKA ŚWIĘTEK

The Concept of Assessment and Development of Entrepreneurial Attitudes Based
on Instruments Developed within the Framework of the Project RLG 426

WIOLETTA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, TOMASZ RACHWAŁ, MARCIN SEMCZUK, AGNIESZKA
ŚWIĘTEK

Development of Entrepreneurial Attitudes with Regard to the Principles of Sustainable
Development Among Pupils Using the PowerPlayer Game Developed Within the Project
SUSEN 444

KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS

Assessment of Basics of Entrepreneurship by Students of the General Education Secondary
School 457