

ROCZNIK NAUKOWY
A SCIENTIFIC ANNUAL 13 ▪ 2017

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ – EDUKACJA

UWARUNKOWANIA
ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

pod redakcją Zbigniewa Ziolo i Tomasza Rachwał



ENTREPRENEURSHIP – EDUCATION

CONDITIONS
FOR DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

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

13

Redaktor naczelny/Editor-in-chief: Zbigniew Ziolo

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

Rada Redakcyjna/Editorial Board: Monika Borowiec-Gabryś, Roy Canning, Paweł Czapliński, Sławomir Dorocki, Bronisław Górzyński, Wiesława Gierańczyk, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Sławomir Kurek, Matthias Pilz, Tomasz Rachwał (wiceprzewodniczący/vice-chair), Tatjana Resnik Planinc, Ryszard E. Różga Luter, Yolanda Carbajal Suárez, Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Ščírba, 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 Fajferek, Liudmila Fakeyeva, Aleksandra Gawel, Hanna Godlewska-Majkowska, Bronisław Górzyński, Andrea Gubik, Wojciech Jarczewski, Jerzy Kitowski, Tomasz Komornicki, Małgorzata Kosała, Karolina Kotulewicz, Nazar Kudła, Sławomir Kurek, Marta Najda-Janoszka, Eugeniusz Rydz, Jacek Strojny, Przemysław Śleszyński, Maria Urbaniec, Krzysztof Wach, Marek Więckowski, 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 angielskojęzycznych wersji artykułów autorów polskich przy wsparciu środków MNiSW, pozyskanych przez Polskie Towarzystwo Geograficzne – zadanie finansowane w ramach umowy 599/P-DUN/2016 ze środków Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego przeznaczonych na działalność upowszechniającą naukę.



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UP, Kraków 2017

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>

Współwydawca/Co-publisher:

Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu
Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Druk/Printed by Zespół Poligraficzny WN UP

Wprowadzenie

W warunkach gospodarki rynkowej ważnymi czynnikami rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego są wykształcone postawy przedsiębiorcze, umiejętność współpracy oraz zdolność jednostek do organizacji działalności gospodarczej w warunkach zmieniającej się chłonności rynku i pojawiających się nowych potrzeb. Istotną rolę odgrywają także ogólne procesy polaryzacyjne, różnicujące poziom rozwoju poszczególnych układów przestrzennych oraz działania zmierzające do ich wyrównywania. Mechanizmy te w znacznym stopniu są związane z poziomem rozwoju bazy ekonomicznej różnej skali układów przestrzennych oraz uwarunkowaniami politycznymi i jakością wdrażanych instrumentów prawnych. W zasadniczym stopniu wpływają one na możliwości rozwoju przedsiębiorczości w różnej skali układach przestrzennych, od skali lokalnej przez skalę regionalną do skali krajowej. Duże znaczenie dla rozwoju gospodarczego mają również odpowiednie zasoby kapitału ludzkiego i społecznego, pobudzające zachowania przedsiębiorcze poszczególnych osób, przedstawicieli administracji centralnej i układów samorządowych.

W tym nurcie znajdują się prace badawcze przedstawicieli różnych ośrodków krajowych i zagranicznych podejmujących problematykę uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, publikowane w niniejszym tomie. Autorzy wyszli z założenia, że nasilające się procesy postępu technologicznego stwarzają nowe możliwości rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego oraz kształtują nowe relacje między podmiotami gospodarczymi a otoczeniem, wpływając na zmianę uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w różnej skali układach przestrzennych. Podejmując tematykę rozwoju lokalnego, zwrócono uwagę na uwarunkowania krajowe i międzynarodowe, które w opinii inwestorów zagranicznych i przedsiębiorców krajowych wpływają na ten proces. Szczególnie uważnie potraktowano zagadnienie ograniczania barier rozwoju przedsiębiorczości związane w znacznym stopniu z wdrażaniem instrumentów prawnych oraz z sytuacją finansową podmiotów gospodarczych i gospodarstw domowych. W roczniku podjęto również problematykę możliwości rozwoju przedsiębiorczości w różnej skali układach przestrzennych, wychodząc od metropolii, którą jest Kraków, przez warunki kształtowania przedsiębiorczości w małych miastach regionu łódzkiego w świetle opinii właścicieli firm, aż do zarysowania działań samorządu terytorialnego na rzecz przedsiębiorczości w partnerstwie z instytucjami nauki i biznesu w Rybniku. Podano także przykłady wpływu przedsiębiorczości na kształtowanie miejskiej przestrzeni publicznej, rozwój energetyki odnawialnej oraz motywę migracji Polaków w strefie nadgranicznej. Podkreślono znaczący wpływ środków pochodzących z Unii Europejskiej na rozwój lokalny na przykładzie Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin, a także na kształtowanie bazy turystyczno-sportowej w Gliwicach oraz rozwój turystyki w obszarach przygranicznych, szczególnie północno-wschodniej i wschodniej Polski.

Kolejna grupa prac dotyczy wpływu przedsiębiorczości na rozwój podmiotów gospodarczych. W tej części podniesiono problematykę kształtowania przedsiębiorczości akademickiej oraz zaprezentowano koncepcję modelu biznesowego w mikroprzedsiębiorstwie, wykorzystującego reguły gospodarki opartej na wiedzy. Zwrócono również uwagę na ewolucję kosztów, jakoś funkcjonowania przedsiębiorstw, skuteczność i efektywność narzędzi komunikacji marketingowej oraz tendencje przemian działalności handlowo-usługowej w układach lokalnych. Przedstawiono możliwości rozwoju przedsiębiorczości w formie agroturystyki oraz uwzględniono problematykę postaw konsumenckich.

Bardzo ważnym czynnikiem rozwoju przedsiębiorczości jest odpowiednie przygotowanie kadr oraz kształtowanie korzystnej opinii społecznej sprzyjającej rozwojowi działalności gospodarczej. W roczniku zaprezentowano różne formy edukacji oraz możliwości wykorzystania w niej idei tutoringu. Zwrócono także uwagę na rozwój kompetencji przedsiębiorczych oraz zmiany celów i treści kształcenia na poziomie szkoły średniej, a także szkół wyższych w ramach nowych kierunków studiów i specjalności. Ważnymi zagadnieniami odnoszącymi się do tej problematyki są także wirtualizacja uczelni wyższych oraz motywowanie pracowników organizujących proces edukacyjny. Istotne znaczenie w zakresie rozwoju przedsiębiorczości mają też tendencje zmian na rynku pracy, do których powinny dostosować się profile kształcenia na poziomie akademickim i ponadpodstawowym. Wskazano na konieczność dostosowania ich do oczekiwań przedsiębiorców, którzy stwarzają zapotrzebowanie na określone umiejętności potencjalnych pracowników. Istotną rolę dla kształcącej się młodzieży odgrywają w tym względzie lokalne i regionalne rynki pracy. Na podstawie teorii instytucjonalnej przedstawiono też zróżnicowanie wyników kształcenia szkolnictwa ponadpodstawowego.

Tom kończą notatki z praktyki szkolnej, w których uczniowie zaprezentowali funkcjonowanie swojej szkoły, zwracając uwagę na kształtowanie w niej konstruktywnego myślenia, oraz opis działań na rzecz edukacji w zakresie przedsiębiorczości podejmowanej przez Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.

Zaprezentowane prace dokonują analizy uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości w wybranych aspektach. Należy wnosić, że problematyka rozwoju przedsiębiorczości będzie nabierała coraz większego znaczenia, a uwarunkowania będą coraz precyzyjniej poznawane dla celów kreowania racjonalnych strategii rozwoju społeczno-gospodarczego i kulturowego układów przestrzennych, zwłaszcza lokalnych i regionalnych. Mamy nadzieję, że zamieszczone w tomie artykuły pobudzą do poszukiwania nowych ujęć tej bardzo ważnej problematyki, która wpływa na ogólny rozwój społeczno-gospodarczy i podniesienie konkurencyjności przestrzeni krajowej.

Zbigniew Ziolo i Tomasz Rachwał

Introduction

In market economy conditions, important factors determining economic, social and cultural development include entrepreneurial attitudes, ability to cooperate and the ability to organise economic activity of business entities in the changing absorption of market and emergence of new needs. An important role is attributed also to polarisation processes differentiating the level of development of individual spatial systems and actions undertaken in order to equal them. These mechanisms are largely related to the level of economic base development of different scale of spatial systems and political circumstances, as well as the quality of implemented legal instruments. They significantly affect the opportunities for enterprise development in different scales of spatial systems – from local, through regional, to national. of great importance for the economic development are also adequate human resources and social capital which stimulate entrepreneurial behaviour of representatives of central and local governments.

Research papers presented in this volume, written by academics from national and foreign centres and dealing with the topic of conditions for development of entrepreneurship, represent this very current. The authors assumed that the intensifying processes of technological progress offer new opportunities for economic, social and cultural development, as well as form new relationships between business entities and their surrounding influencing a change in conditions for entrepreneurship development in different scales of spatial systems. When discussing local development, the authors paid attention to national and international conditions which, in the opinion of foreign investors and national entrepreneurs, influence this process. With particular care the authors treated the topic of reducing barriers to entrepreneurship associated largely with the implementation of legal instruments and financial situation of business entities and households. The present volume discusses the issue of development of entrepreneurship in different scales of spatial systems, starting with the metropolis that is Kraków, through the conditions of forming of entrepreneurship in small towns of the Łódź region as seen by business owners, to sketching the activities of local government for entrepreneurship in partnership with science and business institutions in Rybnik. Also provided are examples of the impact of entrepreneurship on the formation of urban public space and development of renewable energy. Additionally, motives for migration of Poles in the borderland areas are included. Authors emphasise the significant influence that European Union funds have on local development (as seen through the example of Miechów Communes Association), the formation of leisure and sport facility base in Gliwice, and the development of tourism in border areas, particularly the north-eastern and eastern Poland.

Another group of articles concerns the impact of entrepreneurship on the development of business entities. This section deals with the issue of shaping academic entrepreneurship and presents the concept of business model in a microenterprise which uses the rules of knowledge-based economy. Special attention was also paid to the evolution of costs, the quality of functioning of enterprises, the effectiveness and efficiency

of marketing communication tools, and trends of transformations in commercial and service activity in local systems. The possibilities for development of agritourism businesses and the topic of consumers' attitudes were presented.

One of the crucial factors in entrepreneurship development is the properly trained personnel and shaping a favourable opinion of the society facilitating the development of economic activity. The volume discusses various forms of education and the use of tutoring as one of them. Attention was also paid to the development of entrepreneurial competencies and the change in education aims and content at secondary level, as well as higher education level as part of new subjects and specialisations. Important topics related to this issue are also the virtualisation of universities and motivation of staff responsible for organising the educational process. Changes in the labour market, to which secondary and university level education profiles should adapt, have vital importance in terms of development of entrepreneurship. The authors point out the need to adjust them to the expectations of entrepreneurs who create the demand for specific skills of potential employees. In this context, local and regional labour markets play an important role for the youth. On the basis of institutional theory, the diversification of learning outcomes on secondary level was presented.

The volume is concluded with notes from school practice. Students commented on the functioning of their school with special emphasis on the encouragement of constructive thinking. This section also includes a description of measures undertaken by the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of the Institute of Geography of the Pedagogical University of Cracow in favour of entrepreneurship education.

The papers presented in the volume analyse the conditions for development of entrepreneurship in selected aspects. It can be assumed that said topic will continue to grow in relevance and the conditions will be more and more thoroughly studied in order to create rational strategies of socio-economic and cultural development of spatial systems, local and regional ones in particular. We hope that the articles included will encourage a search for new outlooks on the crucial topic of conditions for development of entrepreneurship which influences the general socio-economic development and increases national competitiveness.

Zbigniew Ziolo and Tomasz Rachwał

Rola przedsiębiorczości
w rozwoju układów przestrzennych

CZĘŚĆ 1
PART 1

The Role of Entrepreneurship
in the Development of Spatial Systems

ZBIGNIEW ZIOŁO

Pedagogical University of Cracow, Poland ■ Podkarpacka Higher Education School in Jasto, Poland

The Determinants of Entrepreneurship Development in Spatial Systems

Abstract: the processes of technological progress create new opportunities for economic, social and cultural growth, shape new relations between economic entities and their environment, and influence changes in the determinants of entrepreneurship development. These processes vary significantly in certain geographic locations, characterised by an enormous diversity of natural, social, economic and cultural structures. As a consequence, this creates different opportunities and different conditions for the development of entrepreneurship in certain spatial scales, from the continental scale, through national and regional to local scales. The article presents complex conditions for the development of entrepreneurship, highlights its limitations resulting from institutional barriers, and the importance of knowing the mechanisms of mutual relations between spatial systems and the influence of control instruments. The quality of central and local government authorities is of particular significance here, which do not always properly use the mechanisms of rational business support. A serious barrier to the development of entrepreneurship is the low quality of social capital, manifested in a lack of trust in institutional authorities and reluctance to engage in entrepreneurship and business development. The conclusions point out that further research should be developed that will take into account changing business conditions, with a defined strategic goal of raising the quality and standard of living, international competitiveness of the country and products in different market categories.

Keywords: spatial systems; conditions of development; geographical space

Received: 2 January 2017

Accepted: 30 June 2017

Suggested citation:

Zioło, Z. (2017). The determinants of entrepreneurship development in spatial systems. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 8–24. DOI: 10.24917/20833296.13.1

The intensifying processes of technological progress create new opportunities for economic, social and cultural growth, shape new relations of commercial entities with their environment, and influence changes in the conditions of enterprise development. These processes vary significantly in certain geographic locations, characterised by an enormous diversity of natural, social, economic and cultural structures (Zioło, 2003).

As a consequence, this creates different opportunities and different conditions for the development of entrepreneurship in certain spatial scales, from the continental scale, through national and regional to local scales. Therefore, in order to rationally stimulate the development of the entrepreneurial activity, within the structure of spatial systems that are diverse in terms of their potential and functions and the developing economic entities within them, the knowledge of the underlying conditions and rules of the development of entrepreneurship is indispensable (Armington, Acs, 2002; Lee, Florida, Acs, 2004; Rachwał, 2003; Ziolo, Rachwał, 2006, 2008, 2016; Kudelko, 2013).

The change in the determinants of entrepreneurship development is primarily influenced by the civilisation development process that manifests itself in the transition from the industrial and post-industrial phases of development to the information phase. As a consequence, the role of industry and services is diminishing, while the importance of science, which takes over as an economic base, and enables the development of a knowledge-based economy, is growing. The expression of this is the extensive process of automation and robotisation of production and services, which increasingly eliminate the size of employment. Employees are replaced by cheaper, more efficient machines and robots, which will entail the implementation of new information delivery, management and work organisation systems, as well as staff training.

As a result of developing telecommunications, the world space becomes more and more accessible and enables the transmission of information, regardless of the physical distance. This feature permits the development of spatial relationships concerning production, cooperation, raw materials, services, technology, capital, finance and the use of knowledge and new technological solutions. These processes affect the increasing demand for new quality staff, changes in market connections, and sometimes new social, economic, cultural and political relationships.

The outlined tendencies modify the conditions, as well as create new opportunities for the development of entrepreneurship, as well as production and service activities for economic entities, diversified regarding the branches and technical and economic potential and functions. Literature of the subject (Wach, 2015), as well as many in-depth empirical studies, presented in successive volumes of the journal "Entrepreneurship – Education", allow for trying to synthesise this complex and interdisciplinary research problem concerning the determinants of entrepreneurship development in spatial systems¹.

We assume that the attempt to synthesise existing research results will also be the basis for conducting more and more precise research into the development of economic activity and determining their impact on the economic, social and cultural development potential of different spatial scales. We recognise that the development of entrepreneurial attitudes of society will have a significant impact on economic growth,

¹ The issues of entrepreneurship development and entrepreneurship education at the school and academic level, as well as studies in this field, were intensified with the establishment of the Department of Entrepreneurship and Spatial Management in the structure of the Institute of Geography of the Pedagogical University of Cracow. It has been assumed that in the face of the growing role of economic entities in the context of escalating globalisation, there is a need to shape entrepreneurial attitudes in society. It is the subject of a series of conferences devoted to the issues of entrepreneurship development and education, as well as the "Entrepreneurship – Education" series. To date, 13 scientific meetings have been held together with the Conference of Teachers of Entrepreneurship and 12 volumes have been published. The list of all publications is included in the paper by T. Rachwał in this volume.

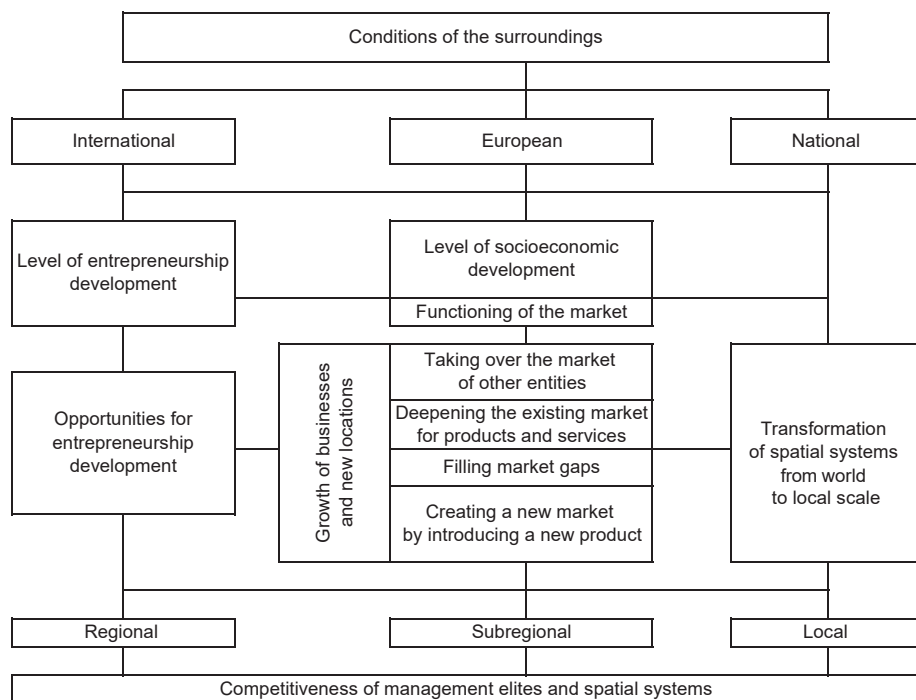
and on the levelling spatial disparities in this area, as well as the level and quality of life of the population.

We assume that in order to intensify the development processes of different spatial scales, it is crucial to promote the dissemination and enhancement of the quality of entrepreneurship education, both at the school and academic levels (Zioło, 2012; Kurek, Rachwał, 2009; Zioło, Rachwał, 2012; Wach, 2013; Rachwał, Kurek, Boguś, 2016; Nowak, 2016). An important role in this respect is played by education, further training and improvement of entrepreneurship teachers and the society. Fundamental to the intensification of civilisation development and the active involvement of the economy in modern development processes, is to strive for the best possible preparation of the entire society for new challenges. It can be achieved by increasing its intellectual resources and building human and social capital (Westlund, Bolton, 2003; Kamińska, Heffner, 2010; Zioło, 2010).

Conditions for the development of entrepreneurship

The determinants of entrepreneurial development and activity are both internal structures of spatial systems and relations with different categories of the environment (Fig. 1). The international, European and national environments, as well as regional and local contexts, play a significant role in the development of entrepreneurship. Under conditions of increasing competitiveness, the environment creates demand for products or services.

Fig. 1. Conditions of entrepreneurship development in regional systems



Source: own development

The formation of entrepreneurship in regional arrangements is fundamentally affected by the extent of their openness to the environment, absorption and the potential for deepening international, European and national markets. Internal determinants of the economic, social and cultural potential of sub regional, supra-local and local systems also play a significant role. To stimulate and increase the effectiveness of this process, the quality and level of intellectual resources of entrepreneurs and elites in the local, social and political structures, and their ability to undertake joint efforts for the economic and cultural development of the spatial layout are also important. The level of their professional preparation and their ability to use internal resources and market mechanisms to stimulate and intensify the development of business entities are of particular importance. It is achieved through the development of appropriate direct and indirect impact tools tailored to the specific conditions of a given spatial scale, regarding the market needs of their environment.

The influence of international, European and national circumstances on business development often changes and is reflected in the current economic, social and political situation in their internal structures. On the global scale, the interactions between the global growth poles, namely the United States, China, Japan and Russia, and the potential for strengthening their links with the Polish economy are exerted by mutual relations. Reciprocal relationships, and especially the degree of intensification of cooperation, can influence the stimulation of typical development, stagnation or even recession².

A significant influence on the development of entrepreneurship of regional systems is exerted by the potential of capital and financial resources, political stabilisation and developing markets. They affect the intensification of investment processes, increasing the size of production and services offered. They also stimulate the growth of existing businesses and the opportunities for new locations for diverse activities. They can influence the takeover of other market players, deepen existing markets, fill market gaps, and create new markets for new, most often more competitive products or services.

The economic potential and spatial structure of individual regions are distinguished by their different attractiveness for stimulating development processes (Kudelfko, 2003). It is why the outlined mechanism can variously influence change, leading to levelling the existing differences in the development of regions, changing their proportional increase or intensification of polarisation processes, by spatial concentration of locations and activities of enterprises in particular areas or local systems³.

² An example is an embargo of Russia on Polish agricultural products, mainly from eastern regions, which is the result of worsening political relations, as well as the increase in oil and gas prices relative to Western European countries, the need to seek new markets for agricultural products. The influx of cheap knitwear, clothing and shoes from the Far East, the impact of the decline of these branches in the country, including craft establishments located in local arrangements. Many fears for European countries prompted the postponed trade agreement with the countries in North America – TTIP. It was recognised that some points of this agreement were very unfavourable for the European Union countries. In particular, these include the potential for private corporate governance above the legislation of sovereign governments; the banking sector policy set by the Federal Reserve, Wall Street and the European Central Bank; the introduction of the US agricultural policy, especially regarding GMOs and subsidies for agriculture and the proposed rule that no European country can impose laws prohibiting access to its food market and GMO seeds; and adopting standards introduced by the Food and Drug Administration (GlobalResearch, 7.09.2016).

³ It is indicated by, among other things, the changing number of headquarters of the 500 largest domestic companies. Between 2000 and 2014 the number of them in the Mazowieckie Voivodship increased from

In the process of socio-economic development in the structure of various spatial systems, there have always occurred diverse conditions of the development of economic activity. They refer to changing management systems, which are characterised by certain features enabling the location and development of business (Fierla, Kuciński, 1999; Kuciński, 1997, 2006). Hence, in the structure of spatial systems, we encounter companies emerging in different periods of development: in the pre-war years, the years of the centrally controlled economy, in the years of implementation of market economy rules and in recent years in the developed market economy. These changes often diversely influenced the shaping of socioeconomic and spatial structures (Kieżun, 2012; Karpiński et al., 2015; Dwilewicz, Morawski, 2015; Ślęzak, 2016).

At the same time, individual spatial arrangements sometimes create different conditions for the development of entrepreneurship, the location of new businesses and the possibility of increasing the activity of economic entities. In general, it can be assumed that the conditions underlying their existence are differences in natural, economic, social and cultural conditions (Zioło 2003). Conditionally delimited factors create a variety of opportunities for location and development of production and service activities (Table 1). The natural conditions are determined by geological structure, weather, water conditions, relief, soil quality, as well as flora and fauna⁴.

Social determinants include the resources and quality of material culture, the demographic potential, the level of development and the quality of human and social capital, as well as the infrastructure and the settlement network.

Cultural considerations play an increasingly important role in the development of economic activity. These include, but are not limited to, the spiritual culture, aspirations of society, level of education, intellectual resources, as well as quality of social, cultural and political consciousness that fundamentally influence the level of community's innovation. Change starts in the knowledge base of a properly educated individual and society, who, by using basic and laboratory research, take the risk of producing a new or existing product, assess the market absorption, and determine further business opportunities.

Production and service functions of companies and their location in the global, European, national, regional or local space play a significant role in the attractiveness of business areas. Access to decision centres, access to capital and various categories of markets (product outlets, raw and cooperation materials supplies, etc.) are of particular importance.

191 to 210, in the Dolnośląskie Voivodeship from 28 to 49. In the Lubuskie Voivodeship it remained constant and amounted to 7. However, in Zachodniopomorskie it decreased from 13 to 4, in the Śląskie Voivodship from 62 to 45 and Podkarpackie from 17 to 9. It was accompanied by a change in the concentration of their economic potential and management (Śleszyński, 2007).

⁴ For example, geological resources allow the exploitation of existing resources, which may have international (copper and associated resources of silver, gold), domestic (oil, natural gas, rock), regional or local (ceramic clay, gravel, sand) importance. In the process of economic development their role can be changed, e.g. decrease in importance of coal and sulphur or increase in the importance of copper. Areas of exploitation of resources or post-mining areas may be the basis for the development of new activities such as tourism, education or leisure. The quality of the geological substrate also influences the location of particular groups of objects that require specific strengths of the ground or hydrogeological relationships (e.g. hydrothermal resources), and others.

Table 1. Conditions for the development of entrepreneurship in spatial systems

	Groups of conditions	Selected features of conditions
Environmental	Geological resources	Resource exploitation, tourism – geological peculiarities
	Climatic conditions	Power industry, tourism, health and leisure services
	Water conditions	Power industry, transport, tourism, sport, health and leisure services
	Landforms	Power industry, transport, tourism, sport, health and leisure services, crops
	Soils	Competitive crops of cereals, root crops, industrial crops, grasslands
	Vegetation	Crops, tourism, health and leisure services, ecosystems
	Animals	Hunting tourism, ecosystems
Economic (level of development)	Potential and structure of agriculture	Growing of cereal crops, root crops, industrial crops, meadow crops
	Potential and structure of industry	Development or change of production of existing companies, acquisition of companies and recapitalisation or liquidation, location of new companies or branches, development of production, raw materials and cooperation, service activities
	Infrastructure and transport accessibility	Temporal, road and IT availability
	Quality of service network	Utilising the existing or developing new ones
	Institutional efficiency	Legal, administrative, financial, health and educational services
	Capital resources	Business entities, institutions of the population as consumers of products and services
	Financial resources – market absorption	Potential absorption of the market for products and services
Social	Material culture	Technical condition and quality of housing, communal and institutional infrastructure
	Demographic structures	Gender, age, birth rate, migration, occupational activity
	Potential and quality of labour resources	Resources, level, quality and structure of professional qualifications
	Human capital	The ability to work together, the level of professional qualifications, ability and willingness to improve and further develop
	Social capital	Degree of social trust, ability to set and achieve development goals, willingness to mutual help, mutual investment and management
	Settlement network	Potential, functions, quality, location of towns, villages, degree of concentration of settlements and buildings, infrastructure and functional links, costs of functioning of settlements and relations between them (economic, temporal)

Cultural, subordinated to the preservation of traditions, the development of entrepreneurial attitudes, the improvement of quality and standard of living, and the acceleration of the information society	Spiritual culture	Principles of religious denominations (ritual, superficial, spiritually deepened), accepted principles of ethics
	Preservation of national, regional, local traditions	Respect, preserve and transmit the traditions of the national, intellectual, material and cultural heritage of the global, European, national, regional and local economy, society and culture
	Aspirations of society	Building and improving visions of directions for the development of the world, the European Union, the state, the region, the settlement unit, the household, the life plans of the adults, the youth and the children to address the challenges of the information society
	Education	The level, quality and directions of education of the population referring to the current and developing job markets of the developing information society
	Intellectual resources	Ability to analyse, willingness to learn about social, economic and cultural mechanisms of reflection to stimulate entrepreneurial attitudes of adults, adolescents and children
	Social awareness	Relationship of social opinion to entrepreneurs (conviction: entrepreneurs are bad people, entrepreneurs are creative people and hard workers, influencing economic development). Degree of understanding and willingness to acquire knowledge and skills in the use of economic and social processes to generate development and increase the competitiveness of society and individuals
	Cultural awareness	Degree of understanding and willingness to acquire knowledge and skills to raise cultural resources in the community to generate the development and increase the competitiveness of societies and individuals
	Political awareness	The level of understanding of the mechanisms shaping global, European, national and regional policy, and its use to stimulate social, economic and cultural growth in society and individuals. Ability to analyse historical processes and use their rules to stimulate socio-economic and cultural growth in a country, region, local jurisdiction
	Level of innovation of society	Constant tracking and readiness to implement new products, services and improvement of management methods as well as social and family cohesion
Spatial location and market accessibility	World	Accessibility to decision centers, physical distance, time, communication, capital and financial constraints and availability to specific market categories
	European	
	National	
	Regional	
	Local	

Steering instruments	World institutions	They define the possibilities of functioning and shaping economic entities, institutions, activities of public authorities and behaviour of the society. The degree of co-ordination of legal instruments is essential to reduce the conflicts of interests of different scales and to stimulate their socio-economic and cultural growth
	European Union	
	National	
	Voivodeship local government authorities	
	Gmina local government authorities	

Source: own development

Economic activity is established within the framework of certain economic rules and the quality and stability of the adopted law. It enables the introduction of specific direct and indirect impact instruments that create more or less favourable conditions and even barriers to the pursuit of a particular type of economic activity.

An important role is also played by the location of areas (or settlement units) in the European, national, regional and local space, accessibility, as well as the quality of legal instruments implemented by the relevant governmental and local authorities.

The outlined conditions in various spheres enable to stimulate entrepreneurship and development of companies with different technical and economic potentials and different functions in the economy of the various spatial scales.

In business activities, there are specific relationships between diverse groups of conditions, which may create a favourable development situation, but they may also have conflicts between them, such as environmental issues, different interests between competing business entities over market takeovers, and also between companies and institutions or the society.

It means that entrepreneurial development is a complicated process requiring a complete analysis of the concept stage, through the programming and design phases to the implementation of the investment, and subsequent running the business and prospective development opportunities. An important role in this respect is also the identification of the possibility of changing the conditions of different spatial scales, direction of technical progress, behaviour of products on the market and others. Among the regional and local structures, the quality of local government, which may create more or less favourable opportunities and even some barriers to business start-up and development, has a significant impact on the development of entrepreneurship⁵.

In general, it is important to assume that every economic activity is carried out within the framework of microeconomic rules in which the pursuit of maximising profit is paramount. In this process, the entrepreneur takes their own decisions with their interests and risks. Active decisions influence potential growth, but incorrect decisions expose an entity to specific losses. It entices entrepreneurs to build development strategies based on current knowledge and anticipated opportunities for changes in location conditions and business development. On the other hand, spatial systems develop by mesoeconomic rules and the national economy based on macroeconomic rules. The natural thing is that between these rules there are certain conflicts to be expected and negotiated between the two. For example, companies would like to pay the lowest taxes and local, regional or state governments would like to increase their financial income. A rational compromise

⁵ Examples of negative behaviour of local and legal authorities in this regard have been presented by Wybranowski (2012a, b), Cieślak-Wróblewska (2014), Zatoński (2016).

in this respect can be made by knowledge of the mechanisms of economic activity and the rules of the development of different scales of spatial systems.

Doing business in Poland in the opinion of foreign investors

According to the view of foreign investors, domestic conditions create favourable opportunities for location and business development. In the first years of transformation and implementation of market economy rules, the main advantage was the possibility of using large well-prepared resources of cheap labour. Thus, the newly-established companies were often to assemble finished products out of the components manufactured mainly in economically developed countries. This activity required a lot of work, which was much more expensive in Western countries than in Poland.

Among the essential prerequisites for undertaking a business activity in Poland, foreign investors mention economic stability, internal market, resources availability, political stability, organisational culture, employee loyalty, work efficiency, etc. (Table 2).

Table 2. Assessment of Poland by foreign investors

Criteria	Points (scale 1–5)
Economic stability	3.91
Internal market	3.79
Availability of materials	3.75
Political stability	3,71
Organisational culture	3.69
Employee loyalty	3.68
Work productivity	3.64
Quality of land	3.59
Acquiring funding	3.57
Availability of personnel	3.53
State of infrastructure	3.42
Public help	3.38
Cooperation with administration	3.37
Labour costs	3.34
Level of corruption	3.34

Source: Woźniak (2015)

As a result of the experience gained in cooperation with Polish companies and favourable conditions for business development, many foreign corporations decide to locate branches that are also producing state-of-the-art products, as well as locate their research and development centres and business service institutions. It is possible due to considerably competitive and qualified staff with various levels of education.

For example, the German concern Trumpf, the world leader in the production of industrial laser machines for the plastic processing of metals, plastics, sheet metal and glass, also develops modern, industrial laser processing. In the last year, the company's production value increased by 10% and reached USD 12 billion. The branch which produces

electronic components for laser machinery for cutting sheet metal has operated in Poland for ten years. The Trumpf Polska branch has grown from a sales point which initially employed only seven employees. It currently employs over 300 workers in the sales department in Warsaw and its manufacturing facility in Zielonka (Trumpf..., 2016). In total, the company invested more than 10 billion euro. The development of a new hall of 3200 m² of the available floor is being constructed. The company representatives in Poland highly value the level of education of their employees and recognise their serious intellectual potential. Using these conditions, it creates jobs in the high technology sector for highly skilled workers, mainly electrical engineers, physicists and engineers. The company is still looking for polytechnic graduates and is going to develop its research and development activities. The whole production from Poland is exported, such as power supplies mainly sold to Japan and South Korea. Poland's qualities are also picking up due to changing international conditions, including the weakening of economic growth in China and Brazil, sanctions against Russia, the UK's exit from the European Union, chaotic situation in Turkey, and uncertainty surrounding terrorist attacks. Moreover, the favourable situation results from the always-developing Polish economy, strong links with the German economy and potential domestic market, which absorbed over 1,800 machines dedicated to sheet metal working. The requirements of the Polish market are evidenced by the fact that 80% of the machines are state-of-the-art devices equipped with a crystal to produce a laser beam, transmitted by an optical fibre.

Similarly, the situation in Poland is assessed by S. Mehra (2017), the HSBC director of service centres. The branches of this company operate in Asian countries: China (2 centres), India (6 centres) and Malaysia, Sri Lanka and the Philippines, as well as in Egypt. The new branch office in Kraków has grown from about 300 employees to 2200. The director emphasises that Kraków creates highly favourable conditions for the development of the business, which manifests itself in the high quality of available staff, mainly young university graduates, with knowledge of foreign languages and new management methods, as well as the presence of companies with similar business profiles. The director emphasises that the best conditions for the development of this type of activity are provided by university cities which have a didactic cadre and the possibility of adapting education profiles to the needs of a given sector of activity. The advantage of Kraków concerning the existing Asian locations is the continuous flow of university graduates for the expanding labour market, high quality and modern office space, developed transport infrastructure, the opportunity to gain work experience and a convenient location in the European area. A serious vehicle is also a common knowledge of English while a barrier is the lack of staff with knowledge of French, Italian and other languages.

Recently, Whirlpool, the world's largest appliance maker, has decided to launch the Common Service Centre in Łódź. Among the potential locations, Poland, according to Vice-President M. Fossataro is "a great place to build and develop a shared service centre". He claims that there are plenty of well-educated people with technical and analytical skills. The Centre is looking for individuals with accounting and analytical skills, knowledge of foreign languages and information systems. "Young people are motivated, energetic, and willing to take part in building something entirely new" (Frąk, 2017). The centre is expected to handle 45 markets from Portugal to Russia and from Scandinavia to Italy and Greece. Labour costs play a smaller role, while the quality of service is of paramount importance, so people are the most important here.

Representatives of foreign companies emphasise that the most favourable conditions for the location of service centres in Poland and branches of modern technology corporations are predominantly in university cities which have adequate scientific staff and considerable resources of the appropriately educated cadre.

Assessment of business conditions by domestic entrepreneurs

The innovation rankings indicate that Poland is usually in the end position among European countries, which means that in this respect it is one of the least developed countries (Duszczyk, 2016; Rochowicz, 2012; Rachwał, 2012; Rachwał, Wiedermann, 2015). It is due in large part to unfavourable fiscal rules, which do not encourage entrepreneurs to indicate the size of expenses on finished development work. As one of the criteria, these rankings take into account the value of companies' R&D expenditures. Meanwhile, the study of the Faculty of Economic Sciences of the University of Warsaw indicates that most domestic companies do not report on expenditures for this purpose in their financial statements. The university research centre, together with the Polish Business Council, based on research conducted in nearly 30,000 private companies, has shown that 37% of them have innovative activity, but only less than 4% have shown it in their financial statements. Companies did not provide this data because unfavourable tax regulations did not encourage the disclosure of expenditures on completed development as intangible assets due to the need for their depreciation.

There is, therefore, the need to create more favourable conditions for companies increasing their R&D expenditures. It is expedient to introduce a new financial relief consisting of, for instance, income tax exemption from the commercialisation of research and development results. It should be emphasised that for entrepreneurs innovative activities are risky, and losses arising from this can be treated by financial institutions as deliberate actions to the detriment of their business. It is also important to create a more friendly atmosphere around entrepreneurs in the public opinion, which will also influence the improvement of the conditions of business development and encourage the establishment of new companies⁶.

New favourable conditions for the development of economic activity have recently appeared in the government and are related to the promotion of Polish products by supporting export and global expansion of the Polish companies (Osiecki, 2016). The Intelligent Development Program is designed to provide entrepreneurs with the right export subsidies. It is supported by the new rules for promoting export and foreign investment, prepared by the Ministry of Development. A new Polish Trade and Investment Agency was established with a network of international retail outlets, replacing existing agencies such as Polish Information and Foreign Investment Agency. The new conditions envisage the possibility of increasing access to finance export as well as pro-export and investment activities of companies. The Foreign Expansion Fund established for this purpose was

⁶ Especially promising is the development of the production of drones. In the years 2015–2016 the value of the Polish drones market increased from PLN 165 million to PLN 201 million, i.e. up by 121.8%. It covers mostly trade (55%), services (33%) and production (12%). Sources of finance for the economic activity are the barrier to development, though. Firms base their expansion mainly with their income (87%) and owners' savings (43%).

strengthened by the Corporation of Export Credit Insurance and the National Economy Bank with the capital and organisational know-how.

The research results of the Maison Research House conducted by the Association of Entrepreneurs and Employers indicate that running a business is becoming more difficult (Ćwiek, Marczuk, 2013). The biggest barrier to entrepreneurship is high non-wage costs, which in 2012 was indicated by 45% of people in business, and in 2013 by as much as 77%. The next barriers include bureaucracy for which 20% and 60% respectively complained, followed by unstable law (21%, 57%), high taxes (32%, 54%), complicated economic law (10% and 44%), offices and officials (10%, 28%), etc.

The authors of the Millennium Index who report on the potential of regional innovations have presented various ways to speed up the processes of innovation of the local economy and enterprises (Niewiadomski, 2016). The report states that there are different conditions in the domestic space in those terms. It was emphasised that the leaders of the implementation of new technologies are companies located in the following voivodeships: Mazowieckie, Małopolskie, Dolnośląskie and Pomorskie. It has also been pointed out that in low-industrialised regions (Podlaskie, Lubelskie, Podkarpackie), a significant influence on the favourable shaping of the innovation potential may be the mutual trust on which social capital can be built.

In other studies, entrepreneurs indicate that weakening of business activity is significantly affected by institutional barriers. Amongst them are the lack of stability of tax regulations, indicated by 52% of entrepreneurs, bureaucracy and administrative burden (50%) and labour costs (42%), as well as grey area and unfair competition (25%), low efficiency of legal system (17%), low quality of human capital (17%), investment processes (15%) and others.

This situation pours into our country's place in world rankings. The ranking "Doing Business" authored by the World Bank showing the ease of doing things, includes Poland in 45th place. However, in several categories it occupies more distant positions, e.g. regarding starting a business it is 116th, concerning taxes it takes 113th place, and regarding obtaining construction permits, it occupies 88th position.

In the following years, Poland significantly increased its competitiveness. In the Global Competitiveness Index prepared by the World Economic Forum, Poland achieved the best result and moved up to 36th place. It is located between a group of countries that compete mainly on productivity thanks to low labour costs, and countries competing to a large extent through innovation (Kozieł, 2016). The report was based on the opinion of more than 14.000 companies around the world, which assessed national infrastructure, macroeconomic environment, education, health and innovation better than in previous years. However, institutional evaluations, capital market developments, higher education and technological openings declined. Among the barriers were the years of unfavourable tax regulations, barriers to labour law, economic policy instability and excessive fiscalism. The ranking indicates a real pillar of development – knowledge, but reduced innovation. It means that well-educated society does not translate into real innovative effects.

The conditions that limit the activities of domestic firms remain mostly the same. For micro- and small companies that do not have an extensive administrative system, the particular difficulties are related to: too high labour costs, as indicated by 57% of entrepreneurs, imprecise business rules (53%), unstable law (41%), complicated tax system (37%), nonconformity of the labour law to the reality of the company's operation,

excessive administrative procedures, grey area and unfair competition, etc. (Table 3). It seems that many of these barriers are due to the legislative body's poor knowledge of the rules governing the functioning and diversification of economic entities and their adoption of similar legal principles.

Table 3. Conditions limiting the activity of companies

Conditions	Percent
Too high labour costs	57
Imprecise regulations	53
Unstable legal rules	41
Complicated tax system	38
Failure to align labour law to the realities of operation	32
Too long administrative procedures	28
Grey zone and unfair competition	24
Payment delays	24
Difficult access to finances	15
Excessive checks	12
Too long court proceedings	12

Source: Piątkowska (2012)

Final remarks

The outlined reflections show that the conditions for the development of entrepreneurship in spatial systems are very complex. Increasingly precise knowledge of them is essential for rational management processes at various scales of spatial systems from national to regional to local regimes. It requires both further refinement of theoretical concepts and in-depth empirical research aimed at defining their structure and mechanisms in the context of the intensifying civilisation development process leading to the elaboration of a knowledge-based economy. Closer identification is required by a slogan that economic development is linked to adequate support and implementation of innovation and the need for efficient business, science and central and local government cooperation.

It is important to know the mechanisms of mutual relations between spatial systems, mainly local and regional, and the national, European and international environments. These relationships are constantly evolving both under the influence of technological progress and increasing competition on the market as well as changing the political situation in the country, in Europe and the world.

In the light of selected practical examples, it appears that in recent years there has been little change regarding limiting the institutional barriers to entrepreneurship. It results not only from defective instruments exerting direct and indirect impact but also from the quality of authorities that do not always know and have the ability to implement and use mechanisms to rationally support business.

A serious barrier to the development of entrepreneurship is the low quality of social capital, manifested in a lack of trust in the institutional authorities and a reluctant attitude towards business and business development. It results not only from negative attitudes

towards entrepreneurs shaped in the years of the centrally controlled economy but also due to the current lack of positive climate created by an entrepreneur and small building of positive social attitudes towards entrepreneurship. The large dose of populism in social activity triggers a more claiming attitude than the attitude of commitment to creating new values.

Shaping the rational directions of change requires the dissemination of comprehensive analyses in place of fragmentary studies. The expression of such attitude is the recent discovery by government agents of the lack of engineers, technicians and qualified employees, while previously vocational education was undermined; and the recession of the industry and the limitation of the importance of mathematics in education has reduced the interest of young people in technical education. At the vocational and technical school level, it is necessary to return to the model of in-service education, training for the needs of developing different sectors of economic activity. It also requires departing from the departmental management system to an integrated approach, referring to existing and strategic objectives, particularly regional and supra-local arrangements. The eternal problem of reconciling the sectoral agreement with territorial systems is emerging in the economic policy of the state, ignoring the principle that every business is carried out in a precise geographic location (Zioło, 2003).

The primary factor for stimulating entrepreneurship is to raise the capacity of representatives of both legislative and executive, judicial and local authorities, who will treat their functions as fulfilling an individual calling. Their primary objective will be to strive to improve the quality and standard of living of the society, attentiveness for improving its competitiveness as a result of its growing intellectual resources, raising human and social capital and taking care of the country's social, economic and cultural development in the European and world space. It can be achieved through the rational use of democratic rules in electoral processes. A fundamental role there is played by the respect of intellectual competition among the candidates seeking to govern. They are manifested in rational programs of economic, social and cultural development rather than a non-medical selection of people with little professional qualifications and low morale.

Only representatives of the authorities, elected by rational democratic mechanisms, will provide the necessary freedom for the development of entrepreneurship and increase its social prestige. They will aim to implement appropriate regulation of social, economic and cultural life and popularise perspective thinking in society not only to enhance sectoral directions of development but also to different scales of spatial systems, including society.

In this context, further theoretical and empirical research should be developed, taking into account the changing conditions of entrepreneurship development, with a defined strategic goal of raising the quality and standard of living and increasing the country's competitiveness in the international system and products in different categories for the market. It is necessary to develop complementary thinking skills so that only sectoral actions do not lead to the developmental dissonance of the entire economy and spatial systems.

References

- Armington, C., Acs, Z.J. (2002). The Determinants of Regional Variation in New Firm Formation. *Regional Studies*, 36(1), 33–45.
- Cieślak-Wróblewska, A. (2014). Co boli przedsiębiorców. *Rzeczpospolita*, 9 czerwca. [What hurts entrepreneurs]

- Ćwiek, J., Marczuk, B. (2013), Biznesowa droga przez mękę. *Rzeczpospolita*, 21 lutego. [*Business road through the torment.*]
- Duszczyk, M. (2016). Innowacyjność w polskich spółkach może prezentować się znacznie lepiej, niż wskazują raporty. *Rzeczpospolita*, 15 września. [*Innovativeness in Polish companies may appear much better than the reports indicate.*]
- Dwilewicz, Ł., Morawski, W. (red.), (2015). *Historia okręgów i regionów przemysłowych*. Warszawa. [*History of industrial districts and regions.*]
- Fierla, I., Kuciński, K. (red.) (1999). *Lokalne uwarunkowania przedsiębiorczości. Monografie i opracowania*. 408. Warszawa: SGH. [*Local determinants of entrepreneurship.*]
- Frąk, M. (2017). Jakość ważniejsza niż koszty. Mój biznes. Rozmowa z wiceprezesem koncernu Whirlpool. *Gazeta Wyborcza*, 27 marca. [*Quality is more important than costs.*]
- Gierańczyk, W., Rachwał, T. (2012). Structural changes in the industry of Poland against the background of eastern European Union states. *Quaestiones Geographicae*, 31(2), 83–93.
- Kamińska, W., Heffner, K. (red.) (2010). Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju. PAN, CXXVII*. [*Human and social capital in the process of rural development.*]
- Karpiński, A., Paradysz, S., Soroka, P., Żółkowski, W. (2015). *Od uprzemysłowienia w PRL do deindustrializacji*. Warszawa: Muza SA. [*From industrialisation in the People's Republic of Poland to deindustrialisation.*]
- Kieżun, W. (2012). *Patologia transformacji*. Warszawa: Wydawnictwo Poltext. [*Pathology of transformation.*]
- Kozieł, H. (2016). Polska mocno zyskała na konkurencyjności. *Rzeczpospolita*, 29 września. [*Poland is gaining on competitiveness.*]
- Kraska, M. (2010). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. *Miscellanea Oeconomicae*, 14(1). [*Conditions of entrepreneurship development in Poland.*]
- Kuciński, K., (1997). Przestrzenne aspekty przedsiębiorczości. *Monografie i Opracowania Instytutu Funkcjonowania Gospodarki Narodowej*, 430. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa. [*Spatial aspects of entrepreneurship.*]
- Kuciński, K. (red.) (2006). Polskie przedsiębiorstwa wobec globalnej konkurencji. *Materiały i Prace Instytutu Funkcjonowania Gospodarki Narodowej*, t. XCV, Warszawa: Szkoła Główna Handlowa. [*Polish Enterprises for Global Competition.*]
- Kudęłko J. (2003). Położenie centrów wzrostu społeczno-gospodarczego wschodniego pogranicza jako wyraz kształtującego się ładu przestrzennego. *Biuletyn Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 205, 176–182. [*The location of the centers of socio-economic growth of the eastern borderland as an expression of spatial order.*]
- Kudęłko, J. (2013). Uwarunkowania rozwoju województw Polski Wschodniej jako regionów słabo rozwiniętych. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN, CLI*. [*Conditions of development of Eastern Poland voivodeships as poorly developed regions.*]
- Kurek, S., Rachwał, T. (2009). The Role of Business Education in the Development of Entrepreneurship in the Member States of the European Union. *Europa XXI*, 19, 127–142.
- Lee, S.Y., Florida, R., Acs, Z. (2004). Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation. *Regional Studies*, 38(8), 879–891.
- Mathieu, M. (2016). Nowy etap obecności Thesela w Polsce. *Rzeczpospolita*, 16 września, B16. [*The new stage of presence Thesela in Poland*]
- Mehra, S. (2017). Kraków to doskonały wybór. *Rzeczpospolita*, 5 stycznia. [*Kraków is an excellent choice.*]
- Niewiadomski, M. (2016). Szukając klucza do innowacji. *Rzeczpospolita*, 8 września. [*Looking for the key to innovation.*]
- Nowak, H. (2016). The Role of the Polish Higher Education System in the Development of Entrepreneurship. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(4), 43–59. DOI: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040104>

- Oniszek-Jarząbek, A. (2011). Otoczenie a przedsiębiorczość w warunkach globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 42–57. [Surrounding and Entrepreneurship in Globalization.]
- Osiecki, A. (2016). Polskie marki ruszają w świat. *Rzeczpospolita*, 24 października. [Polish brands are moving into the world.]
- Piątkowska, M. (2012). Więcej przyjęć niż zwolnień. *Gazeta Wyborcza*, dodatek „Praca”, 9 January. [More hires than layoffs.]
- Rachwał, T. (2003). Globalne uwarunkowania restrukturyzacji przedsiębiorstw Polski południowo-wschodniej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 6, 129–138. [Global determinants of the restructuring of south-eastern Poland companies.]
- Rachwał, T. (2012). Innowacyjność przedsiębiorstw przemysłowych jako czynnik rozwoju miast. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, CXLI, 135–152. [Innovativeness of industrial enterprises as a factor of urban development.]
- Rachwał, T., Wiedermann, K. (2015). Industrial and R&D Activity in Emerging Economies – Poland versus other EU Countries. In: Micek, G. (ed.), *Understanding Innovation in Emerging Economic Spaces Global and Local Actors. Networks and Embeddedness*. Farnham: Ashgate, 33–51.
- 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>
- Rochowicz, P. (2012). System fiskalny jest nieprzyjazny innowacjom. *Rzeczpospolita*. Prawo, 5 grudnia. [The fiscal system is unfriendly to innovation.]
- Ślęzak, R. (2016). *Czarna księga prywatyzacji 1988–1994*. Wrocław: Wektory. [Black Book of Privatization.]
- Śleszyński, P. (2007). Gospodarcze funkcje kontrolne w przestrzeni Polski. *Prace Geograficzne*, 213 [Economic control functions in the Polish space.]
- Trump mocno stawia na Polskę (materiał promocyjny). (2016). *Rzeczpospolita*, 29 września [Trump firmly puts on Poland.]
- Wach, K. (2015). Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego – przegląd literatury. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 24–36. [Entrepreneurship as factors of socio-economic development – literature review.]
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257. [Education for entrepreneurship in view of modern civilizational and economic challenges.]
- Westlund, H., Bolton, R. (2003). Local Social Capital and Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 21(2), 77–113.
- Woźniak, A. (2015). Polska wciąż atrakcyjna. *Rzeczpospolita B*, 4. [Poland still attractive.]
- Wybranowski, W. (2012a). Biznes bez wolności. Przedsiębiorcy bez ochrony. *Rzeczpospolita*, 17 lutego. [Business without freedom. Entrepreneurs without protection.]
- Wybranowski, W. (2012b). Biznes wypłoszony. *Rzeczpospolita*, 11 kwietnia. [Business driven out.]
- Zatoński, M. (2016). Przedsiębiorcy nie są hamulcowymi. *Puls Biznesu*, 17 listopada. Pozyskano z: <https://www.pb.pl/przedsiębiorcy-nie-sa-hamulcowymi-847567> [Entrepreneurs are not braking]
- Zioło, Z. (2003). Przestrzeń geograficzna jako miejsce realizacji idei ładu przestrzennego. W: T. Ślęzak, Z. Zioło (red.), *Społeczno-gospodarcze i przyrodnicze aspekty ładu przestrzennego. Biuletyn KPZK PAN*, 205, 25–43. [Geographical space as a place of realization of the idea of spatial order.]
- Zioło, Z. (2010). Kapitał ludzki i społeczny w procesie rozwoju obszarów wiejskich. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, CXXVII. [Human and social capital in the process of rural development.]
- Zioło, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23. [Place of entrepreneurship in education.]
- Zioło, Z., Rachwał, T. (red.) (2006). Międzynarodowe uwarunkowania rozwoju przemysłu. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 8, [International conditions for the development of industry.]

- Zioło, Z., Rachwał, T., (red.) (2008). Rola przedsiębiorczości w gospodarce opartej na wiedzy. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4. [*The role of entrepreneurship in a knowledge-based economy.*]
- Zioło, Z., Rachwał, T. (2012). Entrepreneurship in geographical research. In: P. Churski (ed.), *Contemporary Issues in Polish Geography*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 135–155.
- Zioło, Z., Rachwał T. (red.) (2016). Międzynarodowe i krajowe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 30(1). [*International and national conditions of enterprises development.*]

Zbigniew Zioło, professor, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management; Podkarpacka Higher Education School in Jasło. 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.

Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
e-mail: zbziolo@onet.eu

MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA
Pedagogical University of Cracow, Poland

Operation of Small Businesses in Open-Air Markets in Poland Based on the Example of Kraków

Abstract: Open-air markets are traditionally associated with the landscape of Polish towns and cities. In the beginning, they were in the very centre of the city – most often in the market around which the lives of the locals and the newcomers concentrated. With the development of urban areas, open-air markets were moved out of the city centre. They were transformed, though for a long time, also after the Second World War, they were the place of trade primarily in agricultural and craft products. During the People's Republic of Poland, citizens were given the opportunity to buy goods not available in stores. Open-air market places gained a new meaning at the beginning of the socio-political transformation after 1989. They became the places of flourishing small businesses and were less and less associated with the sale of agricultural products and more and more with diverse assortments such as any groceries, clothing, chemicals and cosmetics. At present, in the period of the global economy, which in urban areas is typically expressed through the diminishing of the local economy related to small businesses in favour of the global economy introducing supermarkets, hypermarkets and chain outlets, the functioning of open-air markets takes place in the conditions of increased competition. It consists in particular in price competition and competition in the form of a large assortment of goods in stores mentioned above. As shown in the article, also entrepreneurs conducting business activity at the open-air markets in Kraków feel this competition. It manifests itself in the lack of a sense of stabilisation of small businesses. A large group of the surveyed entrepreneurs are also unable to sustain themselves only from this activity.

Keywords: entrepreneur; Kraków; open-air market; product; purchases; trade

Received: 2 December 2016

Accepted: 6 March 2017

Suggested citation:

Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2017). Operation of Small Businesses in Open-Air Markets in Poland Based on the Example of Kraków. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 25–40. DOI: 10.24917/20833296.13.2

Introduction

Most of the present open-air markets in Poland show a decline in the number of clients. The number of open-air markets and their commercial space is also decreasing. Under Polish conditions, they are not yet in crisis, but their high position in urban space and economy, as well as consumer awareness, are at risk. It should be borne in mind that small businesses in the form of small shops and open-air markets are an important part of the local economy of towns and cities, displaced by the influx of global economics, with the location of supermarkets and hypermarkets, chain discount stores, international banks, mobile telephony services, etc.

Functioning of open-air markets plays an important role for the population in shaping its local affiliation. Open-air markets, through a rich offer of high-quality local produce, can have a positive impact on the quality of life of the population. They can promote healthy eating and enable a healthy lifestyle in the spirit of “slow life” and “slow food”. It is therefore important for consumers to be aware of the benefits of shopping at open-air markets. These may be not only financial benefits but also the mentioned benefits promoting health and social inclusion. Open-air markets are important public spaces in cities not only for shopping but also meeting friends and exchanging opinions. These are the “spaces of dialogue”. Apart from customer awareness, the consciousness of authorities shaping and implementing urban policy is also essential. Municipal authorities should support open-air market trade, as well as its revitalisation and promotion.

In the first part, this article provides a brief overview of open-air markets as a subject of research in various disciplines, along with a discussion of basic terminology. The next part deals with the characteristics of the market situation in Poland and Kraków in historic and contemporary terms. The central part contains the description and the results of empirical research concerning the current status of entrepreneurs conducting small trade activities on the open-air markets based on the example of Kraków. The study considers the majority of Kraków open-air markets and one non-Kraków market, located in the nearby town of Wieliczka. The diagnosis of the situation of entrepreneurs trading on the open-air markets was based on interviews conducted with a group of entrepreneurs.

Open-air markets as a subject of study

In order to distinguish traditional marketplaces in which the turnover of goods in the past was related to the trade fair, from the marketplaces with the daily trade offering the diversified structure of the goods sold and the type of shopping facilities, the literature of the subject uses terms closer to the modern realities – bazaar (Gołąb-Korzeniowska, 1997). Taking into account, however, that some markets still function on trade fair days when trade is slightly increased and as a result of the co-occurrence of business conducted by farmers selling their crops and products, craftsmen dealing with their products, as well as regular traders, the terminology used in this study, i.e. open-air market, marketplace, fairground and bazaar, is treated as synonyms and thus is used interchangeably.

According to the definition of the Central Statistical Office (Główny Urząd Statystyczny – GUS), there are marketplaces and seasonal marketplaces. Marketplaces are “isolated areas or buildings (square, street, market hall) with fixed or seasonal retail points

or equipment to trade, daily or on designated days of the week". On the other hand, seasonal markets are defined as "squares and streets where commercial points are opened for up to 6 months, due to increased buyer traffic (e.g. seaside holiday season) and this activity is repeated in subsequent seasons" (*Rynek wewnętrzny...*, 2013). This study refers to the former of these concepts, that is, open-air marketplaces.

Due to its universal character, the subject matter of the open-air markets is discussed and researched in various fields of science. Geographers in works devoted to trade fairs focus mainly on the functions and role of trade fairs in the spatial and socio-economic structures of cities and regions (Płaziak, Szymańska, 2014, 2015, 2016a, 2016b, 2016c; Powęska, 2002a; Werwicki, 2001; Zuzanska-Żyśko, Sitek, 2011). Geography studies also concern trade tourism and the role of markets in transforming border areas (Powęska, 1995; Powęska, 2002b). Economists generally analyse trade in marketplaces as part of the economic system of the country. They also examine the role of the grey zone in market trade, and development of small businesses, including family businesses (Ciechomski, 2014; Dąbrowski, 1996; Peterlik, 2000; Tomalak, Wyżnikiewicz, 1999; Urban, Michałowska, 2013; Wojdacki, 2011). Architects often consider the place of open-air markets in urban planning (Barek, 2010; Gołąb-Korzeniowska, 1995, 1997). Sociologists, in their research on the marketplaces, treat these places as public spaces and deal with the phenomena taking place in such areas (Madanipour, 2003).

The literature analysis of the topic points to a small number of studies devoted to the issues of the attractiveness of shopping and trading on the open-air markets of Kraków. Little research has been done on all the marketplaces in Kraków (Dziechciarz, 1992a). There are single studies on selected markets, among them by T. Dziechciarz (1992b) and Z. Szromba-Rysowa (1993). More often, however, the topic of the role and importance of trade fairs in the spatial structure of the city is undertaken. The work of M. Gołąb-Korzeniowska (1995, 1997) deserves particular attention in those terms.

Specificity of the market trade in Poland in the past and present

From the earliest times, fairgrounds have been an inseparable part of Polish towns and cities, formerly located in the very centre, i.e. in the market square. It was there that the trade fair was held on specially designated days. In the squares the everyday life of the inhabitants and newcomers took place, and the trade and craftsmanship flourished. There were merchant stalls, meat shops and even cloth halls. In many cases, it is the fair functions that have become the nucleus of a central place in a settlement and then the city that was forming there. It is contributed to the fact that in the Middle Ages market towns and cities received special privileges which provided opportunities for urban development and brought profits to residents and income to municipal authorities charging fair fees. Some of the towns have their names related to market functions or the days on which the fair (Polish "targ") took place, e.g. Nowy Targ, Targowica, Targowisko, Targowiska, Środa ("Wednesday") Śląska, Piątek ("Friday"), and others. In the space already shaped by the city, the market square was the place where the town hall was usually located.

However, in many cities, with the demand for greater commercial space and market representative purposes, trade functions were transferred from the market square to other locations. Though not in such prestigious locations as before, the market trade continued to flourish, and marketplaces co-created the character of urban spaces.

During the Second Republic, the so-called *gmina* (municipal) fairs were organised. They were defined as fairs organised in the premises and other places held by the municipality in the form of a market. The principles of organisation and running of these fairs, which were divided into small (regular and weekly) fairs and large fairs (*poviat*, *voivodeship*, indulgence, *kermesse* and annual *jahrmarkts*), were strictly regulated. The primary condition the fulfilment of which enabled the organisation and running of the marketplace as a place to hold *gmina* fairs was the requirement for the *gmina* to obtain fair rights (Szafrński, 2002).

In Poland, in the period of the centrally controlled economy, fairgrounds functioned quite well. It was where you could stock up on products that were not available in stores, or on goods smuggled from behind the iron curtain.

The intensive development of trade on the fairgrounds occurred again with the onset of political and socio-economic transformation after 1989. The overall increase in commercial activity of Poles was significant. Their purchasing choices changed, and the variety of domestic and imported goods increased dramatically. On a massive scale emerged the phenomenon of the so-called commercial tourism – from across the eastern border of Poland came people trading a variety of assortment. In turn, a few years later, Poland became an attractive country for Russians, Belarussians, Ukrainians and Lithuanians, who shopped in local stores. At the same time, very frequent arrivals of the Germans were noted, especially coming to bazaars for shopping. (Kropiwnicki, 2003; Powęska, 2002b).

The most famous market of those days was the 10th-Anniversary Stadium, built in 1955, where the most important national sports events were held until the end of the Polish People's Republic. In 1989, in exchange for the maintenance of the facility, the stadium was leased by the capital city of Warsaw to the company "Damis" for commercial purposes. On the crown of the stadium the company established "Jarmark Europa" with over 5,000 business entities, which made it one of Europe's largest trade fairs. About 250,000 people worked at the Stadium. In 1997, the turnover of the market amounted to PLN 1.9 billion, and the value of exports was USD 400,000. It meant the Stadium was one of the top five largest companies in Poland. In Małopolska, however, the "Tomex" market square in Kraków-Nowa Huta was founded in 1990, with around 700 retail outlets and 2,000 business entities (Dzieszyński, Franczyk, 2006).

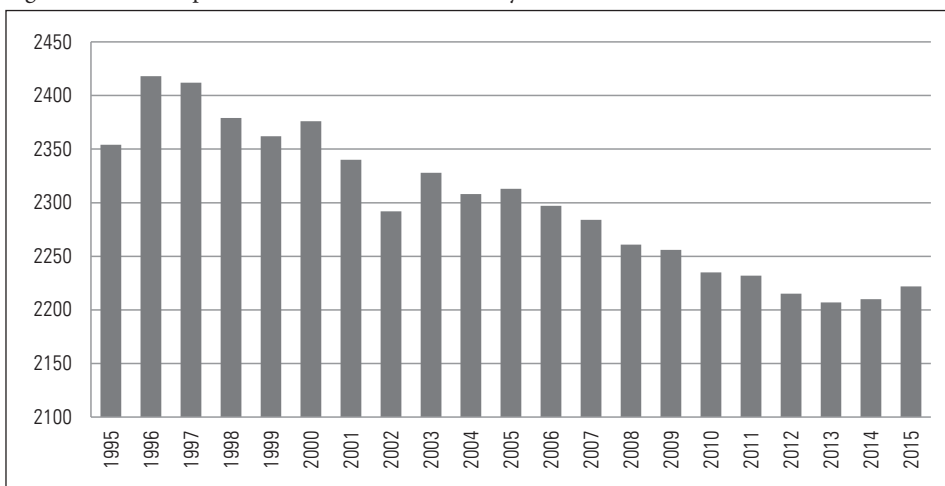
The bazaars developing during the transition period had a certain macroeconomic importance for the Polish economy, as, according to J. Kropiwnicki (2003), they had a strong influence on the size of Polish exports and the current account balance with foreign states. They also played a major role in the development of the small and medium-sized enterprise sector and had a significant impact on the production of goods and services and, consequently, on the size of the GDP. At the same time, they accumulated unfavourable phenomena such as economic and social life disfunctions, e.g. drugs and stolen cars trafficking, illegal immigration, organised crime (Kropiwnicki, 2003).

Today, most of the fairgrounds operate daily. There is an increasing variety of assortment. Not only farmers are selling their crops and artisans selling their products, but more and more often there are permanent stalls or halls with stands in the fairgrounds, as well as small shops where trade is conducted, not necessarily directly by the owners or tenants of the objects but also employees.

At present, there are 2,222 permanent markets (as of 2015, LDB, Central Statistical Office of Poland). However, for almost 20 years a systematic decline in the number of marketplaces, with a slight improvement in the last 2–3 years (Fig. 1) has been observed.

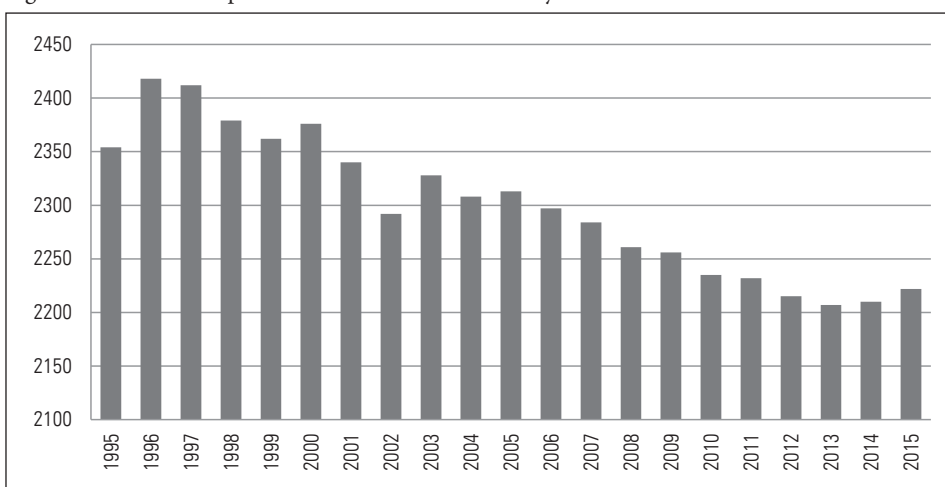
The fairgrounds in Poland have approx. 14.6 million m² (as of 2015, LDB, Central Statistical Office of Poland) of the total area. Due to the decreasing number of fairgrounds this number has also been decreasing, with a slight increase in the last 2–3 years (Fig. 2). With the total area of the fairgrounds decreasing, their sales area is also decreasing. In 2005 it amounted to about 664,000 m² to fall to about 652,000 m² (LDB, Central Statistical Office of Poland).

Fig. 1. Number of open-air markets in Poland in the years 1995–2015



Source: own work based on LDB, Central Statistical Office of Poland

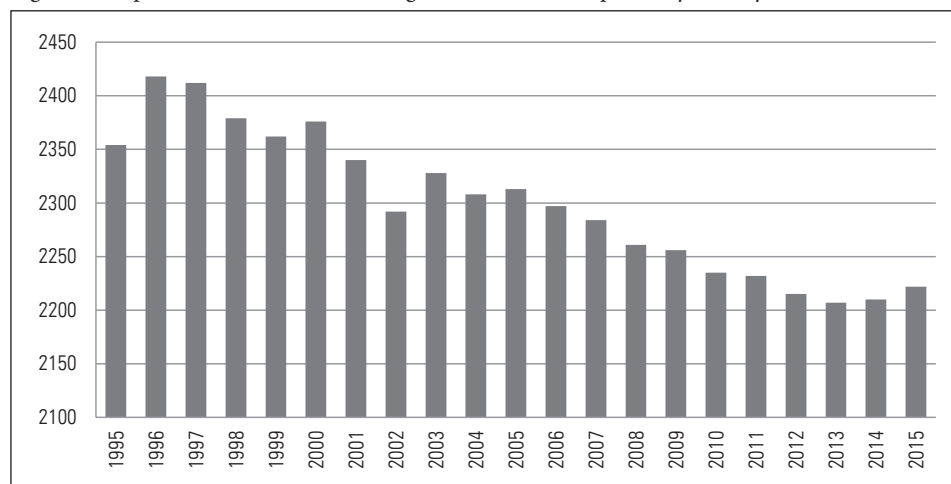
Fig. 2. Surface area of open-air markets in Poland in the years 1995–2015



Source: own work based on LDB, Central Statistical Office of Poland

The particularly noticeable shrinking of the fairgrounds activity is indicated by the decreasing number of fixed points of sale on the fairgrounds, which are active in the cities and are used by people making daily purchases. In the last 20 years, this decrease was almost 40% (Fig. 3). However, in the Małopolskie Voivodeship for the same period, it was down by as much as 60% (based on LDB, Central Statistical Office of Poland).

Fig. 3. Fixed point retail outlets at the fairgrounds in Poland open daily in the years 1995–2015



Source: own work based on LDB, Central Statistical Office of Poland

While statistical data describing the negative dynamics of the number and general area or sales area of the fairgrounds are not alarming, the data showing a significant decrease in the number of fixed-point retail outlets on the sites raise some concerns about the condition of this kind of activity in the future.

Characteristics of the market trade in Kraków

In 2015, Kraków had 27 permanent fairgrounds located in gmina and private areas (Table 1).

Table 1. Fairgrounds in Kraków

Name of the fairground (optional name)	Location	Surface area (m ²)	District
Rynek Kleparski (Stary Kleparz)	St Filip Street	6 079	District I Old Town
Nowy Kleparz	Długa Street	4 348	
Plac Nowy	Estery Street	2 855	
Krakowskie Kwaciarki	Rynek Główny (Main Market Square)	310	
Unitarg (Hala Targowa)	Grzegórzecka Street	5 409	District II Grzegórzki

Plac Imbramowski	Imbramowski Square	21 810	District IV Prądnik Biały
Azory	Chełmońskiego Street	584	
Plac Nowowiejski („Novum Plac”)	J. Lea Street	2 206	District V Krowodrza
Giełda Rotunda	Oleandry Street	1 730	
Plac Rydla	Młodej Polski Street and Jadwigi z Łobzowa Street	1 813	District VI Bronowice
Plac Targowy KPPU (Centrum Giełdowo-Handlowe Balicka)	Balicka Street	80 602	
Plac Na Stawach	Senatorska Street	3 211	District VII Zwierzyniec
Rynek Dębnicki	Dębnicki Square	1 599	District VIII Dębniki
Targowisko Borek	Orzechowa Street	4 802	District IX Łagiewniki – Borek Fałęcki
Manhattan	Białoruska Street	3 120	District XI Podgórze Duchackie
Beskidy	Beskidzka/Witosa Street	3 360	
Targowisko	Na Kozłowiec Street	744	District XII Bieżanów – Prokocim
Jerzmanowskiego – Nowy Prokocim	E. Jerzmanowskiego Street	3 820	
Tandeta	Krzywdą Street	26 312	District XIII Podgórze
King	Krzywdą Street	3 584	
Efekt SA	Półlanki Street	72 590	
Centrum – Kalicki	Ch. Botewa Street	2 200	
Złoty Wiek	ks. K. Jancarza Street and Nagłowicka Street	2 886	District XV Mistrzejowice
Piastów	Piastów residential district	4 176	
Tomex	Bieńczycka Street	21 588	District XVI Bieńczyce
Bieńczyce (Bieńczycki Plac Targowy)	Kocmyrzowska Street	5 730	
Bulwar (Mogilski Plac Targowy)	Wandy residential district	4 193	District XVIII Nowa Huta

Source: own work on the basis of: *Raport o stanie miasta* (2013, 2016)

Over the last dozen or so years, the number of trade fairs and the total sales area at the Kraków fairgrounds decreased (Table 2) (data available only for gmina markets). This process was accompanied by a simultaneous increase in the number of supermarkets and hypermarkets. For example, in the years 2009–2014 the number of supermarkets within the city limits rose from 66 to 118, while the number of hypermarkets increased from 18 to 23 (*Statistical Yearbook of Kraków*, 2011; *Statistical Yearbook of Kraków*, 2015).

Table 2. Number and sales space of the Kraków fairgrounds in the years 2000–2014

Specification*	Year							
	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Number of permanent open-air markets	33	18	17	17	16	16	16	16
Sale area of permanent open-air markets (000 m ²)	120.9	92.6	84.6	85.2	83.9	83.3	83.3	83.3

*Refers to open-air markets in gmina areas

Source: *Statistical Yearbook of Kraków*, 2011, 2013, 2015

The development of large-scale trade constitutes the essential competition for open-air markets, which traders in Kraków are trying to resist. However, this is not always effective. As indicated by the research conducted by the project of the Central Market Revitalisation and Promotion of Traditional Trade Fairs in Central Europe, the number of clients at the Kraków fairgrounds is decreasing (www.centralmarkets.eu).

The authorities of the city of Kraków appreciate the role of the fairgrounds in shaping the urban structure and a particular atmosphere of the city with unique tourist values. In 2013 they signed a partnership agreement on the project “Central Markets Revitalisation and Promotion of Traditional Trade Fairs in Central Europe”. The aim of the project was to revitalise, strengthen and integrate trade fairs and project partners by spreading knowledge and introducing innovative activities resulting from international cooperation. The project was financed by the European Regional Development Fund (ERDF); Priority 4 – Raising the competitiveness and attractiveness of cities and regions; Action 4.1 – Development of polycentric settlement structures and regional cooperation.

As part of the project, in 2013 the survey of trade fairs among sellers and buyers was conducted. It was followed by the first edition of the Krakow Market Square Festival “Kraków’s Fair”, which was positively evaluated by market traders, buyers and the media. Next, a city game about marketplaces “Krakow Fair” was conducted for over 200 participants, and promotional materials for domestic and foreign tourists were published, including a non-standard offer to visit squares in the form of a Quest – a puzzle-solving tour. Additionally, the project team took part in project partners’ meetings in Pecs, Ustii and Turin, presenting Kraków and its solutions for market promotion and management (www.centralmarkets.eu). The purpose of joining the project was primarily to promote Kraków’s open-air markets among residents and tourists. As indicated by the research carried out within the project, at the analysed marketplaces – Stary Kleparz, Nowy Kleparz, plac Na Stawach, Rynek Dębnicki, Hala Targowa, Plac Nowy – low price is not necessarily the most important for buyers. It is important for respondents, however, combined with the quality of products and their freshness. For the customers of the squares, it is imperative that they know the farmer they are buying the products from and the fact that they can talk to them. They want to make sure that what they pay for is indeed healthy and organic and not from the wholesalers (www.centralmarkets.eu).

Characteristics of own research

Empirical research discussed in this publication was conducted in most of the Kraków trade fairs at the turn of 2014 and 2015. The study was undertaken in two stages.

In the first stage an inventory of 20 fairgrounds was made (19 of the surveyed squares are within administrative boundaries of Kraków and 1 in the nearby town of Wieliczka). The purpose of the inventory was to identify the dominant assortment structure in the Kraków market trade. The inventory was conducted according to the following procedure: 1) the fairgrounds were covered with a square grid of $20 \times 20 \text{ m}^2$; 2) for each square, the dominating assortment was determined; 3) the squares were then counted in groups corresponding to the prevailing assortments: a) fruits and vegetables, b) flowers, cuttings, gardening tools, c) dairy products, d) groceries, e) new clothes, f) second-hand clothes, g) domestic detergents and cosmetics, h) household appliances, i) furniture, j) toys and stationery, k) books, magazines, CDs.

In the second stage, interviews were conducted using questionnaires on 16 of the open-air markets (15 in Kraków and 1 in Wieliczka). Interviews were conducted with randomly selected 184 entrepreneurs. The purpose of the research was to diagnose the condition of small entrepreneurship functioning on the fairgrounds in the opinion of entrepreneurs. The questionnaire mainly included closed questions.

The research was carried out with the help of the students of the Institute of Geography of the Pedagogical University in Cracow, specialising in Spatial Economy. Due to logistical reasons, inventory and interviews were not possible at all the Kraków squares. However, inventory of 19 squares (plus 1 for Wieliczka) out of 27 and interviews at 15 (plus 1 for Wieliczka) out of 27 fairgrounds was considered sufficient to conclude all the Kraków marketplaces. The number of sites where both inventorying and interviewing took place was 14 (Table 3).

Table 3. Marketplaces of Kraków*

Marketplace	Inventory	Interviews with entrepreneurs
Rynek Kleparski (Stary Kleparz)	1	1
Nowy Kleparz	0	1
Plac Nowy	1	0
Krakowskie Kwaciarki	0	0
Unitarg (Hala Targowa)	1	1
Plac Imbramowski	1	1
Azory	1	0
Plac Nowowiejski („Novum Plac”)	1	1
Giełda Rotunda	0	0
Plac Rydla	1	0
Plac Targowy KPPU (Centrum Giełdowo-Handlowe Balicka)	0	1
Plac Na Stawach	1	0
Rynek Dębnicki	1	1
Targowisko Borek	1	1

Manhattan	1	1
Beskidy	1	1
Targowisko	0	0
Jerzmanowskiego – Nowy Prokocim	1	1
Tandeta	1	1
King	0	0
Efekt SA	1	0
Centrum – Kalicki	0	0
Złoty Wiek	1	1
Piastów	0	0
Tomex	1	1
Bieńczyce (Bieńczycki Plac Targowy)	1	1
Bulwar (Mogilski Plac Targowy)	1	0
Plac targowy w Wieliczce	1	1
TOTAL	20	16

* Additionally the market in Wieliczka was included

Source: own work

Conditions of doing business on the fairgrounds of Kraków in the opinion of entrepreneurs – research results

Basing on the inventory of the Kraków and Wieliczka marketplaces, the structure of the dominant assortments was determined. Among the goods sold, the following are predominant: new clothes (32.9%), fruit and vegetables (25.6%), and groceries (22.0%) (Table 4).

Table 4. Dominating assortment on the market places of Kraków*

Dominant assortment	Participation of the dominant assortment
New clothes	32.9
Fruit and vegetables	25.6
Groceries	22.0
Domestic detergents and cosmetics	4.7
Flowers, cuttings, gardening tools	4.2
Second-hand clothes	2.6
Dairy products	2.4
Household appliances	2.3
Toys and stationery	1.4
Furniture	1.0
Books, magazines, CDs	0.9

* Additionally the market in Wieliczka was included

Source: own work based on the inventory

As noted above, interviews and inventory were not possible at all Kraków trade fairs. For the 14 marketplaces on which the inventory and interviews were conducted, the structure of the dominant assortment was similar, with the majority of new clothing (41.5%), groceries (21.3%) and fruit and vegetables (18.8%) (Table 5).

Table 5. Dominant assortment at 14 market places of Kraków*, where inventory and interviews were conducted

Dominant assortment	Percentage of dominant assortment
New clothes	41.5
Groceries	21.3
Fruit and vegetables	18.8
Domestic detergents and cosmetics	4.8
Flowers, cuttings, gardening tools	3.4
Household appliances	2.8
Second-hand clothes	2.5
Dairy products	1.8
Toys and stationery	1.4
Furniture	1.1
Books, magazines, CDs	0.5

* Additionally the market in Wieliczka was included

Source: own work based on the inventory

As noted earlier, the selection of a sample of respondents – interviewed entrepreneurs – was random. The predominant type of commodities traded (Table 5) does not adequately reflect the above-listed structure of dominant stocks, although the shares of clothing, groceries, and fruit and vegetables as dominant stocks are high. As the main goods, the mentioned respondents sell fruit and vegetables (40.2%), followed by new and used clothing (24.9%) (Table 6).

Table 6. Structure of the dominant assortment traded by respondents

Dominant assortment offered by respondents	Percentage share in the total number of respondents
Fruit and vegetables	40.2
New and second-hand clothes	24.9
Flowers, cuttings, gardening tools	14.3
Groceries	13.2
Dairy products	7.4

Source: own work based on interviews

The vast majority of surveyed entrepreneurs are not self-employed (64.1%). Family members (51.6%) are predominant in this group, as well as in the general studied group, while the non-relatives share is only 12.5%. 35.9% of the respondents are self-employed.

Most respondents have been running their business for a long time. Only 25% of them can be regarded as short-term entrepreneurs because they have had their business for no longer than five years, and nearly half (46.7%) for over ten years. The time structure of the respondents' activities on a particular market is somewhat different. The respondents who stand in a given market for not very long, i.e. max five years, predominate (47.8%), although a large group has been active there for more than a decade (30.4%)

(Table 7). A relatively high share of people currently active in a given marketplace, with a significantly lower proportion of the total number of people doing business in general, can be attributed to the instability of this kind of companies and the high rotation of entrepreneurs in a given open-air market.

Table 7. Time of doing business by respondents

Own business activity by respondents	Total			At a given market place		
Years	0–5	6–10	over 10	0–5	6–10	over 10
Percentage share in the total number of respondents	25.0	28.3	46.7	47.8	21.7	30.4

Source: own work based on the interviews

A confirmation of the unstable situation of entrepreneurs operating on the fairgrounds is the respondent's declaration, of which only less than half (43.5%) feel the stability of their business (they have regular clients, so they do not have to worry about the future of their income). 40.2% of the respondents declare a lack of stability, worrying about the future of their business. As many as 16.3% of the interviewees did not comment on this issue, and hesitation may indirectly indicate a lack of established situation. It should be noted that out of the total number of surveyed entrepreneurs, as much as 15.2% declared that they were unable to support themselves on the activities carried out on one or more fairgrounds. The rest of their income comes from other sources.

It is interesting to note that, despite a significant proportion of people concerned about the future of their business, a small percentage of them decided to change their assortment to increase revenues. Only 19.6% of the respondents took such a test. It may indicate a weak level of entrepreneurial behaviour of those interviewed.

Studies have shown the attachment of entrepreneurs to a place. Only 14.7% of the respondents trade in a place other than a given market. An important reason for being attached to a given square is a fixed place (38.5% of respondents), which is connected with considerable fees, but also a feeling that at a particular position the trader has the most customers (19.0% of those surveyed). The closeness of the place of residence is also important, as pointed out by 22.2% of the respondents. Out of the total number of the interviewees a vast majority, as much as 67.9%, are residents of Kraków. Among other inhabitants, the majority are the people of the Kraków Poviát.

Market places have changed their character over the years. From places where mainly farmers traded their crops, they have become places for business or simply self-employment. of the total number of respondents, only 31.0% call themselves farmers. However, of the group of traders dealing in the following assortments: a) domestic fruit and vegetables, b) imported fruit and vegetables, c) flowers, cuttings, gardening tools d) dairy products, e) groceries, 43.7% consider themselves farmers (Table 8).

The vast majority of the respondents declare a sense of threat to their activity from supermarkets, hypermarkets and discount stores (81.0%). Only 7.1% of respondents do not feel threatened. As much as 12% did not have a say on this issue, which can be indirectly regarded as a lack of sense of stabilisation.

Another reason for the feeling of a lack of stability by the surveyed entrepreneurs at the fairgrounds is the fact that the number of customers has decreased in recent years.

Such an observation was made by as many as 65.2% of all respondents. However, 21.2% of the interviewees did not observe the loss of customers and 13.6% did not give their opinion.

Table 8. Share of farmers among respondents by selected assortments

Trader by assortment	Participation of farmers among those trading the selected assortment
Domestic fruit and vegetables	19.7
Imported fruit and vegetables	4.2
Flowers, cuttings, gardening tools	9.2
Dairy products	6.3
Groceries	4.2
Total	43.7

Source: own work based on the interviews

In recent years, open-air market customers have become much more demanding due to the viable choice of shopping venues in the city space, the increasing range of goods to choose from and price competition. As most respondents observed, customers are now much pickier than they used to be (75.0%). Only 9.2% of the interviewees did not notice this fact, with 15.5% having no opinion at all.

Conclusions

The character of Polish, and therefore Kraków's, fairgrounds has changed. We will find there fewer and fewer agricultural and craft products. Increasingly, these are clothing, all kinds of groceries, household detergents and cosmetics, etc. They are usually sold by individual businessmen who often run a family business. Less and less often, sales are made directly in the market yard, and trade in small shops built especially on the fairgrounds is becoming increasingly popular.

Kraków is losing fairgrounds and overall market retail space. According to the opinions given by the respondents in the surveys described in this publication, the number of customers making purchases at the Kraków fairgrounds is decreasing. The loss of population on the fairgrounds of Kraków, Poland and Central Europe is confirmed by other studies, e.g. within the Central Markets project.

Entrepreneurs running their business at the fairgrounds express a feeling of instability. According to them, the number of people shopping at the fairgrounds is decreasing mainly due to the growing competition from the increasing number of supermarkets, hypermarkets and discount stores, offering customers a wide range of goods at competitive prices.

It is crucial to remember that fairgrounds are important spaces in cities not only for economic development, i.e. shaping the local economies of cities. They are also critical for social development as these are public spaces, where the city dwellers not only make purchases but meet with friends and participate in the life of the local community.

It is therefore important for the city authorities to be aware of the need to counter displacement of market trade by other forms of trade, especially by large-scale stores and discount stores, and to support, revitalise and promote local market trade.

References

- Barek, R. (2010). Targowisko – przestrzeń niezbędna w środowisku zamieszkiwania. *Czasopismo Techniczne, Architektura*, 107, 5, 9–14. [Marketplaces – the space necessary for the living environment.]
- Central Markets Revitalising and Promoting Traditional Markets in Central Europe, www.centralmarkets.eu.
- Central Markets Project Report on the Status of Central Europe Markets. (2013). Retrived from: www.central2013.eu/fileadmin/user_upload/Downloads/outputlib/CENTRAL_MARKETS_3.4.1_Report_on_the_status_of_CE_markets_20140228.pdf (accessed: 22.01.2017).
- Ciechomski, W. (2014). Handel targowiskowy w Poznaniu – diagnoza stanu rozwoju, preferencje klientów, tendencje zmian. *Zeszyty Naukowe*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu, 28, 25–46. [Market trade in Poznan - diagnosis of the state of development, customer preferences, tendencies of changes.]
- Dąbrowski, J.M., (1996). *Handel targowiskowy – fenomen polskiej transformacji*. Warszawa: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. [Market trade – the phenomenon of the Polish transformation.]
- Dziechciarz, T. (1992a). Zróżnicowanie cen na placach targowych miasta Krakowa. *Prace Instytutu Geografii UJ, Prace Geograficzne*, 91. [Variety of prices on the fairgrounds of the city of Kraków.]
- Dziechciarz, T. (1992b). Funkcjonowanie handlu na placach targowych na przykładzie Placu Nowego w Krakowie. *Folia Geographica, Series Geographica-Oeconomica*, XXV–XXVI, 81–91. [Functioning of trade on the fairgrounds on the example of the New Square in Kraków.]
- Dzieszyński, R., Franczyk, J.L. (2006). *Encyklopedia Nowej Huty*. Kraków: Nowohuckie Centrum Kultury. [Encyclopaedia of Nowa Huta.]
- Gołąb-Korzeniowska, M. (1995). Place handlowe w strukturze miejskiej Krakowa. *Zeszyty Naukowo-Dydaktyczne Instytutu Projektowania Miast i Regionów*, 1994/95. [Fairgrounds in the urban structure of Kraków.]
- Gołąb-Korzeniowska, M. (1997). Rola i znaczenie placów handlowych w strukturze przestrzennej miasta na przykładzie Krakowa, praca doktorska, Biblioteka Cyfrowa Politechniki Krakowskiej. [The role and importance of shopping centres in the spatial structure of the city on the example of Kraków.]
- Kropiwnicki, J. (2003). Fenomen bazarów. *Folia Oeconomica. Acta Universitatis Lodzensis*, 170, 107–120. [The phenomenon of bazaars.]
- LDB Central Statistical Office of Poland (2017, 22 stycznia) www.stat.gov.pl (accessed: 22.01.2017).
- Madanipour, A. (2003). *Public and Private Spaces of the City*. London, New York: Routledge.
- Peterlik, M. (2000). *Handel targowiskowy w Polsce w 1999 roku*. Warszawa: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. [Market trade in Poland in 1999.]
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2014). Rola placów targowych w strukturze przestrzenno-społecznej i ekonomicznej Nowej Huty. W: E. Kaczmarek, P. Raźniak (red.), *Społeczno-ekonomiczne i przestrzenne przemiany struktur regionalnych*. Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM. [The role of fairgrounds in the spatial, social and economic structure of Nowa Huta.]
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2015). Uwarunkowania działalności przedsiębiorców i rolników na placach targowych na przykładzie Nowej Huty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 203–217. [Conditions of business activities of entrepreneurs and farmers in the fairgrounds on the example of Nowa Huta.]
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2016a). Uwarunkowania rozwoju handlu i usług na przykładzie Krakowa – Nowej Huty. *Przedsiębiorczość Międzynarodowa*, 2, 231–246. [The determinants of trade and service development on the example of Kraków – Nowa Huta.]

- Plaziak, M., Szymańska, A.I. (2016b). Czynniki warunkujące atrakcyjność dokonywania zakupów na placach targowych Krakowa. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 217–232. [*Factors determining the attractiveness of shopping at the fairgrounds of Kraków.*]
- Plaziak, M., Szymańska, A.I. (2016c). Uwarunkowania zachowań konsumentów na placach targowych na przykładzie Nowej Huty. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 255, 186–199. [*Determinants of consumer behaviour in the fairgrounds on the example of Nowa Huta.*]
- Powęska, H. (1995). Development of trade and services in the eastern borderland of Poland – Problems and prospects. W: *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. [*Spatial dimension of the market trade in the Małopolskie Voivodeship in 2000.*]
- Powęska, H. (2002b). Przestrzenny wymiar handlu transgranicznego w Polsce w ostatniej dekadzie XX wieku. *Geopolitical Studies*, 9, Warszawa: IGiPZ. [*Spatial dimension of cross-border trade in Poland in the last decade of the twentieth century.*]
- Raport o stanie miasta 2013. (2014). Kraków: Prezydent Miasta Krakowa. [*State of the City Report 2013.*]
- Raport o stanie miasta 2015. (2016). Kraków: Prezydent Miasta Krakowa. [*State of the City Report 2015.*]
- Rynek Wewnętrzny w 2012 r. (2013). Informacje i opracowania statystyczne. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny. [*Domestic market in 2012.*]
- Statistical Yearbook of Kraków 2011. (2011). Kraków: Statistical Office in Kraków.
- Statistical Yearbook of Kraków 2013. (2013). Kraków: Statistical Office in Kraków.
- Statistical Yearbook of Kraków 2015. (2015). Kraków: Statistical Office in Kraków.
- Szafański, D. (2002). Administracyjnoprawna regulacja działalności gospodarczej w okresie II Rzeczypospolitej. *Studia Iuridica*, XI/2002. [*Administrative regulation of business activity during the Second Republic.*]
- Szromba-Rysowa, Z. (1993). Targowisko „Stary Kleparz” – targ w lokalnej kulturze społecznej. W: J. Bujak i in. (red.), *Kraków. Przestrzenie kulturowe*, Kraków: Platan. [*Market „Stary Kleparz” – a market in local social culture.*]
- Tomalak, M., Wyżnikiewicz, B. (1999). *Handel targowiskowy w 1998 roku*. Warszawa: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. [*Market trade in 1998.*]
- 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. [*Factors influencing consumers' behaviour in choosing markets as a place to purchase consumer products on the example of the Lubuskie Voivodeship.*]
- Werwicki, A. (2001). Handel targowiskowy Aglomeracji Łódzkiej na tle jego znaczenia ogólnopolskiego w latach 1994–1997. Łódź: ŁTN. [*Market trade of the Łódź Agglomeration against its national importance in the years 1994–1997.*]
- Wojdacki, K.P. (2011). Przestrzenne aspekty rozwoju handlu targowiskowego w Polsce, *Handel Wewnętrzny*, 6, 23–35. [*Spatial aspects of the development of market trade in Poland.*]
- 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. [*The role of market trade in urban development.*]

Monika Plaziak, assistant professor at the Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow. A member of the Polish Geographical Society. MA (2000) and PhD (2005) in a field of socio-economic geography from the Institute of Geography and Spatial Management, Jagiellonian University, Kraków. The author's research

interests concern the issues of spatial development in the context of location factors of enterprises, the personal factor in particular. Her research works also refer to the level and quality of life, with particular reference to small and medium-sized towns in Poland and issues of functional changes in housing estates in Polish cities.

Anna Irena Szymańska, graduated from the University of Economics in Kraków, MA degree in Management and Marketing, PhD degree in economic sciences in the field of management sciences (Chair of Market Analysis and Marketing Research – the University of Economics in Kraków). Adjunct in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management at the Pedagogical University of Cracow. Her research interests are related to the issue of consumer needs, preferences and market behaviour as well as problems in the area of entrepreneurship and innovation with particular emphasis on the SME sector.

Address:

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

ANITA KULAWIAK
University of Lodz, Poland

Entrepreneurship in Small Towns in the Region of Łódź in the Assessment of Business Owners

Abstract: the main aim of this article was to learn the opinions of entrepreneurs of the smallest towns in the Łódź region (of no more than 5,000 inhabitants) on the conditions under which they pursue their own business. In particular, closer analysis referred to: cost of running own business, current conditions for establishing and running a company, barriers to starting a business, as well as the prospects and possibilities for further development. The research was carried out through questionnaire interviews, on a group of 300 respondents, who in the smallest towns in the region of Łódź run a registered business. The study, although of the sounding nature, showed that respondents generally poorly assess the conditions for running own business. Still, they show considerable optimism, particularly with regard to the possibility of improving the conditions in which they operate and of increasing the profitability of the company. The position expressed by the respondents creates a positive image of a small town, where the entrepreneurship has a chance to develop, provided that it will be stimulated by individual decisions of entrepreneurs, not by “necessity” or the situation of “no way out”.

Keywords: motives of entrepreneurial activities; operators; small town entrepreneurship; entrepreneurs; functional structure of a town

Received: 3 November 2016

Accepted: 28 February 2017

Suggested citation:

Kulawiak, A. (2017). Entrepreneurship in Small Towns in the Region of Łódź in the Assessment of Business Owners. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 13, 41–52. DOI: 10.24917/20833296.13.3

Introduction

Nowadays, among other things due to the process of globalisation and the metropolisation of space, the development dynamics of both small and medium urban centres has been considerably weakened. The first of them, according to the literature of the subject, increasingly lose the specialised, higher-level service functions in favour of regional and

supraregional centres, while the latter cease to function as local service centres, especially for the surrounding rural areas (Korcelli, 2008). Chances to break this unfavourable trend are increasingly perceived in the development of individual entrepreneurship, which is nowadays credited with a huge role in the activation of both urban and rural individuals. Entrepreneurship understood as the emergence and development of new companies fulfils several important and difficult to overestimate functions in the economy. In a nutshell, this role mainly consists in: shaping the labour market, creating opportunities for full use of existing resources, creating appropriate combinations of factors of production, stimulating local development (e.g. by activating the local population) and providing benefits to investors.

The last quarter of the 20th century is a period of expansion of small entrepreneurship. In Poland, the expansion of small businesses took place during the transformation of the economy. Poland is at the forefront of countries with the largest number of newly established companies. It is worth noting, however, that in spite of such intensive development of this sector in Poland, the possibility of its further development is still high, as evidenced by the share of the self-employed in the total number of employed persons in the economy in the EU and the significant spatial differences in the level of saturation with small enterprises (Lichniak, 2011: 7). Eurostat data for 2011 also show that in terms of gross added value (GVA) produced by macro- and small-enterprise sector in Poland is significantly lower than in the EU. According to these figures, microenterprises in Poland produce 16.5% of GVA of enterprises, while in the EU the share is 21.4%. It is worth noting that similar differences also exist for small businesses.

There is no doubt that changes in the economic situation in our country cause that in some years there is an increase in the number of newly established companies and in others the decrease. Especially susceptible to these fluctuations are companies in the smallest towns where local communities are not affluent, and the emergence of new businesses is often exacerbated by external factors (e.g. pressure on self-employment by former employers, loss of employment, etc.). This is also confirmed by European statistics, which show that the percentage of declining companies is highest among entrepreneurs in small towns and rural areas.

Taking into account, therefore, the role and importance of microenterprises in the economy of small towns, it is justified and interesting to know how entrepreneurs operating in such towns assess the conditions of running their own businesses. This is because it influences their motivation and their future decisions, especially the ability to adapt and grow their businesses. Thus, it strongly influences the functional development of such units and thus determines the direction and pace of their socio-economic development. This issue is also important, so far, that there is no sign that external capital is interested in creating businesses and companies that offer jobs for the population of small towns. There is therefore a need to base the development of entrepreneurship in these towns primarily on local residents. Apart from the above, it is worth to add that, despite so much interest in the issue of entrepreneurship observed on the basis of various scientific disciplines, this topic was rarely undertaken. Typically, the authors of such issues focus either on the development of entrepreneurship in different spatial scales (Grzybek, 2003; Kulawiak, 2011; Marks-Bielska, Kisiel, 2003; Kłodziński, 2016; Grzegorzewska-Mischka, 2010; Lichniak, 2011), or on the analysis of motives determining the decision about entering the role of entrepreneur (Kulawiak, 2013; Suliborski, Kulawiak, 2006; Kurczewska, 2013; Majkut, 2014; Kaczor-Pańkut, 1993). It is, however, worth mentioning

Fig.1. Location of the selected towns in the Łódzkie Voivodeship



Source: own work

about the development of Bassaj, who has addressed such issues in the region of Wielkopolska (Bassaj, 2003). The research of this author has partly inspired the author to take up the problem in reference to the smallest towns of the Łódź region.

Accordingly, this article presents the results of research on the conditions of running own business in small towns of the Łódź region in the opinion of private entrepreneurs. The research included 10 smallest towns in the Łódź region with up to 5,000 inhabitants, i.e. Krośnice, Uniejów, Błaszki, Warta, Złoczew, Stryków, Drzewica, Kamieńsk, Przedbórz and Biała Rawska (Fig. 1). The research was conducted in 2016 by direct interviews among self-employed entrepreneurs in the distinguished towns. The sample consisted of 300 questionnaires, which accounted for slightly more than 10% of the total number of registered economic entities in the examined towns. In particular, the assessment included: the profitability of running own company, current conditions of its establishment and operation, barriers hindering the establishment of companies and prospects and further development opportunities.

Entrepreneurship in the smallest town of the Łódź region – selected issues

The urban settlement system of the Łódź region consists of 43 towns and cities highly diversified in terms of size and socio-economic functions. Towns selected for the research account for 23% of their total number, and have slightly more than 2% of the total population of the region. In total they take up 0.4% of the whole voivodship (83 km²). The towns selected for the research, although mostly located on the outskirts of the voivodship, are in similar distance to the capital of the region – Łódź, on average 80 km. The exception is the town of Stryków, which is only 20 km away from Łódź, and the towns of Drzewica and Przedszów, which in turn are located the furthest – about 120 km away. The majority of the surveyed towns are located in the poviats of Sieradz (3) and Radomsko (2). The remaining (1 each) are located in the poviats of Poddębice, Zgierz, Opoczno, Kutno and Rawa.

None of the selected towns has the status of a poviat town; almost all of them, though (besides Drzewica) are the seats of urban-rural gminas. Only Uniejów and Stryków play the role of suprarregional centres. The first one is a tourist and health resort town and since 2012 the first thermal spa in Poland, while the second one, due to the location at the crossroads of the A1 and A2 motorways, serves as a transport and storage facility. The other towns only play the role of local service centres for the surrounding rural areas.

In 2014, over 2,900 private businesses were registered in the surveyed towns, which accounted for almost 1.3% of all private economic entities operating in the Łódzkie Voivodeship. In terms of ownership form, entities of natural persons dominate: there are 2,430 of them, which accounts for 81% of the total number. In 2014 the company's indicator in these towns, expressed by the number of entities per 100 people, was 9 companies on average. The structure of the entities is dominated by section G, i.e. wholesale and retail trade and vehicle repair, concentrating more than 50% of all entities, followed by industry and construction which account for 33%. It is worth mentioning that retail and repairs belong to this type of business, which in each town individually accounts for more than 50% of all entities.

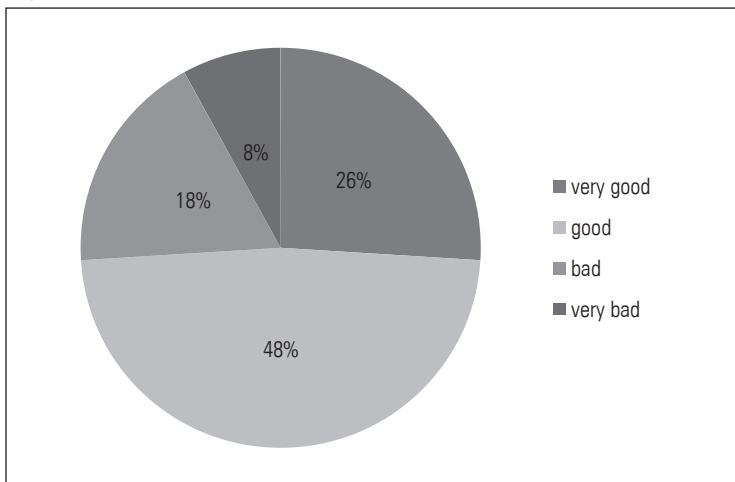
The profitability of running own business in the opinion of entrepreneurs from small towns in the Łódź region

Research shows that for most respondents, running a business has been so far profitable activity. The ratings in this category were generally positive: 74% of the respondents expressed their satisfaction, so only 26% were somewhat unhappy with the profitability of the business. The fact is, however, that among the dissatisfied those highly dissatisfied account for a relatively small percentage: 8% (Fig. 2).

Interestingly, the question of chances to improve business profitability in the near future revealed that optimism prevails among both satisfied and dissatisfied people, meaning that both groups believe that running their own business will be even more profitable in the near future (Fig. 3). More often, however, such positive opinions were expressed by the entrepreneurs representing the manufacturing industries or the highly specialised services (medical, legal, accounting) than the representatives of less specialised services (small grocer owners) or small artisans.

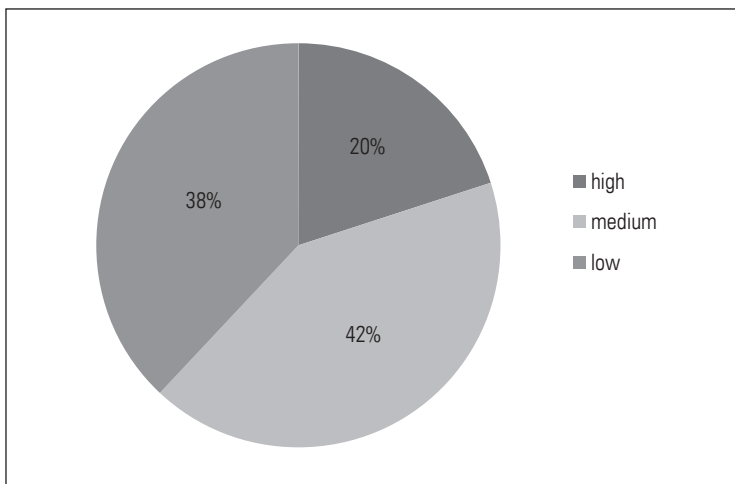
This generally expressed optimism does not mean that the respondents do not see the barriers to achieving full satisfaction with running their own business (Fig. 4).

Fig. 2. Assessment of business profitability in entrepreneurs' opinion



Source: own work based on surveys

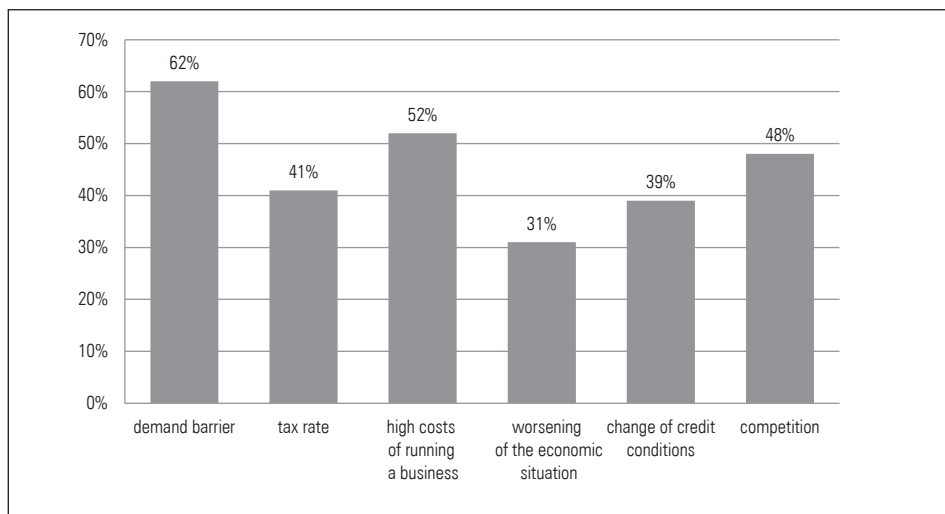
Fig. 3. Evaluating the chances of improving the profitability of doing business in the opinion of entrepreneurs



Source: own work based on surveys

According to respondents, the biggest barrier is the demand barrier identified with low demand among local communities for the goods and services they offer, which is related to the low level of affluence of the local community. In their opinion, long-term lack of sales for their goods and services can (in the long term) adversely affect the development of their companies. Another important barrier is also the high taxes, and hence the cost of running own business. Many admitted that although they were not currently operating at the cost-effectiveness threshold, they expressed concern that if the government does not meet the promise of lowering the rates of income tax, the situation will worsen further, which in turn will adversely affect the business. It is worth emphasising,

Fig. 4. Most often mentioned barriers hindering the increase of business profitability in the opinion of entrepreneurs

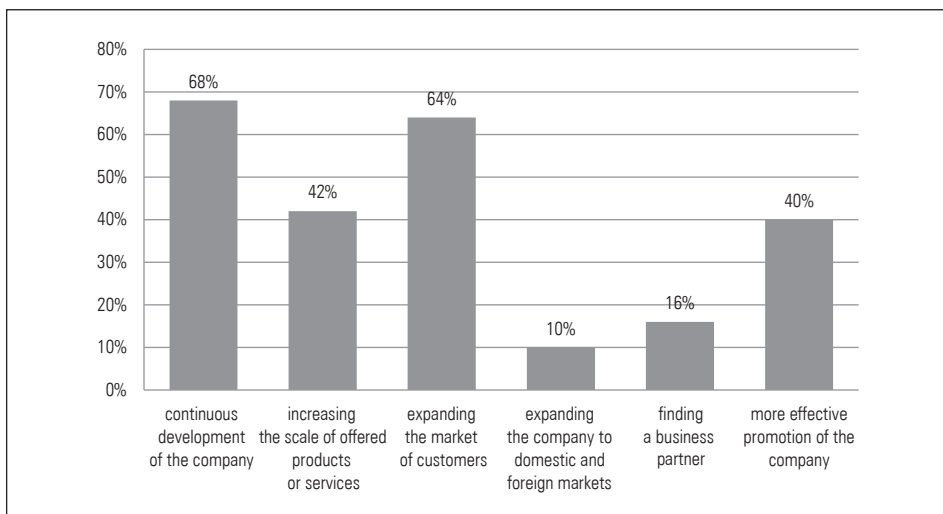


Source: own work based on surveys

however, that in the course of the research the entrepreneurs generally declared a great deal of faith in the government's promise to reduce taxes, which was also characterized by considerable optimism and a belief in a "better tomorrow". This approach presented by the respondents may be due to the fact that the surveyed group represents the smallest towns in the Łódź region, and therefore consists, in large part, of the supporters of the current ruling party. Out of the listed barriers, attention is also drawn to the competition, which was indicated by almost every other surveyed. Fear of competition in the case of a community is justified because in small towns, running own business is often the only chance for a decent life and therefore competition is significant. It is worth emphasizing that entrepreneurs speaking about competition, however, are more concerned about companies that are potentially more likely to emerge than those already operating on their local market.

Interesting conclusions have also been provided on the factors potentially improving the profitability of the business (Fig. 5). It has been revealed that the respondents see this mainly in their own capacity and perseverance and the ability to find themselves in the local market. In other words, the chances of improving the profitability of a researched business are primarily determined by themselves and by the actions they undertake. The vast majority of respondents pointed out that, in order to increase profitability of the company, the following can contribute: continuous and dynamic development of the company, increasing the scale of offered products or services, expanding the market of customers, expanding the company to domestic and foreign markets, finding a business partner or more effective promotion of the company. In the longer term, the approach presented by the respondents should be evaluated positively as it indicates that despite the perceived difficulties on the market, the respondents want to take on challenges, be active and independent participants in the local market, and not just its passive observers dependent on the local economy.

Fig. 5. Most often mentioned opportunities to improve the profitability of the company in the opinion of entrepreneurs



Source: own work based on surveys

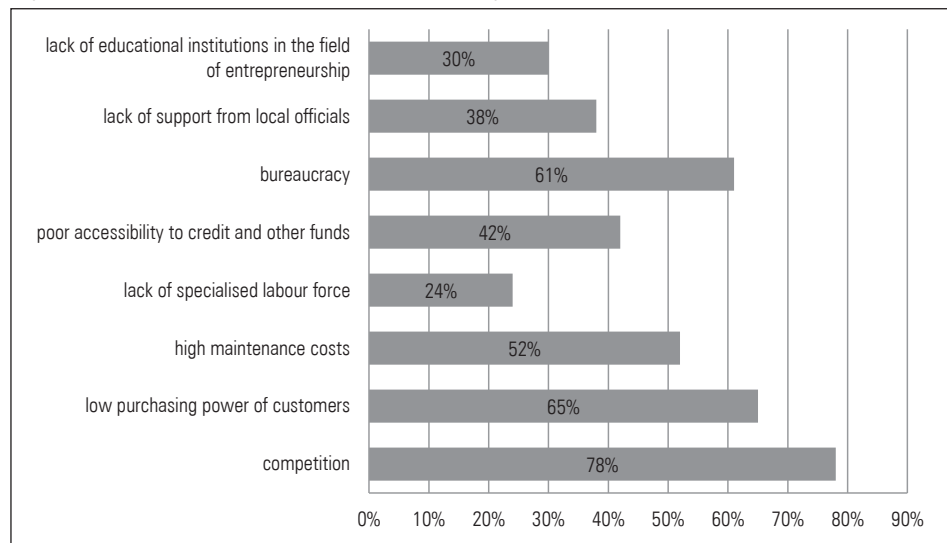
Difficulties (barriers) in conducting business in the opinion of the surveyed entrepreneurs

Contemporary literature of the subject, including both theoretical as well as empirical, provides a wealthy share of information on the barriers and factors of entrepreneurship development. In its light, the barrier is an obstacle hindering entrepreneurial activity, that is, establishing new businesses. When it comes to business growth barriers, literature most often refers to the barrier to demand, the barriers to growth of the company stemming from state macroeconomic policies, financial barriers (lack of financial resources) that are especially affecting small and medium enterprises, and infrastructure barriers. Moreover, entrepreneurs often also declare a barrier in the form of high labour costs and taxes (Grzegorzewska-Mischka, 2010; Wierzbicki, 2011; Lichniak, 2011; Bukraba-Rylska, 1993; Kłodziński, 2016).

It is worth noting that in the case of the examined group of entrepreneurs, the barriers declared by them are also not different from those most frequently mentioned in the literature of the subject (Fig. 6). In addition, it is also worth mentioning that the question about the greatest obstacles in running a business in the smallest towns of the Łódź region revealed that there is a high number of diverse barriers, often unrelated to the type of business activity, and their source lies chiefly in the national economy and its state.

In general, the barriers mentioned by the respondents can be classified into two groups: financial and administrative. The most common obstacles to setting up businesses mentioned by respondents were: competition, low purchasing power of customers, high maintenance costs, poor credit availability and bureaucracy. The fact is, however, that entrepreneurs often complained about the lack of help from local officials and the lack of institutions educating them in running their own businesses. Mentioning such barriers by the respondents indicates that, despite their long activity in the market economy

Fig. 6. Most often mentioned difficulties in running a business in the opinion of entrepreneurs



Source: own work based on surveys

conditions, most of them need substantive external support. In other words, they need proper conditions expressed by business environment institutions and the support of local officials. This is understandable because a group of local entrepreneurs in the smallest towns are mostly poorly educated people, most of them were workers in the former state or private sector, with no experience or knowledge of running their own business. On the contrary, the conditions in which they have come to act and conduct business are currently very demanding.

Evaluation of the current conditions of running own business

Assessing the current conditions of running own business has taken into account the following features: tax system, bureaucracy, assistance of local officials and absorption of local market. The study used a four-step rating scale. Research has revealed that respondents generally poorly assess the conditions of running own business in their towns. Generally speaking, regardless of the analysed feature, evaluations were satisfactory and unsatisfactory (over 60%), and only slightly over 7% of all evaluations were very good (Table 1). The average rating of the criteria in terms of the criteria (four-grade school system) was only 3.2.

Out of all the mentioned features, the respondents rated the help of local officials and the tax system as least favourable. It is worth noting, however, that their assessment was dependent on the experience of being an entrepreneur, because much higher marks for these two features were given by entrepreneurs operating on the market for a longer time. This trend is due to the fact that entrepreneurs who continue to operate on the market, through their years of practice and thus their own pool of customers, are less affected by the pressure imposed by tax officials and less often need help from them. It is worth adding that Bassaj observed this similar tendency with regard to entrepreneurship

in the Małopolska region (2003). The research of this author also proved that the lowest ratings, and thus the lowest degree of satisfaction from the current conditions of running own business, was felt by the entrepreneurs with the shortest time in this role, and the highest by ones who started their activity before 1989. At the same time the author concludes that from the fact that they are the longest operating on the market, and thus have the oldest companies, their statements can be considered the most reliable as based on knowledge and experience (Bassaj, 2003). At the same time, these studies point out that, despite years and different spatial scales, trends in entrepreneurial behaviour do not change so quickly.

Table 1. Evaluation of selected conditions of conducting business activity by entrepreneurs

Feature	Evaluation				
	Very good (5)	Good (4)	Satisfactory (3)	Unsatisfactory (2)	TOTAL (average grade)
Tax system	1%	22%	59%	18%	100% (3.1)
Bureaucracy	3%	34%	42%	21%	100% (3.2)
Assistance of local officials	7%	35%	30%	28%	100% (3.2)
Absorption of local market	18%	31%	31%	20%	100% (3.4)
Total	7.3	30.4	40.5	21.8	100% (3.2)

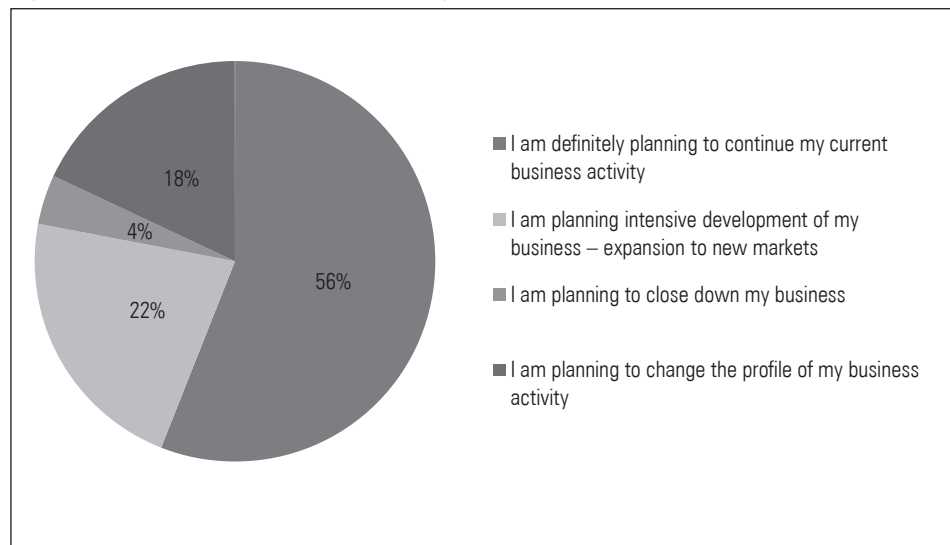
Source: own work based on surveys

In the case of the surveyed entrepreneurs from the smallest town in the Łódź region, it is also worth mentioning that the highest ratings, regardless of the features, were provided by service providers, including those with highly specialised services (in this group, good and very good grades predominated), while the lowest ratings from grocery store owners and small artisans. In this group what weighs most heavily on business owners is the tax system and lack the involvement of local authorities in creating favourable conditions for their business development. In addition, there is a great deal of competition in these branches, which, with limited local demand, is of great importance.

Assessment of the prospects of running own business in the opinion of entrepreneurs

The question of prospects related to the business first and foremost revealed that the respondents generally show considerable optimism about the future of their businesses (Fig. 7). Research has shown that despite a low assessment of current conditions of running a business activity, the vast majority of respondents (nearly 60%) plan to continue it and act as an entrepreneur. It may be assumed that their position is partially related to the optimism

Fig. 7. Assessment of the prospects of running own business in the opinion of entrepreneurs



Source: own work based on surveys

most of them have declared when evaluating potential opportunities for their business development in the near future and its future economic viability. Generally, entrepreneurs from the smallest towns in the Łódź region believe, as has already been mentioned, in a “better tomorrow”. Thus, they massively also do not plan to close their businesses. Such declaration was made only by 4% of the entrepreneurs, which proves that the group of extremely dissatisfied pessimists is among the respondents in a decided minority.

What is also highly positive is the desire to intensify the development of the company, declared by almost every fifth respondent (22%). This means that, despite their perception of local difficulties, they are not afraid of new challenges and they have an appetite for more. This, one might assume, may positively translate into the local economy in the long run. Perhaps their declared position stems from the fact that the respondents mainly see the chance to improve the profitability of their company, as demonstrated by the research, in their own work and in their own engagement in running a business. In other words, in their opinion, the company’s development is strongly correlated with their internal capabilities and attitudes towards their own business, and therefore depends on factors that can be controlled. The attitude expressed by the respondents towards the prospects for the development of their own company is thus very optimistic, as it assumes that the smallest towns of the Łódź region, despite the socio-economic recession, will have the opportunity to further develop on the basis of local entrepreneurship and thus to diversify their existing economic bases and maybe even create new ones.

Apart from the mentioned ones, it is worth to emphasise that although almost every fifth of the respondents (18%) declared willingness to change their current business profile, only one-tenth of them (6 people) had the idea of real rebranding. This makes it possible to suppose that the group’s declaration is rather an expression of their overall dissatisfaction with the business than indicates the announcement of concrete changes.

Conclusions

The main aim of the article was to get acquainted with the opinions of entrepreneurs from the smallest towns in the Łódź region on the conditions of running their own businesses in these localities. The research carried out in this direction, despite the fact that they were of a poll form, allowed to draw several conclusions of a general nature. They revealed, among other things, that the surveyed entrepreneurs generally poorly assess the conditions of conducting own business in the smallest towns of the Łódź region. Despite this, they show great optimism, especially with regard to the possibility of improving the conditions in which they operate and the profitability of the business. This generally positive picture shows, as can be expected, the confidence the respondents have in the present government.

In light of these observations, it can be assumed that in the smallest towns of the Łódź region entrepreneurship is likely to develop. In other words, the projection for these towns is optimistic. Unfortunately, one cannot ignore the fact that, on the basis of the research conducted, it is difficult to clearly state whether their companies are driven by their need for being “entrepreneurial” and, or they stem from a necessity in the absence of a different perspective on survival, and the motives for setting up own business are extremely important in this process. Current research shows that business born from the so-called “necessity” is less persistent, more susceptible to economic fluctuations, less expansive and innovative, and thus does not create new economic development bases for the town, which is needed especially for a small settlement unit. Therefore, it is necessary to constantly monitor the changes in entrepreneurs’ attitudes towards their own business and the conditions under which they operate, as well as take action to stimulate local entrepreneurship. In addition, the analysis presented here should, above all, be an introduction to further research on the problem of entrepreneurial attitudes towards their own business and the local environment in which they operate.

References

- Bassaj, M. (2003). Pozarolnicza działalność gospodarcza na obszarach wiejskich Małopolski w ocenie drobnych przedsiębiorców. W: A. Czudca (red.), *Regionalne uwarunkowania ekonomicznego rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego. [*Non-agricultural economic activity in rural areas of Małopolska in the assessment of small entrepreneurs.*]
- Bukraba-Rylska, I. (1993). Szanse i bariery aktywizacji obszarów wiejskich przez turystykę. W: K. Duczowska-Małysz (red.), *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. W stronę wsi wielofunkcyjnej*. Warszawa: PAN, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa. [*Opportunities and barriers to rural activation through tourism.*]
- Grzegorzewska-Mischka, E. (2010). *Współczesne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH [*Contemporary determinants of entrepreneurship development in Poland.*]
- Grzybek, M. (2003). Destymulanty rozwoju przedsiębiorczości w agrobiznesie w województwie podkarpackim. W: A. Czudca (red.), *Regionalne uwarunkowania ekonomicznego rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego. [*Destimulants of entrepreneurship development in agribusiness in the Podkarpackie Voivodeship.*]
- Kaczor-Pańków, G. (1993). Psychospołeczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości. W: K. Duczowska-Małysz (red.), *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. W stronę wsi wielofunkcyjnej*.

- Warszawa: PAN, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa. [*Psychosocial conditions of entrepreneurship development.*]
- Kłodziński, M. (2016). Bariery rozwoju obszarów wiejskich ze szczególnym uwzględnieniem sektora małej i średniej przedsiębiorczości. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju*, CLXVII, 285–301, Warszawa. [*Barriers to rural development, with particular emphasis on the small and medium enterprise sector.*]
- Korcelli, P. (2008). System osadniczy Polski – tendencje i uwarunkowania przemian. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju*, 31 [*Polish settlement system – tendencies and conditions of change.*]
- Kulawiak, A. (2011). Zmiana lokalnych społecznych uwarunkowań rozwoju gospodarczego Łodzi w latach 2002–2010 w świetle badań łódzkich przedsiębiorców. W: B. Namysłak (red.), *Przekształcenia regionalnych struktur funkcjonalno-przestrzennych. Zmiany funkcjonalno-przestrzenne miast i obszarów wiejskich*. Wrocław: Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, t. 2. [*The change of local social determinants of Łódź's economic development in the years 2002–2010 in the light of research of Łódź entrepreneurs.*]
- Kulawiak, A. (2013). Społeczne uwarunkowania rozwoju sektora usług w małych miastach. Przykład Uniejowa. *Folia Geographica Socio-Oeconomica*, 15. [*Social determinants of service sector development in small towns. The example of Uniejów.*]
- Kurczewska, A. (2013). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, [*Entrepreneurship.*]
- Lichniak, I. (2011). *Determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza, SGH [*Determinants of entrepreneurship development in Poland.*]
- Majkut, R. (2014). *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych*. Warszawa: CeDeWu. [*Entrepreneurship in the light of interdisciplinary conditions.*]
- Marks-Bielska, R., Kisiel R. (2003). Możliwości i bariery rozwoju przedsiębiorczości na terenach popopegeerowskich. W: A. Czudca (red.), *Regionalne uwarunkowania ekonomicznego rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego. [*Opportunities and barriers to the development of entrepreneurship in the areas of former state owned farms.*]
- Suliborski, A., Kulawiak, A. (2006). Przedsiębiorca jako uczestnik i twórca procesów transformacji. Przykład Łodzi. W: A. Jewtuchowicz, A. Suliborski (red.) *Przestrzenne zróżnicowanie procesów transformacji społeczno-gospodarczej w regionie łódzkim*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. [*Entrepreneur as participant and creator of transformation processes. The example of Łódź.*]
- Wierzbicki, J. (2011). Prawno-administracyjne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. W: I. Lichniak (red.), *Determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza, SGH. [*Legal and administrative determinants of entrepreneurship development in Poland.*]

Anita Kulawiak, PhD in geography, an employee of the Department of Geography of the University of Łódź. Her research interest focus on entrepreneurship in small towns and rural areas, the transformation of the Polish economy and the use of EU funds in a variety of spatial scales. Author or co-author of about 30 publications.

Address:

Uniwersytet Łódzki
Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej
ul. Kopcińskiego 31
90-142 Łódź, Poland
e-mail: anitakulawiak@wp.pl

WOJCIECH KILJAŃCZYK

Special purpose entity of the University of Silesia, Katowice, Poland

Enterprise Development Programming in Partnership with Local Government, Science and Business. The Example of Rybnik

Abstract: the article concerns the mechanisms of entrepreneurship development in partnership with local government, science and business. The author presents evidence that the sector partnership is crucial for the success of projects developing entrepreneurship in the local and regional perspective. Local government has the resources and capabilities to act as initiators of projects and programs supporting the economic development of the city or voivodeship. At the same time, representatives of local government units must use appropriate operational and management methods in the implementation of the policy of strengthening entrepreneurship. Inter-sectoral collaboration requires the application of organisational solutions allowing for the involvement of units in different fields and basing on various legislation. The author also indicates that the source of the competitive advantage of cities and regions may be the specialisation, as well as the commercialisation of knowledge and technology. In this case, the inter-sectoral partnership is crucial as it conditions the success of economic development programs in its social, economic and political sense. At the same time, the article describes the methods of building the inter-sectoral cooperation. As a basis for the appropriate use of the different potential of the cooperating participants, the authors indicated projects and programs embracing groups of projects. All this is worth being recognised within the framework of strategic documents, such as development plans, strategies, and other records used by local government agencies. The article uses the outcome of the participatory workshops during the preparation of the Rybnik Enterprise Development Program. The aim of the study is the verification of the assumption that the sectoral partnership is crucial to the processes of local and regional entrepreneurship development.

Keywords: business; development; entrepreneurship; local government; partnership; science

Received: 25 October 2016

Accepted: 28 February 2017

Suggested citation:

Kijańczyk, W. (2017). Enterprise Development Programming in Partnership with Local Government, Science and Business. The Example of Rybnik. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 53–61. DOI: 10.24917/20833296.13.4

Introduction

Programming the development of entrepreneurship is an essential task of local government. Building mechanisms conducive to the emergence of new enterprises and innovative ventures enhances the competitiveness of a given region. Business development based on exploiting the potential of both local government units, as well as the science, education, business environment institutions and entrepreneurs themselves, enhance inter-sector relationships. Implementing joint initiatives based on programs and projects gives the opportunity to build effective pathways to support entrepreneurship.

Entrepreneurship programming in sectoral partnership

Local development depends on many factors. One is civic activism and the involvement of local leaders, actors and institutions in the process of shaping programs for development strategies or business support. As such, it is important that local experts, who can share their experience on the one hand, and, on the other hand, can influence the implementation of projects defined at the level of the prepared strategy, were engaged at the stage of preparation of the programs. "The only way to work is through collaboration between people and organisations and the activity of members of a given community" (Łotowska, 2015: 9). Implementation of development programs based on active communities strengthens the effectiveness of undertaken actions. Therefore, participation in the context of formulation and implementation of the development strategy is a critical issue. "It also means a new context of the city's economy, highlighted by the innovative aspects of urban policy and defined by the multiplicity of processes and actors involved in decision-making structures and implementing structures (implementation, management)" (Ochojski, 2014: 104).

What can strengthen the ways to implement the assumptions of entrepreneurship support programs in practice, is the cooperation and the ingenuity of experts, groups of people and institutions. Involvement offers many opportunities for successful projects defined at the program level. "For more than twenty years, local and national governments in many countries have been discussing a new type of urban development policy whose common denominator is the affirmation of the positive character and effectiveness of cooperation as a result of access to a variety of resources, including knowledge" (Ochojski, 2014: 104). What is effectively strengthening the process of developing local entrepreneurship is certainly the sector partnership. The most useful model of partnership is the cooperation of local government units, businesses, higher education institutions and business environment organisations.

Within the framework of the Cohesion Policy for the years 2014–2020, the European Commission has defined the concept of Community-Led Local Development (CLLD) (Łotowska, 2015). "The purpose of this tool is to enable local communities to respond to the social, environmental and economic challenges of a given area" (Łotowska, 2015: 5). Partnership, relationship building and joint ventures are the basis of the CLLD. Today, we are dealing with a multidisciplinary action for the preparation and delivery of an urban offer. It also applies to the development of cities, including promoting entrepreneurship. Development accomplished in this way is likely to succeed for many additional reasons. Already at the stage of building cooperation, parties can agree on the effects of joint

ventures, which reduces the risk of conflict. Each of the parties simultaneously learns during the interaction and acquires new experiences. It is important that the responsibility of the parties is also shared, and that the extent of the interaction is indeed increasing.

An example of the application of participation in the preparation stage of the enterprise development strategy by the self-government is the method used by the city of Rybnik. City authorities have decided to prepare a detailed business support plan in collaboration with representatives from science, education and business.

Rybnik Entrepreneurship Development Program

The town of Rybnik is the main centre of the Western Subregion of the Silesian Voivodeship. Its location in southern Poland, near the cities of the Upper Silesian Agglomeration and a short distance to the border with the Czech Republic, allows designing development based on own resources and potentials. Rybnik is inhabited by less than 140,000 inhabitants, giving it the 25th place in Poland regarding population. Rybnik is constantly developing, and its strengths include:

- The concentration of institutions.
- An extensive and varied offer in the fields of education and culture.
- Absorbent labour market.
- The strength of the local economy.
- Efficiency in obtaining EU funds.

Like any city with poviat (district) rights, Rybnik is also looking for additional development impulses. Rybnik's strategic objectives are developed by:

- The strategy of Integrated Development of the City of Rybnik until 2020.
- Development Strategy for the Western Subregion of the Silesian Voivodeship.
- Development Strategy of the Silesian Voivodeship.
- Regional Operational Program of the Silesian Voivodeship.

In April 2016 the President of Rybnik decided to prepare a detailed strategy for the Rybnik Integrated Development Strategy until 2020, i.e. The Rybnik Entrepreneurship Development Program. Workshops attended by representatives from the business, science, education, business environment and self-government sectors took place in late May and June 2016. The topics covered included four areas:

- Forecasting and shaping qualifications in the local labour market in the local government, education, science and business partnership.
- Space and infrastructure for SME development.
- Rybnik's smart specialisation developed in cross-sectoral collaboration.
- Mechanisms for strengthening the business-education-self-government partnership.

As a result of the workshops, a plan for the development of the Rybnik entrepreneurship was created in the thematic areas. Particular attention should be paid to the seminar on mechanisms for strengthening the cross-sectoral partnership. As a result of it, participants defined how organisations would interact in different spheres. The most important factors of cooperation mentioned by the participants included:

- building permanent alliance structures linking business, science, education, culture, social and self-government to:
 - reinforce entrepreneurs' awareness of the benefits of inter-sectoral (company-to-company) and cross-sectoral cooperation (company-entities from other sectors),

- develop institutional organisation of local economic development partners through the use of organisational tools, shared space created for business, as well as financial tools,
- increase the involvement of entities from different sectors in the economic development of Rybnik – science, education, culture, social sector, local government,
- enable information flow platforms for acquiring knowledge about the needs of partners, managing joint projects and functioning of a mutual recommendation system;
- building partnerships for projects supporting the transformation of the local economy into an economy based on innovation and creativity to:
 - support the process of creating leaders in the areas that stimulate the modernisation of the local economic structure,
 - develop a system of the assembly of potentials from different sources for the implementation of innovative and creative projects,
 - enable the flow of knowledge to the city about the directions of change and the predicted trends in economic development in the world;
- organising inter-sectoral and cross-sectoral cooperation opening up the local economy to collaboration with the environment to:
 - reconstruct Rybnik position as a city generating development impulses for the Western Subregion of the Silesian Voivodeship and the functional area located along the A1 motorway,
 - ensure the presence of local entities (especially business and self-government) in networks of supra-local cooperation,
 - use the cross-border position to strengthen Rybnik's economic position,
 - attract to the city further actors contributing to the strengthening of the local economic structure.

These elements are the basis for the tasks defined in the three thematic workshops. Their implementation may be based on the mechanisms described above.

Partnership in implementing strategic ventures

Implementation of enterprise support programs in a sectoral partnership requires appropriate tools for action. Taking them into a typical model of behaviour increases the efficiency of the application of the steps taken. Nowadays, more and more representatives of local governments decide their policy in the context of the planning of strategic programs, including those that support entrepreneurship. It is because the existing cohesion policy implemented in the framework of the development of European Union regions did not necessarily produce the intended effects. The new paradigm for development approaches implies several principles:

- a. reassessing the development factors, including displaying diversity as a source of socio-economic development,
- b. orienting policy onto strengthening the internal and external relations underlying cohesion policy building,
- c. mobilising local and regional actors by dialogue and public-private partnerships, which will have a positive impact on regional development,
- d. building institutional partnerships and integrating the impact of public entities,

- e. diversifying regional development policy – departing from the universal policy model in favour of a diversified system, depending on local and regional potentials and capabilities (Nowakowska, 2015).

Areas of influence and ways of shaping public intervention are elements that are updated within a territorial-functional development model. Key areas of the new development programming focus around three elements:

- a. a new approach to strategic planning and programming – exposing territorial capital, concentrating on the main impact areas, strengthening planning for functional and spatial areas,
- b. stronger policy coordination and integration of the territorial dimension – the redevelopment of the financing system for development policy from classic redistribution of resources towards regional development policies (e.g. local contracts), orientation on the results, the creation of comprehensive and multi-sectoral projects,
- c. institutional changes that enhance knowledge absorption and strategic debate – setting up new institutions shaping regional development, strengthening new coordination mechanisms between policies, as well as programs and projects (Nowakowska, 2015).

Functional areas are currently the principal territorial unit subject to development policy. An area of this kind is a distinct area with specific socio-economic and spatial characteristics. The literature also highlights the areas of strategic intervention.

Program and projects as foundations of enterprise development strategy

Entrepreneurship development is crucial to the success of a region. “Stimulation of business and local initiatives facilitates the creation of a harmonious system in which each member of a given local community can play a role. As a result, the sense of participation – so essential for the development of entrepreneurship and local development – increases” (Leśniewski, 2010: 69). The determinants of entrepreneurship development in the local context include local attitudes, local resources, the way in which local authorities operate and the structure and dynamics of the local economy (Kuciński, 1999). Territorial entrepreneurship depends on attitudes and behaviours of local authorities, business entities and local communities. These elements are closely intertwined, and their impact should be towards creating conditions for the potential for new uses of resources (Janik, 2004). All this can have a positive influence on the economic development of a given territory. “Entrepreneurship in local and regional development processes can be viewed from two perspectives. It can be considered by analysing the behaviour of the local authority and, consequently, talking about the entrepreneurship of local government units. It can also be found by examining the attitudes of local communities and economic entities towards undertaking and conducting business” (Kuciński, 2010: 24).

Among the tools supporting the development of entrepreneurship, the following can be distinguished:

- financial tools affecting businesses: banking instruments, leasing, loan and guarantee funds, seed funds, local taxes and charges,
- non-financial instruments affecting the enterprise: business incubators, technology transfer centres, training institutions, research institutes, special economic zones,
- interregional initiatives: Euroregions, cross-border cooperation and other cooperation agreements,

- tools used by the public sector: laws, resolutions and other legal acts, European Union programs, government agencies (Polish Agency for Enterprise Development, Industrial Development Agency, Polish Information and Foreign Investment Agency, National Center for Research and Development) (Saar, 2011).

These elements of entrepreneurial development are a classic set of tools that build entrepreneurship. In this context a local government is one of the partners in the process of strengthening entrepreneurship. But what if traditional actions are not enough? "In practice, there is a close relationship between the development of the region and the sector of small and medium-sized private enterprises. They are most often found in the founders' homes; those businesses use local resources, the owners pay taxes there, and create a climate for further investment, which results in regional disparities in development" (Saar, 2011: 17).

Local government has the resources, including finances, which allow it to play a leading role in building an entrepreneurial culture. Some of the tools listed above do not depend on local government, so a palette of opportunities set at this administration level should be prepared. Such a solution also supports the fact that entrepreneurial development tools can be tailored to local needs.

Irrespective of the chosen ways of developing entrepreneurship, what makes it possible to implement such policies are programs and projects. Local government has the resources and capabilities to act as the initiator of projects and programs supporting the economic development of the city or voivodeship. At the same time, the representatives of local government units must apply appropriate management and operational methods in implementing the policy of strengthening entrepreneurship. Cross-sectoral cooperation requires the implementation of organisational solutions that allow for the involvement of entities operating in different fields and based on various legislation. Selected programs and projects may be included in strategic documents, such as development plans, strategies and others, applied to local government units. What further enhances the ability to generate innovative projects is creativity. Implementation of undertakings supporting entrepreneurship may be based on:

- a. public-private partnership,
- b. project partnership,
- c. industry/sectoral partnership,
- d. local/cross-sectoral partnership (Bondaruk, 2015).

Development of entrepreneurial competencies based on cooperation

What builds the development of entrepreneurship is sectoral collaboration and mutual learning of organisations and individuals. The participation of local governments, entrepreneurs, universities and business environment institutions enables verifying the behaviour of particular structures. It should be noted that the representatives of these environments work by different objectives and guidelines as well as different legislation. The combination of experience and knowledge, as well as the realisation of joint projects, to which each party contributes its resources and competencies, provides the opportunity to work effectively in strengthening entrepreneurial initiatives. "The challenge for the knowledge economy is the network economy and the network society. Mutual relationships between the business sector, business support institutions and the public sector

may thus find a new form of communication that will lead to a more intensive local community development” (Saar, 2011: 127).

One of the most important factors in the development of a knowledge-based economy is intellectual capital. It is often more important than other enterprise resources. The potential of people, their education, their networks, and their experience, make the initiatives taken by entrepreneurs potentially successful. “Innovation is an indispensable element of business development. It allows the company to stay on the market, compete effectively and multiply its revenue” (Saar, 2011: 17).

Transfer of knowledge and technology as a source of competitiveness of local government units

Can local governments compete? the answer to this question is affirmative. The sources of competitive advantage of cities and regions may be their specialisation and technological and non-technological innovations. In this case, the cross-sectoral partnership is a key factor in the success of the mission of developing economic programs, both in a social, economic and political sense. Knowledge and technology are the sources of a region's competitive advantage. “Regional specialisation emphasises the role of endogenous potentials in enhancing the competitive position of the region taking into account the sustainability of development” (Malik, Dymek, 2014: 15). “The innovative activity of enterprises corresponds to the competitiveness of the region mainly in the context of its indirect competition, i.e. through the competitive capacity of its local companies. These capabilities are shaped by the regional environment that allows businesses to gain competitive advantage” (Łyżwa, 2014: 97).

Local governments can directly create conditions conducive to the development of innovative activities. It is based on the animation of cooperation with universities and R&D units. The construction of adequate infrastructure, including the creation of technology parks, networking to build clusters and participation in research and development projects, are the core capabilities of local government units in the context described. In addition to the obvious benefits of successful projects, the transfer of knowledge and technology allows for creating relationships between partners. At the same time, jobs that require appropriate qualifications and experience are created in a given area. It means that they are more durable than workplaces in factories operating in economic zones. “However, the relationship between business innovation and the competitiveness of the region is two-way – not only does the competitive region shape the business environment by supporting their innovativeness, but the innovations of enterprises influence the competitiveness of the region” (Łyżwa, 2014: 97). “The change of an individual company changes its internal situation and customer relationships, as well as influences its relationships with other businesses in the region” (Łyżwa, 2014: 102).

Innovation development can be defined within the Entrepreneurship Support Program. Local governments may establish an additional strategy document in the form of a local innovation system. “Innovative activities within the local innovation system are directed at the involvement of local governments in various types of undertakings: scientific, technical (infrastructural), organisational, financial and commercial” (Bondaruk, 2015: 17). Entities necessary for inclusion in the preparation of innovation strategies with entrepreneurs are certainly local authorities and representatives of public administration,

local businessmen, NGOs, R&D institutions and universities, local stakeholders, as well as politicians and business environment organisations. "Creative industries and innovative actions in cities and the process of cooperation are the foundation of urban development" (Ochojski, 2014: 103).

One of the primary goals of creating innovation support policies in local governments is strategic management so that the local economy can absorb innovation and generate indigenous innovation from its potential (Bondaruk, 2015). Factors supporting innovation are people living in the area, factors and determinants of the growth of local entrepreneurship, the presence of higher education institutions in a particular field, access to R&D infrastructure and technological and non-technological innovations. "Inclusion of local authorities in innovative ventures that contribute to the transfer of knowledge and technology with an appropriately profiled investment offer creates incentives for entrepreneurs and potential investors" (Bondaruk, 2015: 56). "The main driving force behind the development of businesses, regions and countries are innovations, which, through diverse engagements, is also a driving force in science and technology" (Kownacka, 2015: 49).

Conclusions

The development of entrepreneurship depends on many factors. Support of local government units in this respect is critical. Programming the development of new businesses, in the partnership of the local administration, science, education and business, requires the building of close relationships between partners. At the same time, the indicated model of entrepreneurial attitudes development can be more efficient than traditional ones, which are stimulated only by the local government influencing the economic development of the area. By the analysis of strategic documents of the city of Rybnik, as well as by conducted participatory workshops with the representatives of local government, science, education and enterprises, the following conclusions regarding the development of entrepreneurship can be drawn:

- The sectoral partnership is crucial to the success of undertakings that develop business.
- Local government must use appropriate management and operational approaches to implement enterprise policies.
- Knowledge and technology are the sources of a region's competitive advantage, also in the context of specialisation.

A system for monitoring the development of local entrepreneurship is also an important factor in the development of an enterprise. Systems of this type should indicate the effectiveness of partner activities. It is, however, a matter worth describing in subsequent scientific papers.

References

- Bondaruk, J. i in. (2015). *Przewodnik budowania lokalnej strategii innowacji*. Katowice: Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego. [A guide to building a local innovation strategy.]
- Janik, W. (2004). *Przedsiębiorczość i przedsiębiorstwo*. Lublin: WSPA. [Entrepreneurship and Enterprise.]
- Jańczuk, L. (red.). (2015). *Integrated regional development*. Lublin: Wydawnictwo KUL.

- Kownacka, V. (red.). (2015). *Regionalne aspekty gospodarki*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. [*Regional aspects of the economy*.]
- Kuciński, K. (1999). *Lokalne uwarunkowania rozwoju regionalnego*. Warszawa: SGH. [*Local conditions for regional development*.]
- Kuciński, K. (2010). Regionalna perspektywa przedsiębiorczości. W: K. Kuciński (red.), *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*. Warszawa: Difin, 15–29. [*Regional entrepreneurial perspective*.]
- Leśniewski, M. (2010). Kultura organizacyjna gminy a rozwój regionalny. W: K. Kuciński (red.), *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*. Warszawa: Difin, 52–79. [*Organisational culture of the gmina and regional development*.]
- Łotowska, K. (red.). (2015). *Rozwój lokalny kierowany przez społeczność. Jak partycypacyjnie kreować rozwój lokalny. Poradnik dla lokalnych grup działania, samorządów i partnerów społecznych*. Białystok: Ośrodek Wspierania Organizacji Pozarządowych. [*Local development driven by the community. How to contribute actively to local development. A guide for local action groups, local governments and social partners*.]
- Łyżwa, E. (2014). *Innowacyjność przedsiębiorstw a konkurencyjność regionów*. Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego. [*Enterprise innovation and competitiveness of regions*.]
- Malik, K., Dymek, Ł. (2014). Inteligentne specjalizacje jako efekt transferu wiedzy w regionie. W: A. Klasik (red.), *Sektor kreatywny jako katalizator przemian strukturalnych w regionie*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 15–25. [*Intelligent specialisation as a knowledge transfer effect in the region*.]
- Nowakowska, A. (red.). (2015). *Nowoczesne metody i narzędzia zarządzania rozwojem lokalnym i regionalnym*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. [*Modern methods and tools for local and regional development management*.]
- Ochojski, A. (2014). Współpraca, kreatywność i innowacyjność w miastach. W: A. Klasik (red.), *Sektor kreatywny jako katalizator przemian strukturalnych w regionie*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 102–120. [*Cooperation, creativity and innovation in cities*.]
- Saar, M. (2011). *Jak samorzady lokalne mogą wspierać rozwój przedsiębiorczości?* Warszawa: CeDeWu. [*How can local governments support the development of entrepreneurship?*]

Wojciech Kiljańczyk, MA – board member of the special purpose entity of the University of Silesia, certified manager of innovation, graduate of the International Executive MBA programme validated by the Aix-Marseille Graduate School of Management. Committee Member of Municipal Services of the National Chamber of Commerce, expert of the National Center for Research and Development, expert of the Regional Kujawsko-Pomorskie Voivodeship Operational Programme.

Address:

SPIN-US Sp. z o.o.
ul. Bankowa 12
40-007 Katowice, Poland
e-mail: wojciech.kiljanczyk@us.edu.pl

DOROTA WANTUCH-MATLA

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

Przedsiębiorcze podejście w kształtowaniu dobrej jakości przestrzeni publicznej

Entrepreneurial Approach in Development of Good Quality Urban Public Spaces

Streszczenie: Jeden z najistotniejszych i integralnych elementów składowych wielowarstwowego tworzywa, jakim jest miasto, to jego przestrzeń publiczna. Umiejętnie kształtowana i utrzymywana przestrzeń miejska w swojej wielowymiarowości społecznej, kulturowej, funkcjonalnej i fizycznej może stanowić rodzaj produktu w marketingu miasta. Przedmiotem niniejszego artykułu jest omówienie wybranych przykładów odzwierciedlających ekonomiczne aspekty kształtowania miejskich przestrzeni publicznych, dotyczących wybranych metod finansowania ich budowy, zarządzania nimi, a także przedsiębiorczego podejścia do tego zagadnienia zarówno w sferze sektora publicznego, prywatnego, jak i oddolnych, społecznych przedsięwzięć. Jako rodzaj inspiracji w artykule przedstawiono przykłady strategicznych rozwiązań i narzędzi polityki przestrzennej, funkcjonujące od kilkudziesięciu lat w Nowym Jorku, mające na celu wspieranie inwestycji na rzecz rozwoju miejskiej przestrzeni publicznej z korzyścią dla tzw. dobra wspólnego, ale także przynoszące miastu wymierne korzyści finansowe. W ujęciu polskim jako przykłady przedsiębiorczej postawy władz miejskich przytoczono m.in. Inicjatywy o charakterze publiczno-prywatnym, a także wybrane flagowe realizacje projektów przekształceń i rewitalizacji przestrzeni miejskich, dokonane dzięki funduszom unijnym, które w znaczący sposób wpłynęły na zmianę wizerunku i jakość życia w omawianych obszarach miejskich. Poruszono ponadto wątek miastotwórczych, przedsiębiorczych inicjatyw oddolnych, służących jakościowym przemianom przestrzeni publicznej. Odnosząc się do polityki przestrzennej polskich władz samorządowych, wskazano na potrzebę łączenia podejścia przedsiębiorczego z głęboką świadomością złożoności funkcjonowania współczesnych miast oraz respektowaniem regulacji prawnych z zakresu planowania przestrzennego.

Abstract: One of the most crucial, inherent elements of the multidimensional phenomenon of the city is its public space. Well designed and maintained public space with its social, cultural, functional and spatial multi-layered uniqueness, can become a kind of marketing city product. The following article considers selected examples reflecting economic aspects of developing urban public spaces and presents selected methods of financing, management and also an entrepreneurial approach to this question on the side of public and private sector, as well as bottom-up local initiatives. The author also presents selected inspiring examples of spatial planning and urban policies supporting public space development that for decades now are being successfully implemented in New York, bringing profits to citizens and the city budget. The following article presents, among others, public-private initiatives and examples

of selected realised flagship projects transforming and revitalising city public spaces in Poland based on the European Union funding opportunities. Presented were also selected cases of “bottom-up” initiatives transforming public spaces as being a clear display of creative entrepreneurial attitude of local citizens. With regards to Polish local governments spatial planning strategies, the author highlights the necessity of bridging entrepreneurial approach with deepened knowledge on the complexity of functioning of the contemporary cities and following planning regulations and laws.

Słowa kluczowe: fundusze unijne; marketing miasta; partnerstwo publiczno-prywatne; partycypacja; przedsiębiorczość; przestrzeń publiczna; rewitalizacja

Keywords: city marketing; entrepreneurship; EU funds; participation; Public Private Partnership; public space; revitalisation

Otrzymano: 24 października 2016

Received: 24 October 2016

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Wantuch-Matla, D. (2017). Przedsiębiorcze podejście w kształtowaniu dobrej jakości przestrzeni publicznej. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 63–176. DOI: 10.24917/20833296.13.5

Przyglądając się dwudziestowiecznym i dzisiejszym przemianom miast zachodnich, nie tylko europejskich, a także ich obecnej i prognozowanej kondycji, można łatwo wyodrębnić te elementy mechanizmów oddziaływania wolnego rynku, które przysporzyły miastom więcej szkody niż pożytku. Nie oznacza to jednak, że ów dominujący model gospodarczo-ekonomiczny nie zdołał wypracować żadnych pozytywnie symbiotycznych metod czy strategii projektowych w kształtowaniu dobrej przestrzeni miejskiej. W wielu krajach, pomimo widocznie osłabionej współcześnie roli sektora publicznego w obrębie polityki przestrzennej, udało się wprowadzić przepisy, procedury planistyczne, modele współpracy publiczno-prywatnej czy zachęty podatkowe, które zachęciły prywatnych inwestorów i deweloperów do działań służących nie tylko zyskowi, lecz także szeroko rozumianemu dobru wspólnemu, czego inspirującym przykładem jest Nowy Jork. Inwestycje w polepszanie jakości przestrzeni miejskiej, a w szczególności działania rewitalizacyjne mają istotne znaczenie w budowaniu wizerunku miast jako miejsc atrakcyjnych tak do życia, jak i do inwestowania, czyli tzw. marketingu miast, określanego również mianem marketingu terytorialnego bądź marketingu miejsca, którego koncepcja ewoluowała z gruntu przedsiębiorczości (Sokołowicz, 2016: 84). Ważnym aspektem tej koncepcji jest traktowanie miasta w całej jego złożoności jako megaprodktu, na który składają się: uwarunkowania społeczne, kultura, tradycja i obyczajowość, środowisko dla rozwoju przedsiębiorczości czy wizerunek miasta. Co istotne, produkt w tym ujęciu rozumiany jest szeroko, w odniesieniu do przestrzeni miasta, dóbr i usług, oferty kulturalnej, gospodarczej, rynku pracy, a także jakości i stylu życia (Sokołowicz, 2016: 87–90). Działania związane z kształtowaniem miejskiej „marki” stanowią element tzw. miejskiej przedsiębiorczości, którą można określić jako pewien wzór zachowań dotyczących zarządzania miastami, łączącego władze państwowe (lokalne, miejskie, regionalne, narodowe czy ponadnarodowe) z szerokim wachlarzem różnych form organizacji społeczeństwa obywatelskiego oraz prywatne interesy do formowania koalicji mających na celu promocję

lub zarządzanie różnorodnym miejskim czy regionalnym rozwojem (Harvey, 2012: 145). Istotnymi elementami tej układanki są również jakość miejskiej przestrzeni publicznej, jej funkcjonalność, kompozycja fizyczno-przestrzenna, estetyka oraz wartość społeczno-kulturowa. Przykładowo, sukces marketingowy Muzeum Guggenheima w Bilbao i rewitalizacji jego zdegradowanego otoczenia urbanistycznego, zwany dziś efektem Bilbao, stanowi najsłynniejszy przykład umiejętnego wykorzystania architektury i urbanistyki do radykalnej zmiany wizerunku miasta (Zuziak, 2012: 12). Wiadomo jednak, że choć przez lata trwano w przekonaniu, iż podobnie pozytywne konsekwencje można uzyskać gdziekolwiek wyłącznie dzięki zastosowaniu estetycznych chwytów i ikonicznej architektury – mit Bilbao jest iluzją, która została poddana silnej krytyce z początkiem nowego stulecia (Curtis, 2013: 58–61). Współczesnym architektom, urbanistom i politykom miejskim w kształtowaniu przestrzeni zabudowanej stawia się dalece poważniejsze, poza estetycznymi, wyzwania w dążeniu do równoważenia środowiska miejskiego w sferze fizyczno-przestrzennej, estetycznej, ekonomicznej i społecznej. Próby osiągnięcia tej równowagi nie muszą stać jednak w sprzeczności ze wspomnianą miejską przedsiębiorczością i generowaniem zysków finansowych, mają bowiem dziś szansę krystalizować się w dążeniach do formułowania dojrzałych mechanizmów szeroko rozumianej rewitalizacji, dając przy tym satysfakcjonujące efekty marketingowe. W tym kontekście ważnym czynnikiem warunkującym inwestycje w ulepszanie jakości przestrzeni publicznej i jej przekształcenia wydaje się przedsiębiorcza postawa różnych miejskich interesariuszy – wewnętrznych i zewnętrznych. W czasach, gdy niezmiennie bardzo ważnym aspektem polityki miejskiej jest poszukiwanie oryginalnych sposobów na to, by „sprzedać miasto” (Ashworth, Voogd, 1990), istotna jest też świadomość wymiernych i niewymiernych korzyści płynących z kształtowania dobrej jakości przestrzeni publicznej, która wraz z konglomeratem innych wartości może być zarówno składową wspomnianego miejskiego megaprojektu, jak również po prostu dobrym miejscem do życia.

W warunkach polskich, istotnym zagadnieniem w tym kontekście stały się podejmowane w Polsce od momentu akcesji do Unii Europejskiej działania rewitalizacyjne w przestrzeni miejskiej, opierające się w dużej mierze na funduszach unijnych. Wśród nich pojawiło się wiele dziś już sztandarowych inwestycji, które na dobre zmieniły wizerunek miast. Nie bez znaczenia są także coraz skuteczniejsze i częstsze inicjatywy oddolne, których efektem są przekształcenia na trwale wpisujące się w obraz miast i ubarwiające ich rzeczywistość.

Nowojorska przestrzeń publiczna – estetyka, ekonomia, zarządzanie i marketing

Władze intensywnie zabudowanego miasta, jakim jest Nowy Jork, od dziesięcioleci powoli kształtują lokalną politykę przestrzenną, na której wszak także zasadza się m.in. sukces i mit Wielkiego Jabłka. Tamtejsze działania w zakresie szeroko pojętego gospodarowania przestrzenią miejską stanowią dziś przykład jednej z najdojrzałych i świadomych polityk miejskich, aczkolwiek, co oczywiste, nie wolną od rys i uwikłań w meandry ekonomicznej i politycznej rzeczywistości. Niemniej jednak to wiele tamtejszych rozwiązań dotyczących łączenia interesów sektorów publicznego i prywatnego trafiło do klasyki przykładów dobrych praktyk, które przytacza się w kontekście rozwoju nowojorskich przestrzeni publicznych. Szczególnie ciekawym zabiegiem było wprowadzenie konieczności tworzenia tzw. POPS, czyli *Privately Owned Public Spaces*, i tzw. *plaza*

bonus jako zachęty podatkowej, stosowanej przez miasto od 1960 r. dla przyciągnięcia nowych inwestycji i jednoczesnego powstrzymania całkowitej zabudowy lub wygrodzenia każdego skrawka przestrzeni miejskiej (Kayden, 2000: 11–19). Skorzystanie z przywileju *plaza bonus* pozwalało inwestorom pomnożyć dopuszczalną powierzchnię zabudowy pod warunkiem stworzenia odpowiednio zaprojektowanych, ogólnodostępnych placów, dziedzińców, pasaży czy też arkad. Efekty wdrażania owych ulg nie zawsze są dziś oceniane dobrze, niemniej jednak dzięki *plaza bonus* powstało także wiele wartościowych miejskich enklaw, jak np. osławiony skwer zwany Paley Park.

Współpraca sektorów publicznego i prywatnego wynika nierzadko z konieczności i sytuacji kryzysowych w finansach miejskich. W latach 60. i 70. ubiegłego wieku, w okresie gdy kondycja ekonomiczna miasta Nowy Jork nie należała do najlepszych, władze miejskie uruchomiły, wykorzystywane tam zresztą z powodzeniem do dziś, mechanizmy współpracy z prywatnymi inwestorami na rzecz kształtowania przestrzeni miejskiej. Wytyczono wówczas znaczne obszary miasta, tzw. Business Improvement Districts (BID), w obrębie których rozmaite organizacje będące właścicielami gruntów przejęły także odpowiedzialność za ich rozwój i zarządzanie nimi. Połączeniem sił: budżetu miejskiego, prywatnej inicjatywy i działań poszczególnych Improvement Districts w Nowym Jorku powstaje ogromna liczba realizacji budowlanych, także tych związanych z zagospodarowaniem przestrzeni miejskiej, np. nadbrzeży, parków czy nawet ulic (Wantuch-Matla, 2016: 65).

Jednym z najbardziej świeżych, a zarazem znanych, przykładów tego rodzaju mariażu interesów jest budowa linearnego parku the High Line (THL) w południowo-zachodniej części Manhattanu. Stworzony na dawnej estakadzie kolejowej (która miała początkowo zostać rozebrana, lecz dzięki intensywnej aktywności lokalnych mieszkańców i entuzjastów kolejnictwa została zachowana), stanowi dziś jedną z ważnych atrakcji miejskich. Jej istnienie, sposób funkcjonowania i tzw. efekt zewnętrzny (Zuziak, 2002: 106), czyli oddziaływanie na otoczenie, także w sensie ekonomicznym, jest znakomitym efektem wizjonerstwa i przedsiębiorczości zarówno w skali dzielnicy, jak i miasta. Należy także wspomnieć o wielkiej determinacji wszystkich aktorów zaangażowanych w prowadzoną od kilku dekad batalię najpierw o zachowanie struktury, a następnie przekształcenie jej w rodzaj wiszącego miejskiego ogrodu. Słynne THL tworzone etapami. Po latach rozmaitych negocjacji z miastem i przekonywania sceptyków, w 2004 r. rozpisano międzynarodowy konkurs architektoniczny na koncepcję zagospodarowania niemal 2,5-kilometrowej estakady. Na podstawie wybranej koncepcji w kolejnych latach powstał projekt wykonawczy (w 2009 r. udostępniono pierwszy odcinek parku, w 2011 – drugi i w 2014 roku – trzeci – ostatni). Park powstał dzięki prywatnym dotacjom i częściowo środkom z budżetu miejskiego. Miasto, mimo że THL jest jego własnością, pokrywa rocznie jedynie około 30% wydatków koniecznych do utrzymania parku, reszta to pieniądze zbierane przez Towarzystwo Przyjaciół the High Line (Friends of The High Line – FHL), zarządzające parkiem. Park znajduje się częściowo w obszarze jednego z Business Improvement Districts, jednak nie otrzymuje z tego tytułu żadnych dodatkowych pieniędzy z opłat podatkowych. Pierwotnie w otoczeniu estakady nie istniał żaden BID i faktem jest, że pomysłem FHL było początkowo stworzenie tego rodzaju instrumentu wyłącznie na potrzeby parku. Plan finansowy parku przewidywał roczne wydatki rzędu 3,5–4,5 mln dolarów, z czego 1 mln miało opłacać miasto, a 1 mln właśnie BID. Miał on zobowiązać lokalnych przedsiębiorców i właścicieli nieruchomości, w obszarze oddziaływania THL, do comiesięcznego podatku

w wysokości 9 centów za stopę kwadratową nieruchomości zlokalizowanej w najbliższym sąsiedztwie THL i odpowiednio o 1/3 mniej w bardziej oddalonej strefie proponowanego obszaru BID. Podatki miałyby jednak iść wyłącznie na utrzymanie parku, a nie finansowałyby innych elementów przestrzeni publicznej – ulic i ich utrzymania etc., jak dzieje się to w przypadku typowych obszarów BID. Dlatego też pomysł w pierwotnie proponowanej (w 2009 r.) formule upadł po protestach okolicznych mieszkańców i przedsiębiorców. Ostatecznie w 2015 r., niezależnie od wcześniejszych idei, powstał BID o szerokim, standardowym zakresie działalności dla obszaru Meatpacking. Obejmuje on m.in. część THL, która jest jednak utrzymywana przede wszystkim dzięki pieniądзом zbieranym przez FHL (w tym także niezwykle intensywnemu programowi odpłatnych wydarzeń kulturalnych i edukacyjnych oraz przemyślanych działań marketingowych) oraz dofinansowaniu z kasy miejskiej. Faktem jest, że wiszący ogród THL zdobył międzynarodową sławę już na etapie koncepcyjnym, a do dzisiejszego dnia stał się swego rodzaju ikoną w zakresie architektury krajobrazu, także miejskiej polityki przestrzennej.

Obszar, w którym rozciąga się obecnie park, zanim rozpoczęto transformację estakady nie należał do reprezentacyjnych, lecz raczej uboższych, graniczących z poprzemysłowymi nieużytkami kolejowymi. Nowe wcielenie THL już w fazie budowy wywołało wzrost wartości skupionych wzdłuż estakady nieruchomości, a także – niestety – wzrost czynszów i opłat. Ponadto jak grzyby po deszczu wzdłuż THL zaczęły powstawać stylowe kawiarnie, galerie sztuki, niebotycznie drogie apartamentowce, hotele i budynki użyteczności publicznej projektu najznamienitszych architektonicznych sław. Obszar THL z zarosniętej dziką trawą linii kolejowej przeistoczył się w miejski salon, co dzień odwiedzany przez tysiące mieszkańców i turystów (aż ok. 60 tys. w najbardziej tłoczne dni), przynoszący miastu ogromny dochód roczny z samego, wspomnianego wcześniej, podatku od nieruchomości.

Co ciekawe, kiedy podjęto decyzję o rewitalizacji dawnej estakady kolejowej, przewidując jej przyszłe oddziaływanie, dokonano równoległe także zmian w planie zagospodarowania (Zoning Plan) tamtejszego obszaru, tworząc tzw. West Chelsea Special District, przez co umożliwiono powstawanie wzdłuż THL nowych inwestycji mieszkaniowych i komercyjnych, a także zapewniono ochronę istniejącym, wartościowym obiektom. Ustanowiono także regulacje zapewniające THL odpowiednią ilość światła i powietrza, zabezpieczenie punktów i osi widokowych. W obrębie West Chelsea Special District wytyczono także tzw. High Line Transfer Corridor (HTLC) o szerokości ok. 30 m, w którym właściciele nieruchomości, chcąc ją rozbudować lub przebudować, napotykać na barierę w postaci nowo narzuconych regulacji i obostrzeń, mogą przenieść się ze swoją inwestycją na inną działkę spośród proponowanych przez miasto, a znajdujących się dalej od THL w obrębie tej samej dzielnicy (Ascher, Uffer, 2015: 227).

Przypadek nowojorskiego parku na estakadzie kolejowej nie jest szczególnie odosobniony. Nowojorskie parki funkcjonują w większości w podobny sposób – ich właścicielem jest miasto, a ich zarządzaniem zajmuje się New York City Department of Parks & Recreation. Parki otrzymują najczęściej miejskie dofinansowanie, ale jednocześnie nad wieloma, co bardziej prominentnymi, pieczę (we współpracy z miastem) trzymają prywatne organizacje non profit o lokalnym charakterze. Zajmują się one bezpośrednio pozyskiwaniem prywatnych funduszy na utrzymanie parkowych przestrzeni, ponieważ dotacje miasta na ten cel w przypadku parków dużych bądź bardziej wymagających w utrzymaniu nie zawsze pokrywają całość koniecznych wydatków. I tak na przykład w przypadku

gigantycznego Central Parku organizacja Central Park Conservancy pokrywa aż 75% kosztów jego utrzymania, a w przypadku Bryant Park Corporation – 100%. Dla wielu nowo powstających parków i przestrzeni publicznych ich pomysłodawcy muszą od razu tworzyć strategię finansowania, poszukiwać inwestorów i sponsorów, bowiem władze miasta nie podjęłyby się zbyt obciążających dla kasy miejskiej inwestycji.

Podobnie było z utworzonym w ostatnich latach parkiem Brooklyn Bridge (BBP) – choć wyłożono na niego pieniądze miejskie i stanowe, warunkiem jego powstania było to, że będzie się utrzymywał samodzielnie. Park ten tworzone w latach 2008–2015 na podstawie projektu biura Michael Van Valkenburgh Associates. Jest on olbrzymi: obejmuje ok. 34,5 ha nadbrzeżnego pasa dawnej przestrzeni portowej i rozciąga się na długości 2 km poza samym nadbrzeżem, na sześciu portowych pirsach, którym nadano rozmaite funkcje rekreacyjne. Park został zaprojektowany z wykorzystaniem wielu pozostałości po dawnym porcie oraz materiałów wtórnie pozyskanych z miejskich rozbiórek i budów. Jego przestrzeń jest tak różnorodna i bogata, że BBP z chwilą zakończenia pierwszego etapu budowy natychmiast stał się miejscem obleganym nie tylko przez mieszkańców miasta, lecz także przez turystów. Dzięki znakomitemu projektowi architektury krajobrazu i jego konsekwentnej realizacji, zyskał również międzynarodowy rozgłos i dołączył do grona flagowych parków nowojorskich. Podobnie jak wiele innych miejskich parków jest zarządzany przez organizację non for profit – Brooklyn Bridge Park Conservancy.

Ścisła współpraca miasta reprezentowanego przez New York City Department of Parks and Recreation (NYCDPR) z prywatnymi organizacjami daje znakomite rezultaty. Byt zarządzanych w ten sposób parków dalece odbiega od wizerunku znanego nam z wielu polskich miast – zielonej przestrzeni miejskiej, w której okresowo prowadzone są wyłącznie konieczne dla podtrzymania zieleni i jej estetyki działania i gdzie sporadycznie (lub wcale) mają miejsce różnorakie wydarzenia. Zarządzane w ten sposób parki mają własne strony internetowe, powiązane ze stronami organizacji zarządzających. Grafiki wydarzeń jest zawsze pełny i różnorodny, część z nich bywa odpłatna. Zawsze można także znaleźć tam informację o tym, jak można wesprzeć funkcjonowanie parku – jednorazową wpłatą, przez przekazanie dowolnego procentu swoich podatków na danym park, wykupienie członkostwa w stowarzyszeniach wielbicieli parku czy przez zakup powiązanych z parkiem gadżetów marketingowych (koszulek, toreb etc.). Innymi słowy, parki tego rodzaju są ogólnodostępną publiczną przestrzenią kultury, edukacji i rozrywki, lecz jednocześnie emanacją przedsiębiorczości.

Fundusze unijne w Polsce, przestrzeń publiczna i marketing miasta

Od momentu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej i uruchomienia dotacji europejskich płynących z puli Europejskiego Funduszu Spójności przestrzeń publiczna w naszym kraju zaczęła podlegać stopniowym przemianom. Jednak ze względu na stopień wcześniejszego zaniedbania, chaos oraz lokalizacyjne rozproszenie inwestycji, pomimo bardzo dużej liczby różnorodnych przedsięwzięć efekty nie zawsze są odpowiednio wyeksponowane, a co za tym idzie – docenione. Faktem jest również i to, że napływ unijnych funduszy nie zawsze szedł w parze ze świadomością umiejętnego kształtowania przestrzeni miejskiej i nie tylko, w związku z czym z perspektywy czasu można powiedzieć, że o ile poczyniono wiele wydatków, nie zawsze owe wydatki przyniosły prawdziwie dobry efekt, nie zawsze też były racjonalne. Obserwacja wielu zrealizowanych w latach 2007–2013+

inwestycji związanych z przeobrażaniem przestrzeni miejskiej prowadzi do konkluzji, że szczególnie w początkowej fazie owych inwestycji przemiany przestrzeni publicznej były rozumiane i traktowane niezwykle powierzchownie, jako rodzaj estetyzacji, modernizacji. Ujmując rzecz nieco dosadniej, polegały na zaspokojeniu najbardziej podstawowych potrzeb: wymianie krzywych betonowych płyt chodnikowych na kostkę brukową (będącą przez wiele lat synonimem estetycznego kunsztu), zabrukowywaniu nową nawierzchnią placów miejskich, nierzadko kosztem zieleni i rosnących tam drzew. Poświęcono środki także na specyficznie rozumiane upiększanie – lokowanie w przestrzeni placów i parków pomników, fontann, tworzenie kwietników, sadzawek i tzw. małą architekturę: wymianę ławek, lamp ulicznych itp. Znaną od wielu dekad dziedzinę architektury krajobrazu wprowadzono do swego rodzaju estetyzacji otoczenia, polegającej w wielu przypadkach głównie na powielaniu dostrzeżonych tu i ówdzie wzorców i rozwiązań bez związku z charakterem miejsca, jego relacjami z otoczeniem, funkcją przestrzenną i społeczną.

Wraz z upływem czasu, choć jest to proces powolny, wzmacnia się jednak stopniowo świadomość wszystkich aktorów procesu kształtowania i użytkowania przestrzeni miejskiej, co słusznie skutkuje zwiększającymi się wobec niej wymaganiami. Powoli wzrasta również świadomość wartości i siły oddziaływania dobrze zaprojektowanej, dostępnej i atrakcyjnej przestrzeni miejskiej, także w ujęciu ekonomicznym. Realizacje powstające w ostatnich latach coraz częściej prezentują wysoki standard projektowy i wykonawczy, dostarczając polskim miastom, a także wsioom, prawdziwie funkcjonalnej, dobrej przestrzeni do życia. Funkcjonalne, atrakcyjne i dostępne otoczenie przyciąga ludzi i tzw. biznesy, stymuluje do działań, także inwestycyjnych, lub usprawnia dotychczasowe funkcje. Wiele instytucji i organizacji, takich jak urzędy miast czy lokalne oddziały Stowarzyszenia Architektów Polskich (SARP), czując potrzebę uwypuklenia znaczenia tworzenia dobrej jakości przestrzeni publicznych, organizuje od lat konkursy na najlepiej zagospodarowaną przestrzeń publiczną w swoich województwach. Każdego roku również Towarzystwo Urbanistów Polskich (TUP) organizuje „Konkurs na najlepszą przestrzeń publiczną w Polsce”. W ostatnich latach wśród nagrodzonych i nominowanych realizacji można znaleźć dużo wyjątkowo udanych, z których wiele powstało właśnie dzięki efektywnemu i twórczemu wykorzystaniu funduszy unijnych. Są wśród nich i takie, które można dziś z całą pewnością zaprezentować jako flagowe przykłady znakomitego wykorzystania potencjału przestrzeni publicznej w marketingu miast na skalę ponadlokalną, a wręcz międzynarodową.

Wybrane przykłady dobrych praktyk

O szczególnie udanych efektach działań w sferze rewitalizacji miejskich przestrzeni publicznych można dziś mówić w Szczecinie, dzięki transformacji placu Solidarności i budowie obiektu Centrum Dialogu Przełomy (projekt: KWK Promes), dodatkowo sąsiadującego z obiektem Filharmonii im. Mieczysława Karłowicza (projekt: Estudio Barozzi Veiga/Studio A4). Organicznie ukształtowany, lekko falujący plac, zaprojektowany jednocześnie jako przykrycie schowanego pod nim muzeum, otrzymał międzynarodową nagrodę dla najlepszej przestrzeni publicznej w Europie (2015), a ponadto (jako że jest to plac i budynek jednocześnie) dla najlepszego obiektu kulturalnego wybudowanego w 2016 r. oraz dla najlepszego budynku na świecie (2016). Realizacja doczekała się także nominacji do innej prestiżowej nagrody – Miesa van de Rohe Award 2017. Wybudowana

tuż przy placu Solidarności filharmonia w 2015 r. także zdobyła główną nagrodę we wspominanym międzynarodowym konkursie Mies van der Rohe Awards. Obie realizacje rozsławiły Szczecin nie tylko w Europie, ale też na świecie. Tymczasem równoległe do nich trwają prace rewitalizacyjne nadodrzańskich bulwarów (do 2013 r. przekształcono nabrzeża po stronie tzw. Łasztowni oraz Starego Miasta), a także innych obszarów objętych programem rewitalizacji. W kontekście ujęcia marketingowej wartości przestrzeni publicznej warto wspomnieć o powstałej w 2008 r. strategii rozwoju marki miasta Szczecin, z perspektywą do 2050 r., gdzie miasto zostało określone mianem pływającego ogrodu (Gołębiewski, 2014: 44). Wieloletnia strategia wdrożenia obejmuje swoimi założeniami wiele aspektów: stworzenie i realizację nowej wizji miasta i działania w zakresie zagospodarowania wolnych lub zdegradowanych przestrzeni miasta oraz nowych inwestycji.

W Gdańsku w latach 2009–2015 zrealizowano tymczasem cztery projekty rewitalizacyjne, dotyczące dzielnic: Dolne Miasto, Dolny Wrzeszcz, Nowy Port i Letnica. W obrębie wytypowanych uprzednio obszarów problematycznych dokonano działań inwestycyjnych, a także intensywnie współpracowano z lokalnymi społecznościami. Efekty przemian zostały szybko docenione nie tylko przez mieszkańców, ale też przez forum międzynarodowe: „Rewitalizacja Dolnego Miasta w Gdańsku” została nagrodzona w konkursie organizowanym przez Komisję Europejską wyłaniającym najbardziej udane projekty regionalne – RegioStars 2016 w kategorii CityStar – Innowacyjne rozwiązania dla obszarów miejskich. Dzielnica Dolne Miasto, choć położona w obrębie historycznego Śródmieścia i w bliskości centrum starówki, dotychczas była obszarem o złym stanie zabudowy, infrastruktury i trudnej sytuacji społeczno-ekonomicznej. Prace rewitalizacyjne w tym miejscu miały szeroki zasięg – od remontów istniejącej zabudowy i przekształceń przestrzeni publicznych, przez prace infrastrukturalne, po działania społeczne, czego efektem stało się przekształcenie wcześniej zaniedbanego fragmentu miasta w miejsce o nowym, odświeżonym wizerunku, szerokiej ofercie aktywności kulturalnych (przebudowa porzuconego budynku miejskiej łaźni i stworzenie tam Centrum Sztuki Współczesnej „Łaźnia”). Realizacja doczekała się również nominacji do nagrody na najlepszą przestrzeń publiczną Towarzystwa Urbanistów Polskich 2017.

Wyjątkowym w skali kraju przykładem szeroko zakrojonego przedsięwzięcia rewitalizacyjnego w znacznym stopniu dotowanego z puli unijnych funduszy jest katowicka „Strefa Kultury” utworzona na terenach dawnej kopalni węgla kamiennego Katowice, w sąsiedztwie słynnego Spodka. W obrębie „Strefy” jako nowej, rozplanowanej urbanistycznie przestrzeni publicznej, rozlokowano najbardziej prestiżowe nowe miejskie obiekty kulturalne, których projekty wyłaniano w międzynarodowych konkursach architektonicznych. Znalazły się tam znane już dziś i nagradzane obiekty, takie jak: siedziba Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia (projekt: Konior Studio), Muzeum Śląskie (projekt: Riegler Riewe Architekten) oraz wyróżnione m.in. Grad Prix w konkursie „Najlepsza Przestrzeń Publiczna SARP Katowice” – Międzynarodowe Centrum Kongresowe, którego zielony dach stanowi rozwinięcie przestrzeni publicznej.

Dobrymi przykładami inwestycji w przemiany przestrzeni publicznej, które silnie wpłynęły na jakość miejskiego życia i na promocję miasta, są przykłady krakowskie. Wśród nich m.in. tzw. Kładka Ojca Bernatka, zwaną „Bernatką”, łącząca dzielnicę Kazimierz ze Starym Podgórzem. Jej powstanie diametralnie zmieniło charakter dochodzących do niej ulic, ożywiając je. Kładka stała się jedną z głównych atrakcji miejskich, a w jej sąsiedztwie powstały dziesiątki kawiarni, restauracji i sklepów. Obszar ten stał się szybko

łakomym kąskiem także dla deweloperów, lokujących w tej okolicy prestiżowe inwestycje mieszkaniowe. W tym samym rejonie miasta, po stronie Starego Podgórza powstała też znana już Cricoteka. Jej ogólnodostępny dziedziniec, ponad którym rozpięto lustrzane „podbrzusze” bryły muzeum i z którego można podziwiać panoramę Krakowa, stał się znakomitą rozwinięciem istniejącej sieci przestrzeni publicznych.

Odkrywanie potencjału drzemiącego na terenach miejskich nieużytków bądź obszarów o charakterze poprzemysłowym stanowi zawsze niebagatelne wyzwanie dla miast, niemniej jednak inwestycje tego rodzaju pozwalają na rozszerzenie istniejącej sieci przestrzeni publicznej i wzbogacenie jej o nowe, atrakcyjne miejsca. Jednym z przykładów tego rodzaju na naszym rodzimym gruncie jest rewitalizacja Wyspy Młyńskiej w Bydgoszczy. Ta szczególna i centralnie położona na mapie miasta lokalizacja ma niezwykle bogatą historię sięgającą wielu wieków wstecz. Dawniej znajdowały się tutaj m.in.: młyny, łaźnia miejska, tartak, spichrze, rozbudowany zespół fabryczny mennicy, a także miejskie ogrody. W XIX w. wybudowano tu kilka ważnych, dobrze prosperujących młynów (m.in.: Wilhelm, Rudolf, Młyn Camphausena). Współcześnie Wyspa zyskała zupełnie nowe funkcje, nie tracąc przy tym swojej poprzemysłowej tożsamości. Dawne zabudowania młyńskie przekształcono w obiekty kulturalne – muzealno-ekspozycyjne, dawne ogrody mieszczańskie zmieniono w ogólnodostępny park, a także przebudowano nabrzeże, tworząc wokół wyspy rodzaj bulwarów spacerowo-widokowych. Wyspa pełni też funkcje usługowo-komercyjne, gastronomiczne oraz hotelowe i rekreacyjne. Współczesna Wyspa Młyńska to „bezszwowo” wkomponowana w miejską tkankę, położona nieopodal bydgoskiego Starego Rynku dostępna wszystkim enklawa zieleni, atrakcja dla mieszkańców miasta i ważny punkt turystycznych wycieczek.

W skali miast mniejszych interesującym przykładem zmian w przestrzeni miejskiej jest zrealizowana w latach 2010–2013 (projekt w latach 2007–2010) rewitalizacja ściśle śródmiejskiej strefy miasta Gorlice, w Małopolsce. Inwestycja była współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Starówka Gorlic skupia na swoim obszarze liczne obiekty o charakterze kulturalnym, oświatowym oraz publiczno-administracyjnym. Wśród nich znajduje się 37,5% obiektów wpisanych do rejestru zabytków i 39% obiektów znajdujących się w ewidencji zabytków. Zrealizowany projekt nadania jej nowego, lepszego wizerunku polegał m.in. na ograniczeniu i regulacji dotychczasowej organizacji ruchu kołowego w obrębie strefy śródmiejskiej, a także na poprawie nawierzchni, ulic i placów, dodaniu nowych elementów wyposażenia – balustrad, ławek, oświetlenia, małej architektury, renowacji murów oporowych. Rewitalizowany obszar w znacznym stopniu dostosowano do potrzeb przemieszczania się osób o ograniczonych możliwościach ruchowych, poprawiono system kanalizacji sanitarnej, przearanżowano układ funkcjonalny rynku i okolic oraz wkomponowano weń nowe obiekty o charakterze wielofunkcyjnym i informacyjno-turystycznym (Pawilon Historii Miasta – Tygła Kulturowego), uporządkowano zielen, utworzono specjalne tarasy widokowe. Przekształcenia obszaru gorlickiej starówki przyniosły wiele wymiernych i niewymiernych korzyści, takich jak bezpośredni wzrost zatrudnienia (np. obsługa w Pawilonie Historii Miasta), poprawa jakości miejskiej przestrzeni publicznej oraz jej infrastruktury technicznej, a także podniesienie jej popularności i dostępności.

Przedsięwzięciem o jeszcze szerszej skali, choć również dotyczącym miejskiej starówki, sfinansowanym dzięki dotacjom Unii Europejskiej jest wieloetapowy proces rewitalizacji Starego Miasta Zamość. W 1992 r. zostało ono wpisane na *Listę światowego*

dziedzictwa UNESCO. Od tego momentu władze miejskie rozpoczęły działania na rzecz uruchomienia procesu rewitalizacji tej wartościowej dzielnicy. Dzięki funduszom unijnym pozyskanym w latach 2004–2006 udało się zrealizować kolejne projekty inwestycyjne: „Rewitalizacja zabytkowego Starego Miasta w Zamościu”, etapy I, II i V, a także w ramach odrębnego projektu, dokonać konserwacji, renowacji i adaptacji na cele kulturalne zespołów fortyfikacji Starego Miasta w Zamościu. W ramach prac dokonano także odnowy Rynku Wielkiego (jeden z największych XVI-wiecznych placów Europy), a także pobliskich kwartałów kamienicznej zabudowy; wyremontowano też ratusz i przestrzenie uliczne. Obecnie, z perspektywy czasu można dokonać oceny i ewaluacji efektów przeprowadzonych zmian – stary „nowy” Zamość przyciąga coraz więcej turystów, którzy na obszarze starówki znajdują tam nie tylko szeroki program kulturalny i rozrywkowy, ale również bogatą i ciągle rozwijającą się ofertę usług – galerii, kawiarni, sklepów, restauracji itp.

Partnerstwo publiczno-prywatne w Polsce

Partnerstwo publiczno-prywatne (PPP) jest instrumentem realizacji zadań publicznych w wielu krajach w Europie i na świecie (takich jak Wielka Brytania, Hiszpania, Niemcy, Australia) już od ponad 20 lat (Zaremba, Herbst, 2010: 3), w Polsce dopiero zaczyna być stopniowo i dość powściągliwie doceniane i wdrażane. Rynek PPP w Polsce istnieje, chociaż jest jak dotąd wąski, niedojrzały i przeważają w nim projekty o niewielkiej skali i bardzo małe, prowadzone przede wszystkim przez samorządy lokalne. Pomimo że pierwsza ustawa dotycząca tego zagadnienia powstała w 2005 r., na jej podstawie nie stworzono żadnego partnerskiego projektu (Jadach-Sepioło, Sobiech-Grabka, Herbst, 2015: 32–33). Powodem chłodnego podejścia do tej formy współdziałania sektorów publicznego i prywatnego była po pierwsze wspomniana wcześniej obawa o pejoratywne konotacje podobnych związków, a po drugie, na równi z poprzednim czynnikiem, słaba znajomość mechanizmów ich działania oraz znacznie większa dostępność dotacji unijnych. W chwili obecnej w ramach polskiego systemu prawnego głównymi aktami regulującymi kwestię współpracy publiczno-prywatnej tego rodzaju są: *Ustawa z 19 grudnia 2008 roku o partnerstwie publiczno-prywatnym* oraz *Ustawa z 9 stycznia 2009 roku o koncesji na roboty budowlane lub usługi*. Poza tymi dwiema ustawami zagadnienia PPP dotyczą również szeregu innych aktów wykonawczych wchodzących w zakres m.in.: prawa zamówień publicznych, ustawy o gospodarce komunalnej, gospodarce nieruchomościami, działalności pożytku publicznego i wolontariacie (Jadach-Sepioło, Sobiech-Grabka, Herbst, 2015: 32–33). Dzięki powyższym regulacjom w latach 2009–2014 nastąpiło pewne ożywienie i rozpoczęto realizację różnego rodzaju projektów. Według badań Centrum PPP w Polsce, w roku 2015 realizowano około 81 umów PPP. W kontekście przekształceń przestrzeni publicznych w polskich miastach trzeba przyznać, że szereg przedsięwzięć zostało nakierowanych na modernizację ulic, rynków, placów, a nawet większych obszarów w miastach. Nie wszystkie one odnosiły się i odnoszą w sposób dosłowny do odnowy przestrzeni publicznych jako takich. Wiele inicjatyw dotyczących realizacji projektów budowlanych – mieszkaniowych, infrastrukturalnych, edukacyjnych, rekreacyjnych itd., dotyczących raczej architektury, nierzadko obejmowało też najbliższe otoczenie przedmiotowych budynków, co również miało bezpośredni wpływ na jakość przestrzeni miejskiej.

W bieżących latach zagadnienie partnerstwa publiczno-prywatnego ma szansę zyskać szerszy rozgłos nie tylko ze względu na zawężenie strumienia dotacji europejskich, lecz także z powodu uchwalenia *Ustawy z dnia 9 października 2015 roku o rewitalizacji* (Dz.U. 2015 poz. 1777) oraz utworzenia tzw. *Krajowej polityki miejskiej 2023*. W obu wymienionych dokumentach pojęcie rewitalizacji zostało wreszcie zdefiniowane już nie, jak dotychczas się zdarzało, jako prace modernizacyjne, ale jako (według art. 2.1 ustawy o rewitalizacji): „proces wyprowadzania ze stanu kryzysowego obszarów zdegradowanych, prowadzony w sposób kompleksowy, przez zintegrowane działania na rzecz lokalnej społeczności, przestrzeni i gospodarki, skoncentrowane terytorialnie, prowadzone przez interesariuszy rewitalizacji na podstawie gminnego programu rewitalizacji”. Działania rewitalizacyjne mają być zatem procesem włączającym weń poza władzami samorządowymi wielu innych kluczowych aktorów, w tym mieszkańców i organizacje pozarządowe, a także przedsiębiorców i inwestorów. Pula finansowa Unii Europejskiej na lata 2014–2020 jest nacelowana właśnie na stymulację procesów o charakterze rewitalizacyjnym. Niemniej jednak po pierwsze, środki z dotacji w dłuższej perspektywie wieloletnich programów rewitalizacji mogą okazać się niewystarczające, a po drugie – aktywne angażowanie sektora prywatnego w procesy naprawcze ma głęboki sens w samej idei „ożywiania” obszarów miejskich. W tym właśnie kontekście mechanizmy PPP mogą zyskać w Polsce większą popularność i mieć szersze niż dotychczas zastosowanie. Tak było w przypadku znanych przykładów rewitalizacji londyńskich doków (London Docklands) czy berlińskiego Potsdamer Platz, gdzie wykorzystano mechanizmy współpracy sektora publicznego i prywatnego na zasadach PPP. Co interesujące, szczególnie odkąd w 2013 r. w prawie Unii Europejskiej została zawarta definicja PPP istnieje także możliwość jego dodatkowego wsparcia ze środków polityki spójności i tworzenia swego rodzaju partnerstwa hybrydowego. Warto dodać, że przed tą datą włączanie dotacji unijnych w mechanizmy PPP było popierane przez Komisję Europejską, z tym że wytyczne z nimi związane były dopiero w fazie tworzenia, np. *Wytyczne dotyczące udanego partnerstwa publiczno-prywatnego* (opublikowane przez Dyktariat Generalny Polityka Regionalna), ukazały się w 2003 r. (Zaremba, Herbst, 2010: 41). Późniejsze dokumenty programowe na lata 2007–2013, strategia *Europa 2020* i generalne założenia polityki spójności po 2013 r. wskazują na możliwość uruchamiania tej ścieżki zróżnicowania finansowania przedsięwzięć rozwojowych (Szafran, 2013: 198). Warto wspomnieć, że inicjatywa współpracy wychodzi nie tylko ze strony instytucji publicznych, europejskich czy krajowych, lecz również ze świata biznesu. Już w 2010 r. Światowa Rada Biznesu na rzecz Zrównoważonego Rozwoju (World Business Council for Sustainable Development) opublikowała raport *Vision 2050*, dotyczący wyzwań zrównoważonego rozwoju firm i odnoszący się także do zagadnienia współpracy z sektorem publicznym. W Polsce *Vision 2050* sprowokował dyskusję na temat możliwości i barier związanych z próbami realizacji mechanizmów PPP na rodzimym gruncie. Efekty tej dyskusji znalazły ucieleśnienie w postaci Grupy Roboczej Partnerstwo Publiczno-Prywatne, która zajęła się ich identyfikacją. Podstawowe bariery dotyczą braku jednej instytucji koordynującej tego rodzaju działania, braku znajomości mechanizmów PPP i nierealistycznych oczekiwań wobec partnerów prywatnych, braku precyzyjnych przepisów prawnych związanych z kosztorysowaniem PPP, lęku przed brakiem transparentności procesów i zarzutami niegospodarności (Rytel, 2014: 62).

Pomimo wspomnianych wyżej dylematów stopniowo wyłaniają się przedsięwzięcia, które mają szansę stać się w przyszłości pilotażowymi przykładami, miejmy nadzieję,

mechanizmów PPP. Jednym z najświeższych, a zarazem jednym z niewielu realizowanych dotąd w Polsce projektów tego typu o dużej skali jest kompleksowe zagospodarowanie i zabudowa północnego cypla Wyspy Spichrzów w Gdańsku, opierające się na zapisach tamtejszego *Miejsowego planu zagospodarowania przestrzennego*. Miasto Gdańsk wnosi w powyższe przedsięwzięcie wkład własny w postaci nieruchomości, której własność zostanie przeniesiona na prywatnego partnera w zamian za realizację zaplanowanych działań. W ramach przedsięwzięcia ten dotąd zdegradowany obszar miasta ma zostać zrewitalizowany: powstanie tam nowa zabudowa o wysokich walorach architektonicznych (hotel, zabudowa mieszkaniowa, parking podziemny, restauracje, usługi, biura), odbudowane zostaną infrastruktura techniczna i przestrzenie publiczne, odpowiednią opieką zostaną objęte również istniejące na tym terenie zabytki. Powstaną m.in. nowy plac miejski, ruchoma (obrotowa – w celu umożliwienia żeglugi na gdańskiej Martwej Wiśle) kładka dla pieszych, łącząca Wyspę z Głównym Miastem, przebudowane zostanie Długoie Pobrzeże itp. Pierwsze etapy prac obejmą budowę obiektów użyteczności publicznej (Jadach-Sepioło, Sobiech-Grabka, Herbst, 2015: 28).

Przedsiębiorcze postawy mieszkańców

Współczesność coraz silniej akcentuje potrzebę wciągania mieszkańców w procesy przeobrażeń przestrzeni miejskich. Tego przywileju, opartego nie tylko na czczych dyskusjach konsultacyjnych, ale też na realnych negocjacjach wpływających na kształt planowanych przemian, domagają się sami mieszkańcy, coraz częściej biorąc sprawy w swoje ręce – organizując manifestacje, pikiety, happeningi bądź czynnie uczestnicząc w takich wydarzeniach organizowanych oddolnie przez rozmaite organizacje pozarządowe, a także coraz popularniejsze nieformalne obywatelskie ruchy miejskie. Wspomniany wcześniej dokument ustawy o rewitalizacji kładzie ogromny nacisk na aspekt partycypacji społecznej w procesach wyprowadzania ze stanu kryzysowego obszarów wymagających tego rodzaju interwencji, a także wskazuje sposoby i formy jej wdrażania na etapie przygotowania, prowadzenia i oceny procesów rewitalizacyjnych. Wątek partycypacji jest równie mocno uwidoczniiony w dokumencie *Krajowa polityka miejska 2023*. Niezależnie od tego, wszędzie tam, gdzie mieszkańcy lokalnych społeczności nie mogą doczekać się pożądanego ingerencji władz, skutkującej przemianami w jakości otaczającej ich przestrzeni, coraz częściej pojawiają się obywatelskie akcje nasadzania zieleni, aranżowania tymczasowych placów zabaw, siedzisk etc.

Wyrazem przedsiębiorczych postaw oddolnych jest odbywający się od 2011 r. Kongres Ruchów Miejskich, zainicjowany zresztą przez działające oddolne Stowarzyszenie My-Poznaniacy. Jego uczestnicy i organizatorzy to przede wszystkim mieszkańcy miast, aktywiści, społecznicy, architekci, urbaniści, a także urzędnicy miejscy zapraszani do wspólnej debaty. Kongres służy tworzeniu platformy współpracy między różnymi oddolnie tworzonymi stowarzyszeniami i organizacjami, które od lat funkcjonują w wielu polskich miastach, działając na rzecz ich przestrzeni publicznej i nie tylko. Siła owych fundacji, kooperatyw, stowarzyszeń stale się zwiększa, przynosząc miastom ciekawe propozycje rozwiązań najrozmaitszych problemów i konfliktów miejskich.

Jednym z przykładów są efekty wieloletniej działalności łódzkiej Fundacji Normalne Miasto – Fenomen, która doprowadziła m.in. do powstania pierwszych w Polsce transformacji śródmiejskich ruchliwych ulic pełnych samochodów w tzw. *woonerfy*.

Pochodzące z Holandii „ulice do mieszkania”, czyli rodzaj pieszo-jedznych traktów, o spowolnionym ruchu i priorytecie ruchu pieszego oraz rowerowego, rozpowszechniły się w wielu krajach europejskich i nie tylko jako antidotum na dominację samochodu w przestrzeniach miejskich. W 2012 r. Fundacja Fenomen zainicjowała tymczasowe wydarzenie, polegające na zamknięciu fragmentu jednej z łódzkich ulic – ulicy 6 Sierpnia – dla ruchu kołowego w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu. Owo zamknięcie trwało zaledwie jeden dzień i polegało na przywróceniu ulicy pieszym, mieszkańcom, stworzeniu w obrębie „uwolnionej” przestrzeni ogródków kawiarnianych, otwierając ją dla lokalnych przedsiębiorców – właścicieli kawiarni, restauracji i sklepów, a także mieszkańców i przechodniów. Okazało się, że inicjatywa dała wkrótce asumpt do kolejnych – i to trwałych – przeobrażeń. W 2013 r. Fundacja Fenomen z pomocą architekta Bartosza Zimnego stworzyła projekt koncepcyjny przekształcenia ulicy 6 Sierpnia w prawdziwy *woonerf*. Prowadzone równoległe konsultacje społeczne i warsztaty doprowadziły do rozpowszechnienia pomysłu i pozyskania szerokiego poparcia lokalnych mieszkańców dla tej koncepcji. Projekt został zgłoszony w ramach uruchamianego w tym czasie po raz pierwszy w Łodzi budżetu obywatelskiego i wygrał głosowanie, dzięki czemu w 2014 r. nastąpiła jego realizacja, która do dziś pozostaje sztandarowym, pionierskim przykładem przedsiębiorczych postaw oddolnych, a przy tym uruchomiła kolejne podobne inicjatywy nie tylko w Łodzi, ale i w innych miastach. Warto wspomnieć, że znaczne spowolnienie ruchu oraz wprowadzenie restrykcyjnych i bardzo ograniczonych możliwości parkowania, wzmocniło funkcjonowanie skupionych wzdłuż ulicy biznesów. Dawny „przelotowy” charakter ulicy, niski standard chodników, jej szarość i nijakość nie przyciągały w to miejsce rzesz odwiedzających, co w chwili obecnej uległo znaczącej zmianie. Od tamtej pory, co roku, 6 sierpnia, mieszkańcy i lokalni przedsiębiorcy organizują otwarte dla wszystkich święto ulicy, przyciągające tłumy gości z całego miasta (Barański, 2016: 134).

W kontekście inicjatyw oddolnych i wzrastającej aktywności mieszkańców miast, wspomniany budżet obywatelski, który po raz pierwszy wprowadzono w Polsce w Sopocie w 2011 r., obecnie funkcjonuje już w wielu innych miastach i stopniowo staje się coraz efektywniejszym polem przedsiębiorczych działań samych mieszkańców miast, którzy dzięki własnej aktywności mogą bezpośrednio, a przy tym demokratycznie, dysponować częścią miejskich wydatków.

Podsumowanie

Przedsiębiorcze podejście do kształtowania miejskich przestrzeni publicznych w realiach wolnorynkowych jest niezwykle istotne, lecz musi wiązać się ściśle z wiedzą na temat złożoności i wielowymiarowości funkcjonowania miasta, a także z szacunkiem do jego mieszkańców, użytkowników i ich prawa do przestrzeni. Powinno również respektować zapisaną w regulacjach prawnych z zakresu planowania przestrzennego konieczność ochrony przestrzeni publicznych wyodrębnionych w lokalnych planach miejscowych jako obszary o szczególnym znaczeniu, określonych także w studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego.

Odległy wpawdzie, lecz inspirujący przykład Nowego Jorku pokazuje, jak długofalowym procesem jest konstruowanie lokalnych mechanizmów planowania przestrzennego i polityki miejskiej, jest także przykładem stale ulepszanego i równoważonego modelu

wykorzystania potencjału sektora prywatnego dla wspólnego dobra i budowy atrakcyjnego wizerunku miasta. Trwające obecnie w Polsce prace nad modyfikacjami systemu planowania przestrzennego wyrażające się w ustawie o rewitalizacji czy też ustawie krajobrazowej, w znacznym stopniu koncentrują się na podnoszeniu jakości miejskiej przestrzeni publicznej. Opublikowany w 2015 r. dokument *Krajowa Polityka Miejska 2023*, wskazujący kierunki dalszego rozwoju miast każdej skali, również akcentuje potrzebę dążenia do wielotorowego polepszania jej standardów i rewitalizacji. Przytoczone w artykule przykłady dobrych praktyk, choć stanowią zaledwie niewielki procent udanych realizacji tego rodzaju, pokazują, jak silnym elementem przedsiębiorczości i marketingu miasta mogą być inwestycje w przestrzeń publiczną. W procesach rewitalizacyjnych, które już następują bądź będą następowały na podstawie nowych ustawowych instrumentów planistycznych (takich jak gminne programy rewitalizacji, specjalne strefy rewitalizacji, miejscowe plany rewitalizacji, pogłębiona partycypacja społeczna itd.) szeroko rozumiana miejska przedsiębiorczość może i będzie mogła odegrać ważną rolę w tworzeniu przestrzeni generującej zyski, lecz mimo to niezawłaszczoną przez podmioty prywatne (Jopek, 2016: 193), a stanowiącej wartościowe, zrównoważone środowisko życia. To ciekawy wątek, który pełni też znaczącą funkcję w budowaniu mechanizmów dojrzałej, współczesnej, można by rzec, „oświeconej” polityki miejskiej i kultury planowania przestrzennego, łączącej interesy publiczne z interesami prywatnymi, równoważąc negatywne aspekty podobnych relacji, takie jak: zjawiska komercjalizacji, prywatyzacji, gentryfikacji czy też tematyzacji przestrzeni miejskich. Kontekst bieżącej perspektywy unijnego finansowania, ale i fakt, że po 2020 r. strumień płynących do Polski dotacji najprawdopodobniej znacznie się skurczy, sprawiają, że jednostki samorządu terytorialnego muszą odznaczać się dużą efektywnością w pozyskiwaniu i wydatkowaniu zasobów finansowych, a także w niedalekiej przyszłości – w otwarciu się na inwestycje typu PPP. Czynnikiem warunkującym zaistnienie większej liczby realizacji opartych na tego rodzaju partnerstwie oraz generalnie rozwój wydaje się być przedsiębiorcze podejście zarówno po stronie władz i instytucji publicznych, jak i sektora prywatnego oraz społeczności lokalnych, których oddolne inicjatywy mają coraz silniejszy wpływ na procesy planistyczne i obraz miast.

Literatura

References

- Ascher, K., Uffer, S. (2015). *The High Line Effect*. Materiały konferencyjne Council on Tall Buildings and Urban Habitat. Nowy Jork. Pozyskano z: <http://global.ctbuh.org/resources/papers/download/2463-the-high-line-effect.pdf>
- Ashworth, G.J., Voogd, H. (1990). *Selling the City. Marketing Approaches in Public Sector Urban Planning*, Londyn: Belhaven Press.
- Barański, H. (2016). Ulice do mieszkania. *Magazyn Miasta*, 2(14)
- Curtis, W.J.R. (2013). Notes on the “Bilbao Effect”. W: W. Wang (red.) *Culture: City*. Gratz: Lars Müller Publishers, 58-61..
- Gołębiwski, J. (2014). Szczecin – cała naprzód. Transformacja szczecińskich obszarów nadwodnych. *Architektura & Biznes*, 09, 40–49.
- Gontarz, J., Gutowska, I., Rokita, A. (2015). *Polska pięknieje – 7 cudów funduszy Unii Europejskiej*. Warszawa: Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju.
- Harvey, D. (2012). *Bunt miast. Prawo do miasta i miejska rewolucja*. Warszawa: Bęc Zmiana.
- Jadach-Sepioło, A., Sobiech-Grabka, K., Herbst, I. (2015). *Partnerstwo publiczno-prywatne w rewitalizacji*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.

- Jasiński, A. (2014). Architekt i biznes. *Architektura & Biznes*, 01, 50–51.
- Jopek, D. (2016). Kształtowanie przestrzeni publicznych jako jeden z elementów planowania rozwoju miasta. *Przestrzeń i Forma*, 28, 181–194. DOI: 10.21005/pif.2016.28.C-03
- Kayden, J.S. (2000). *Privately Owned Public Space. The New York City Experience*. Nowy Jork: John Wiley & Sons.
- Rytel, M. (2014). Wspólna odpowiedzialność. Biznes w mieście. *Magazyn Miasta*, 2(8), 61–63.
- Sokołowicz, M.E. (2016). Marketing miasta. W: Z. Przygodzki (red.), *EkoMiasto#Zarządzanie. Zrównoważony, inteligentny i partycypacyjny rozwój miasta*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 83–107.
- Szafran, J. (2013). Kierunki i zakres stosowania partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia*, XLVII(1), 189–199.
- Wantuch-Matla, D. (2016), *Przestrzeń publiczna 2.0. Miasto u progu XXI wieku*. Łódź: Wydawnictwo Księży Młyn.
- Zaremba, P., Herbst, I. (2010). *Fundusze Europejskie szansą rozwoju PPP w Polsce*. Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.
- Zuziak, Z.K. (2002). Nowe przestrzenie podróży. Przestrzenie publiczne węzłów transportu. W: M. Kochanowski (red.), *Przestrzeń publiczna miasta postindustrialnego*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.
- Zuziak, Z.K. (2012). Rewitalizacja miast i teoria urbanistyki. *Czasopismo Techniczne – Architektura*, 12(109), 7–18.

Dorota Wantuch-Matla, dr inż. arch., Uniwersytet Pedagogiczny, Wydział Geograficzno-Biologiczny, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Jest architektem (absolwentka Wydziału Architektury Politechniki Krakowskiej, gdzie również w 2003 r. obroniła pracę doktorską), a obecnie adiunktem w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Jej zainteresowania badawcze są skoncentrowane m.in. wokół: jakości, mechanizmów funkcjonowania, przeobrażeń i kształtowania przestrzeni publicznych na obszarach zurbanizowanych, rewitalizacji oraz badań przekształceń przestrzeni publicznych w Polsce, następujących dzięki funduszom unijnym.

Dorota Wantuch-Matla, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Entrepreneurship and Spatial Management. She is an architect, a graduate of the Faculty of Architecture of Cracow University of Technology (MSc., PhD) and assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of the Pedagogical University of Cracow. Her research interests focus, among others, on: quality, mechanisms of functioning, transforming and creating urban public spaces, revitalisation and research on changes of public spaces in Polish cities and towns due to European funds and grants.

Adres/Address:

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

MONIKA NIEDZIÓŁKA

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Polska ■ Siedlce University of Natural Sciences and Humanities, Poland

Przedsiębiorczość władz samorządowych w zakresie energetyki odnawialnej

Entrepreneurship of Local Authorities in Terms of Renewable Energy

Streszczenie: Intensywny rozwój gospodarczy, ograniczona ilość surowców naturalnych, a także duże zanieczyszczenie środowiska powodują, że w ostatnich latach wzrasta znaczenie produkcji energii ze źródeł odnawialnych. Inicjatywy dotyczące wykorzystania odnawialnych źródeł energii są podejmowane na różnych szczeblach zarządzania państwem. Kreatywność i przedsiębiorczość w tym zakresie są także zróżnicowane. Część zadań dotyczących pozyskiwania energii ze źródeł odnawialnych jest odgórnie narzucona i realizowana przez państwo, ale większość zależy jednak od lokalnych inicjatyw. Celem niniejszego artykułu jest ocena możliwości wykorzystania odnawialnych źródeł energii na poziomie jednostki samorządowej jaką jest gmina. W artykule poruszone zostaną następujące zagadnienia: znaczenie energii ze źródeł odnawialnych w ogólnym systemie energetycznym, uwarunkowania prawne, rola władz samorządowych, szczególnie lokalnych, w wytwarzaniu energii ze źródeł odnawialnych. W tekście zostanie także scharakteryzowana gmina, która jest pozytywnym przykładem przedsiębiorczości i kreatywności w zakresie wykorzystania odnawialnych źródeł energii.

Abstract: Intensive economic development, limited amount of natural resources, as well as big pollution cause that in recent years, the importance of energy production from renewable sources increases. Initiatives for the use of renewable energy sources are taken at different levels of state management. Creativity and entrepreneurship in this field is also varied. Some of the tasks regarding the acquisition of renewable energy is a top-down imposed and implemented by the state, but most depends on the local initiatives. The purpose of this article is to assess the possibilities of using renewable energy sources at the level of local government, that is the municipality. This article will address the following issues: the importance of renewable energy in the overall energy system, legal conditions, the role of local authorities, especially local production of energy from renewable sources. The article will also be characterized by the community, which is a positive example of entrepreneurship and creativity in the use of renewable energy sources.

Słowa kluczowe: gmina; odnawialne źródła energii; przedsiębiorczość; władze samorządowe

Keywords: community; entrepreneurship; local authorities; renewable energy sources

Otrzymano: 13 listopada 2016

Received: 13 November 2016

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation

Niedziółka, M. (2017). Przedsiębiorczość władz samorządowych w zakresie energetyki odnawialnej. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 77–85. DOI: 10.24917/20833296.13.6

Wstęp

Przedsiębiorczość władz samorządowych to umiejętność nowoczesnego i kreatywnego działania, przejawiająca się w podejmowaniu działań często charakterystycznych dla przedsiębiorstw komercyjnych. Możliwości przedsiębiorczego zachowania w jednostkach samorządu terytorialnego są jednak uwarunkowane pod względem prawnym, administracyjnym, ekonomicznym i organizacyjnym. Z całą pewnością największy potencjał w tym zakresie ma gmina. Z *Ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym* wynika, iż gmina wykonuje zadania publiczne w imieniu własnym i na własną odpowiedzialność. Do zakresu działania gminy należą wszystkie sprawy publiczne o znaczeniu lokalnym, wyszczególnione w ustawie. Przedsiębiorczość nie jest więc ustawowo narzucanym obowiązkiem. Władze lokalne mają dość dużą swobodę w wykonywaniu swoich obowiązków w sposób kreatywny i odbiegający od tradycyjnego podejścia. Zmienia się także nastawienie władz gminnych do codziennych problemów związanych z funkcjonowaniem gminy. Wydaje się, że przedsiębiorczość władz samorządowych jest niezbędna także z ekonomicznego punktu widzenia. Istnieje przynajmniej kilka ku temu powodów:

- wzrasta świadomość ekonomiczna mieszkańców, to oznacza, że nie ma zgody na wzrost wydatków, a występuje raczej presja na ich efektywniejsze wykorzystanie;
- coraz większe są oczekiwania wobec władz samorządowych ze strony podmiotów gospodarczych, zarówno obecnie funkcjonujących w jednostce samorządowej, jak i potencjalnych inwestorów, przy czym potrzeby podmiotów gospodarczych w coraz większym stopniu dotyczą nie tylko dofinansowania ich działalności czy zachęt ekonomicznych, ale także dostępu do informacji, organizowania oraz finansowania szkoleń dla przedsiębiorstw, promocji regionu, rozbudowy infrastruktury zarówno tradycyjnej, jak i nowoczesnej, np. informacyjnej czy energetycznej;
- w codziennym funkcjonowaniu gminy niezbędne dzisiaj wydaje się elastyczne, otwarte na nowe możliwości współdziałanie z mieszkańcami czy przedsiębiorstwami.

W tej sytuacji każde działanie władz samorządowych powinno się przyczyniać do rozwoju jednostki, a także charakteryzować się kreatywnością i innowacyjnością.

W ostatnim czasie bardzo ważnym obszarem interwencji państwa jest bezpieczeństwo energetyczne, ze szczególnym naciskiem na rozwój energetyki odnawialnej. Duża część zadań w tym zakresie została przekazana na niższe szczeble zarządzania. Jednostki lokalne mogą sumiennie wykonywać powierzone zadania, ale także wiele inicjatyw mogą podejmować poza oficjalnymi obowiązkami. W związku z tym celem niniejszej publikacji jest charakterystyka uwarunkowań prawnych, administracyjnych i organizacyjnych w zakresie energetyki odnawialnej, wynikających zarówno z członkostwa w Unii Europejskiej, jak i z rozwiązań krajowych na poziomie lokalnym oraz próba oceny, w jakim stopniu rozwój energetyki odnawialnej zależy od kreatywności władz samorządowych.

Uwarunkowania prawne i organizacyjne wykorzystania energii ze źródeł odnawialnych na poziomie gminy w kontekście polityki unijnej i ustawodawstwa krajowego

Zgodnie z *Ustawą o samorządzie gminnym* dbanie o interes lokalnej społeczności stanowi obowiązek lokalnych samorządów. Także zaspokajanie zbiorowych potrzeb wspólnoty należy do zadań własnych gminy. W szczególności te, które dotyczą zaopatrzenia w energię elektryczną i ciepłą oraz gaz. W myśl przepisów o samorządzie gminy kształtują politykę energetyczną przez planowanie i organizowanie zaopatrzenia w ciepło, energię elektryczną i paliwo gazowe oraz inicjowanie i promocję działań prowadzących do racjonalizacji zużycia energii w obszarze gminy. Coraz większe znaczenie w tym zakresie mają odnawialne źródła energii. Zgodnie z definicją zawartą w *Ustawie z dnia 10 kwietnia 1997 r. o prawie energetycznym*, energia pochodząca z naturalnych oraz niewyczerpywalnych źródeł nazywana jest odnawialną. W procesie jej wytwarzania wykorzystuje się energię wiatru, promieniowania słonecznego, ciepła ziemi, czyli geotermalną, spadku rzek oraz energię pozyskiwaną z biomasy. Współcześnie postęp gospodarczy, zmiany klimatyczne, dynamicznie rosnące zapotrzebowanie na energię oraz konieczność zapewnienia bezpieczeństwa jej dostaw są głównymi motorami rozwoju czystej energii. Konwencjonalne wytwarzanie tego surowca prowadzi do niekorzystnych zmian klimatu w wyniku emisji dwutlenku węgla i innych zanieczyszczeń. Bardzo dużym wyzwaniem ekonomicznym i ekologicznym jest więc znalezienie sposobu zmniejszenia spalania paliw kopalnych.

W Unii Europejskiej wytwarzanie energii z odnawialnych źródeł nie jest tylko i wyłącznie dobrą wolą państw członkowskich, ale wynika ze wspólnej polityki energetycznej w tym zakresie. Od lat 90. XX w. polityka Unii Europejskiej ukierunkowana jest na szersze wykorzystanie zasobów energii ze źródeł odnawialnych. Podstawy polityki energetycznej wynikają z dokumentów zasadniczych, stanowiących pierwotne źródło prawa Wspólnot Europejskich (traktaty rzymskie, *Jednolity Akt Europejski*, *Traktat o Unii Europejskiej z Maastricht*, *Traktat amsterdamski*). Pierwszym dokumentem unijnym poświęconym wyłącznie zagadnieniom wykorzystania odnawialnych źródeł energii była tzw. deklaracja madrycka z 1994 r., która była podstawą dla sformułowania Zielonej Księgi, a następnie Białej Księgi COM (97) 599 *Energia dla przyszłości: odnawialne źródła energii* (Szukalski, Malinowski, 2013).

Szczególne zobowiązanie krajów UE, w tym także Polski, do zwiększenia produkcji i zużycia OZE wynika ze zobowiązań zapisanych w pakiecie klimatyczno-energetycznym Unii Europejskiej, zatwierdzonym w grudniu 2008 r., który obliguje kraje członkowskie do:

- redukcji emisji dwutlenku węgla o 20% w roku 2020 w porównaniu z 1990 r.;
- zwiększenia do 20% w 2020 r. udziału energii ze źródeł odnawialnych w całkowitej produkcji energii;
- zmniejszenia zużycia energii o 20% w stosunku do poziomów przewidywanych w 2020 r. przez znaczące zwiększenie efektywności energetycznej (Trzcńska, 2012).

Cele UE w zakresie energii i zmiany klimatu zostały włączone do strategii Europa 2020 na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu przyjętej przez Radę Europejską w czerwcu 2020 r. Według strategii kraje Unii powinny jeszcze bardziej zaangażować się w realizację projektów pozwalających osiągnąć wyznaczone w pakiecie klimatyczno-energetycznych cele (Komisja Europejska, 2010).

W Polsce najważniejszym dokumentem prawa krajowego, który reguluje wykorzystanie źródeł energii, jest *Ustawa z dnia 10 kwietnia 1997 r. Prawo energetyczne*. Dała ona prawną możliwość w zakresie odnawialnych źródeł energii do wzmocnienia wykorzystywania energii z tych źródeł przez przyłączenia się do sieci różnorodnych podmiotów. Ustawa ta włączyła samorządy gminne do realizacji polityki energetycznej na własnym terenie. Miało się to przyczynić do przyspieszenia wykorzystania lokalnych zasobów energetycznych.

Ważnym dokumentem, zaraz po ustawie o prawie energetycznym, jest *Ustawa z 20 lutego 2015 r. o odnawialnych źródłach energii*. Oprócz definicji odnawialnych źródeł energii, zawiera ona również: zasady wydawania gwarancji pochodzenia energii elektrycznej wytwarzanej z odnawialnych źródeł energii w instalacjach odnawialnego źródła energii, zasady realizacji krajowego planu działania w zakresie energii ze źródeł odnawialnych oraz zasady współpracy międzynarodowej w zakresie odnawialnych źródeł energii oraz wspólnych projektów inwestycyjnych. W związku z licznymi krytycznymi uwagami ustawa ta doczekała się już nowelizacji, która wprowadza regulacje sprzyjające rozwojowi energetyki rozproszonej, zmierzające do tworzenia lokalnych kooperatyw energetycznych – spółdzielni i klastrów energetycznych. System spółdzielni i klastrów będzie wymagać jednak doprecyzowania w kolejnych nowelizacjach ustawy o OZE. Wszystkie te regulacje mają służyć zapewnieniu bezpieczeństwa energetycznego kraju i poszczególnych jednostek.

Poziom bezpieczeństwa energetycznego zależy od potrzeb energetycznych, a te z kolei są zróżnicowane w zależności od podmiotu, który je określa. Potrzeby energetyczne na poziomie społeczności lokalnych dotyczą przede wszystkim niezagrożonej konsumpcji. Szczególnie istotne elementy bezpieczeństwa energetycznego odbiorców stanowią: gwarancja utrzymania cen energii na względnie stałym i niskim poziomie, stabilność i pewność zasilania paliw oraz możliwość aktywnego uczestniczenia w rynku energii np. dzięki swobodzie wyboru sprzedawcy. Z kolei dla przeciętnego konsumenta istotne jest przede wszystkim oddziaływanie sektora energetyki na jakość życia. Dla przedsiębiorców bezpieczeństwo energetyczne to korzystna sytuacja na rynku energii, sprzyjająca rozwojowi ich firm. Sprowadza się to także do wymienionych wcześniej potrzeb konsumenckich: niskich cen energii, stabilności dostaw oraz liberalizacji systemu energetycznego (Adamkiewicz, 2015).

Niezależnie od podmiotu, zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego wymaga wielokierunkowych działań na różnych poziomach organizacji terytorialnej kraju. Część z nich jest obowiązkiem, zadaniem powierzonym do wykonania, pozostałe zaś są lokalną inicjatywą wspierającą proenergetyczne przedsięwzięcia. Na poziomie lokalnym gminy, w ramach organizacji zaopatrzenia w paliwa gazowe i elektryczność, mogą działać w sposób bezpośredni lub pośredni. W pierwszym przypadku dotyczy to tworzenia podmiotów gospodarczych funkcjonujących w branży energetycznej na zasadzie spółek prawa handlowego. Gminy te mogą również samodzielnie występować w roli przedsiębiorstwa energetycznego, co wynika z art. 9 ust. 2 ustawy o samorządzie gminnym. Status ten otrzymują one wtedy, gdy uzyskiwane w ramach działalności ciepło lub energia elektryczna przekraczają własne potrzeby ilościowe. Nadwyżki sprzedawane są innym podmiotom. Jako przedsiębiorstwa mogą się zajmować produkcją energii oraz jej dystrybucją. Działanie pośrednie oznacza wprowadzanie projektów, programów oraz innych przedsięwzięć energetycznych dzięki tworzeniu przestrzeni do ich realizacji przez przedsiębiorstwa

energetyczne oraz lokalną społeczność. Władze lokalne mogą także wspierać te inicjatywy, współfinansować projekty lub w nich współuczestniczyć.

Zmiany na rynku energetycznym są podyktowane wspieraniem tzw. energetyki rozproszonej. Energetyka rozproszona to wiele rozproszonych źródeł generacyjnych o małej mocy, współpracujących ze sobą oraz zasilających małe obszary, wykorzystujące wiele rodzajów źródeł energii, także OZE. Zgodnie z tym kierunkiem powstała ustawa o odnawialnych źródłach energii dająca możliwości prawn-administracyjne włączenia społeczności lokalnych w kreowanie bezpieczeństwa energetycznego obszaru, na którym społeczność ta zamieszkuje. Gospodarstwa domowe, zgodnie z *Ustawą z 20 lutego 2015 r. o odnawialnych źródłach energii*, mogą prowadzić działalność prosumencką, polegającą na jednoczesnym wytwarzaniu i konsumowaniu energii. Działalność ta zwiększa dywersyfikację produkcji energii, jednocześnie zmniejszając zapotrzebowanie na energię z elektrowni. Zgodnie z artykułem 3 ustawy o odnawialnych źródłach energii prowadzenie działalności gospodarczej w zakresie wytwarzania energii elektrycznej z OZE wymaga uzyskania koncesji. Jednak z obowiązku tego wyłącza się: mikroinstalacje o mocy zainstalowanej energii poniżej 40 kW oraz mocy osiągalnej cieplnej nie większej niż 120 kW, małe instalacje o mocy zainstalowanej energii poniżej 200 kW oraz mocy osiągalnej cieplnej nie większej niż 600 kW, a także elektrownie wykorzystujące gaz rolniczy lub wyłącznie biopaliwa. Zgodnie z art. 42 ustawy zakup energii wyprodukowanej z odnawialnych źródeł jest obowiązkowy, pod warunkiem, że określono ustawowo sprzedawcy zobowiązanemu oferuje się całą energię wytworzoną i wprowadzoną do sieci przesyłowej lub dystrybucyjnej.

Rozwój energetyki rozproszonej oraz udział w tym systemie społeczności lokalnych w dużej mierze zależy nie tylko od świadomości proenergetycznej obywateli, ale często od przedsięwzięć, które są inicjowane przez władze samorządowe. To głównie od ich nastawienia i przedsiębiorczości zależy, w jakim stopniu dana gmina czy obszar będzie w stanie wykorzystać możliwości, które daje system energetyki rozproszonej.

Gmina Kobylnica jako pozytywny przykład nowoczesnego i przedsiębiorczego działania w zakresie wykorzystywania energii ze źródeł odnawialnych

Gminy w Polsce w różnym zakresie korzystają z możliwości prawnych i finansowych, które zostały im stworzone. Pozytywnych przykładów jednostek, które w sposób świadomy podchodzą do problemu bezpieczeństwa energetycznego oraz szansy wykorzystania energii z odnawialnych źródeł, nie jest jeszcze niestety wiele. Dlatego te, które faktycznie angażują się w projekty służące poprawie ich bezpieczeństwa przy udziale odnawialnych źródeł energii, są uważane za przedsiębiorcze. Zdecydowanie należy do nich gmina Kobylnica, położna w północno-zachodniej części województwa pomorskiego, w powiecie słupskim.

Obszar gminy Kobylnica należy do regionu Polski, w którym występują najwyższe, poza górami, prędkości wiatru, o czym świadczy wyjątkowo wysoka liczba dni z wiatrem silnym, powyżej 10 m/s, i bardzo silnym, powyżej 15 m/s. Jednak średnia roczna prędkość wiatru jest raczej niska i wynosi ok. 5 m/s. Wiatry wieją na ogół z kierunku południowo-zachodniego (21,2%). Gmina ma także jedno z lepszych w Polsce warunki do wykorzystywania energii słonecznej. Leży bowiem na pograniczu I i II regionu helioenergetycznego Polski, które wydzielono w ramach ekspertyzy PAN (Gogół, 1993). Wynika z niej podział na 11 regionów o różnicowanej dostępności energii promieniowania słonecznego dla potrzeb energetycznych. Wielkość promieniowania słonecznego waha się

między 600 a 1200 W/m². Najbardziej korzystne warunki mają rejony nadmorskie (ok. 1050 W/m²) oraz rejon południowo-wschodni Polski, a najmniej – Górnośląski Okręg Przemysłowy.

Teren gminy Kobylnica należy do zlewni rzek Doliny Słupi i Wieprzy. Poza tymi rzekami występują tam także niewielkie rzeki i ciek, jak również liczne rowy melioracyjne, które znajdują się na terenach niewielkich dolin. Kobylnica charakteryzuje się bardzo niedużą jeziornością, czyli na terenach tych brakuje większych jezior. Ogranicza to możliwości wykorzystania energii pozyskiwanej z wody.

Na obszarze gminy występują także korzystne warunki glebowe, dlatego też można ją uznać za rolniczą. Najlepsze gleby występują w północnej i środkowej części gminy, natomiast im dalej na południe, tym gleba się pogarsza i maleją jej wartości uprawne. W Kobylnicy nie uprawia się roślin w celach energetycznych, gdyż największy obszar zajmują ziemie słabszej klasy (<http://kobylnica.pl>).

Warunki przyrodnicze stwarzają możliwości rozwoju przede wszystkim energetyki wiatrowej. W 2008 r. powstała pierwsza farma wiatrowa, która znajduje się pomiędzy Zajączkowem, Widzinem a Łosinem. Na jej terenie zostały wybudowane 24 turbiny wiatrowe o łącznej mocy 48 MW, co stanowiło ok. 5 % energii pobieranej z elektrowni wiatrowej w całej Polsce. Kolejna farma wiatrowa powstała pod koniec 2011 r. między Płaszewem a Luleminem, gdzie stanęło 18 elektrowni wiatrowych o łącznej mocy 39,6 MW. W trakcie budowy jest trzecia farma wiatrowa, na której znajdzie się 27 siłowni wiatrowych. Staną one pomiędzy Kończewem, Runowem Sławieńskim a Słonowicami. W planach jest również czwarta farma wiatrowa, gdzie ma się pojawić 26 turbin (<http://kobylnica.pl>).

Z inicjatyw służących promocji odnawialnych źródeł energii warto wspomnieć o wdrażanym w gminie „Programie wykorzystania energii słonecznej na terenie Gminy Kobylnica”, realizowanym w latach 2010–2012. Był to program partnerski gminy Kobylnica, Stowarzyszenia Gmin Przyjaznych Energii Odnawialnej oraz Stowarzyszenia Wspierania Inicjatyw Lokalnych „Gmina 2010”. Projekt ten obejmował zakup i montaż instalacji solarnych, opierających się na kolektorach słonecznych, niekiedy wspomaganych pompą ciepła do uzyskania ciepłej wody użytkowej oraz wspierania instalacji ogrzewania centralnego. Z projektu skorzystały lokale komunalne, jednorodzinne budynki mieszkalne, jak również obiekty użyteczności publicznej, m.in. szkoły i sale gimnastyczne (<http://kobylnica.pl>).

Inną inicjatywą był zakończony w 2013 r. projekt „Budowa drogowego oświetlenia gminy Kobylnica”. W ramach tego zadania wybudowano 25 sztuk lamp hybrydowych. Celem tego projektu była poprawa jakości życia w gminie dzięki zapewnieniu dostępności do infrastruktury technicznej oświetlenia drogowego.

Również w tym samym roku zakończono inne przedsięwzięcie pod nazwą „Budowa drogowego oświetlenia hybrydowego na terenie Gminy Kobylnica”, które było współfinansowane z Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Gdańsku w wyniku programu „Słoneczne Pomorze”. W ramach tego działania wybudowano 11 lamp solarno-hybrydowych (Osińska, 2014).

Gmina Kobylnica jest założycielem i członkiem Stowarzyszenia Gmin Przyjaznych Energii Odnawialnej, które zostało utworzone w 2008 r. Celem organizacji jest „wspieranie inicjatyw popularyzujących i promujących produkcję i wykorzystywanie energii ze źródeł odnawialnych z zachowaniem równowagi ekologicznej i przestrzeganiem zasad współżycia społecznego”.

Stowarzyszenie zajmuje się:

- opiniowaniem i promowaniem inicjatyw prawnych i gospodarczych związanych z pozyskaniem i produkcją energii w oparciu o wykorzystanie siły wiatru, energii wody, słońca, biomasy i gazu w celu realizacji *Krajowej strategii rozwoju energii odnawialnej* powiązanej z dyrektywami i rozporządzeniami Unii Europejskiej;
- reprezentowaniem wspólnych interesów miast i gmin w zakresie ochrony i kształtowania środowiska, w tym dotyczących opłat środowiskowych, podatków, ulg i zwolnień z takich opłat;
- podejmowaniem wspólnych przedsięwzięć w zakresie ochrony wód, ziemi, powietrza i krajobrazu, tj. naturalnych walorów zasobów przyrodniczych;
- przedstawianiem organom władzy państwowej, parlamentarzystom, administracji rządowej i samorządowej opinii, wniosków, projektów programów będących przedmiotem działań stowarzyszenia;
- koordynacją działań i edukacją w zakresie celów i zadań stowarzyszenia (<http://sgpeo.pl>).

Ważnym programem sprzyjającym wykorzystaniu odnawialnych źródeł energii jest program „Wspieranie rozproszonych, odnawialnych źródeł energii (Część 2). Prosument – linia dofinansowania z przeznaczeniem na zakup i montaż mikroinstalacji odnawialnych źródeł energii”, którego celem jest ograniczenie lub uniknięcie emisji dwutlenku węgla w wyniku zwiększenia produkcji energii z odnawialnych źródeł dzięki zakupowi i montażowi małych instalacji lub mikroinstalacji odnawialnych źródeł energii, do produkcji energii elektrycznej lub ciepła dla osób fizycznych oraz wspólnot albo spółdzielni mieszkaniowych. Program promuje nowe technologie OZE oraz postawy prosumenckie (podniesienie świadomości inwestorskiej i ekologicznej), a także wpływa na rozwój rynku dostawców urządzeń i instalatorów oraz zwiększenie liczby miejsc pracy w tym sektorze. Program stanowi kontynuację i rozszerzenie zakończonego w 2014 r. programu „Wspieranie rozproszonych, odnawialnych źródeł energii (Część 3). Dopłaty na częściowe spłaty kapitału kredytów bankowych przeznaczonych na zakup i montaż kolektorów słonecznych dla osób fizycznych i wspólnot mieszkaniowych”. Dofinansowanie przedsięwzięć obejmuje zakup i montaż nowych instalacji i mikroinstalacji odnawialnych źródeł energii do produkcji energii elektrycznej lub ciepła dla potrzeb budynków mieszkalnych jednorodzinnych lub wielorodzinnych, w tym dla wymiany istniejących instalacji na bardziej efektywne i przyjazne środowisku. Beneficjentami programu mogą być osoby fizyczne, spółdzielnie mieszkaniowe, wspólnoty mieszkaniowe oraz jednostki samorządu terytorialnego. Budżet programu wynosi 800 mln zł na lata 2014–2022 z możliwością zawierania umów pożyczek (kredytu) wraz z dotacją do 2020 r. (www.nfosigw.gov.pl).

W ramach tego programu finansowane są instalacje do produkcji energii elektrycznej lub ciepła wykorzystujące:

- źródła ciepła opalane biomasą, pompy ciepła oraz kolektory słoneczne o zainstalowanej mocy cieplnej do 300 kWt;
- systemy fotowoltaiczne, małe elektrownie wiatrowe oraz układy mikrokogeneracyjne (w tym mikrobiogazownie) o zainstalowanej mocy elektrycznej do 40 kW_e.

Dofinansowanie może mieć formę pożyczki lub kredytu preferencyjnego wraz z dotacją łącznie do 100% kosztów kwalifikowanych instalacji, dotacji w wysokości 20% lub 40% dofinansowania (15% lub 30% po 2016 r.). Maksymalna wysokość kosztów kwalifikowanych to 100–500 tys. zł, w zależności od rodzaju beneficjenta i przedsięwzięcia.

Oprocentowanie pożyczki/kredytu to zaledwie 1%, zaś maksymalny okres finansowania pożyczką/kredytem wynosi 15 lat.

Gmina Kobylnica jako jedna z ośmiu w całej Polsce przystąpiła do programu Prosument. Projekt otrzymał dofinansowanie ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w formie dotacji oraz w formie pożyczki. Wartość projektu to 5 023 650,00 zł, w tym kwota dotacji z NFOŚiGW to 1 935 982,00 zł, zaś kwota pożyczki z NFOŚiGW to 3 087 668,00 zł. W ramach przedsięwzięcia uzyskano dofinansowanie na realizację czterech typów mikroinstalacji, tj.:

- systemów fotowoltaicznych,
- kolektorów słonecznych,
- pomp ciepła,
- małych elektrowni wiatrowych.

Termin realizacji przedsięwzięcia to lata 2015–2016. Na 84 nieruchomościach gminy Kobylnica zostały zamontowane urządzenia, dzięki którym energia elektryczna będzie produkowana w ekologiczny sposób na potrzeby mieszkalnych budynków jednorodzinnych. Umowa zakładała sporządzenie indywidualnych, dopasowanych do potrzeb użytkowników danego obiektu projektów oraz wykonanie mikroinstalacji zgodnych z opracowaną dokumentacją. Gmina w imieniu mieszkańców wzięła pożyczkę z NFOŚiGW. Mieszkańcy będą zobowiązani do jej spłacania przez najbliższe 12 lat, począwszy od 2017 r. (ok. 200–500 zł kwartalnie). Wydatki na spłatę zobowiązań będą bilansowane przez oszczędności, które uzyskają z tytułu mniejszych rachunków za prąd (www.nfosigw.gov.pl).

Zakończenie

Ostatnie lata w sektorze energetycznym to etap intensywnych i dynamicznych zmian. Część z nich została podyktowana członkostwem w Unii Europejskiej i jej wymaganiami dotyczącymi wykorzystywania energii ze źródeł odnawialnych. Największe przemiany zachodzące w energetyce są wymuszane przez państwo. Ale zauważa się także, że coraz więcej przedsięwzięć prowadzonych jest na poziomie lokalnym, a ich inicjatorami są gminy. W świetle uwarunkowań prawnych gmina ma obowiązek zapewnienia bezpiecznego dostępu do energii i może to robić w różnorodny sposób. Większość gmin w Polsce podchodzi do tego tematu w tradycyjny sposób, nie wychodząc poza ogólnie przyjęte standardy. Ale są też gminy, które problem bezpieczeństwa energetycznego traktują ponadprzeciętnie, wykorzystując wszystkie możliwości do jego zapewnienia. Taką przedsiębiorczą i nowoczesną pod tym względem jednostką lokalną jest gmina Kobylnica, usytuowana w województwie pomorskim. Ma ona bardzo korzystne warunki do wykorzystania energii ze źródeł odnawialnych. Zarówno średnia prędkość wiatru, jak i średnie nasłonecznienie stwarzają ponadprzeciętne możliwości dla rozwoju energetyki wiatrowej oraz słonecznej. Obok korzystnych warunków przyrodniczych w gminie Kobylnica nie brakuje innowacyjnych, przedsiębiorczych i kreatywnych pomysłów, jak je wykorzystać. Głównie dzięki zaangażowaniu władz samorządowych, ale także dużej świadomości konsumenckiej mieszkańców gminy.

W Polsce jest dużo więcej gmin charakteryzujących się dobrymi albo bardzo dobrymi warunkami przyrodniczymi, które jednak nie wszystkie te możliwości faktycznie wykorzystują. Okazuje się bowiem, że sposób postępowania związany jest z indywidualną przedsiębiorczością władz gminy, a ta jest bardzo zróżnicowana w polskich jednostkach samorządowych.

Literatura

References

- Adamkiewicz, J. (2015). Bezpieczeństwo energetyczne w małych wspólnotach. W: J. Maj, P. Kwiatkiewicz, R. Szczerbowski (red.). *Między ewolucją a rewolucją – w poszukiwaniu strategii energetycznej. Tom II. Zrównoważony rozwój – OZE – Elektroenergetyka – Prawo – Ochrona środowiska – Ekologia – Biomasa – Odpady komunalne*. Poznań: Wyd. WAT, 253 i kolejne.
- Gogół, W. (1993). *Konwersja termiczna energii promieniowania słonecznego w warunkach krajowych*. Warszawa: Ekspertyza Polskiej Akademii Nauk.
- http://kobylnica.pl/warunki_klimatyczne,1048,292.html (2016, 20 września)
- http://kobylnica.pl/Program_wykorzystania_energii_slonecznej_na_terenie_Gminy_Kobylnica_kobyl-nica_category,275.html (2016, 11 października)
- http://sgpeo.pl/Misja_Stowarzyszenia (2016, 16 września)
- <https://www.nfosigw.gov.pl/oferta-finansowania/srodki-krajowe/programy-priorytetowe/prosument-dofinansowanie-mikroinstalacji-oze/informacje-o-programie/> (2016, 10 listopada)
- Komisja Europejska (2010). *Europa 2020, Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającemu włączeniu społecznemu*, dok.7110/10 z dnia 5 marca 2010 r. Bruksela. Pozyskano z: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf
- Księżopolski, K., Pronińska, K., Sulowska, A. (red.). (2013). *Odnawialne źródła energii w Polsce wybrane problemy bezpieczeństwa, polityki i administracji*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Kuciński, K. (red.). (2016). *Lokalizacja działalności gospodarczej a jej ryzyko*. Warszawa: CeDeWu.
- Kurowski, K. (red.). (2015). *Nowe wybrane technologie w zakresie wykorzystania odnawialnych źródeł energii*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie.
- Niedziółka, D. (red.). (2012). *Zielona energia w Polsce*. Warszawa: CeDeWu.
- Osińska, P. (2014). *Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego gminy Kobylnica na lata 2015–2020*. Gdańsk: Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej Ośrodek Regionalny Kobylnica.
- Szukalski, S.M., Malinowski S. (red.). (2013). *Energia odnawialna. Technologia, ekonomia, finansowanie*. Poddębice: Fundacja Centrum Wspierania Przedsiębiorczości. Pozyskano z: <http://www.mae.com.pl/baza-wiedzy-odnawialne-zrodla-energii.html>
- Trzcńska, B. (2012). Uwarunkowania międzynarodowe. W: D. Niedziółka (red.). *Zielona energia w Polsce*. Warszawa: CeDeWu, 13–34.
- Ustawa z 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym* (Dz.U. 90.16.95 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 10 kwietnia 1997 r. o prawie energetycznym* (Dz.U. 15.942 z późn. zm.).
- Ustawa z 20 lutego 2015 r. o odnawialnych źródłach energii* (Dz.U. 15.478 z późn. zm.).

Monika Niedziółka, dr nauk ekonomicznych, Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych, Katedra Administracji i Zarządzania Publicznego. Zainteresowania badawcze: lokalne bezpieczeństwo ekonomiczne, problematyka rozwoju lokalnego i regionalnego, ekonomiczne aspekty funkcjonowania samorządu terytorialnego.

Monika Niedziółka, PhD in economic sciences, University of Natural Sciences and Humanities in Siedlce, Faculty of Economics and Law, Department of Administration and Public Management. Research interests: local economic security, issues of local and regional development, economic aspects of the functioning of local self-government.

Adres/Address:

Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach
Katedra Administracji i Zarządzania Publicznego
Wydział Nauk Ekonomicznych i Prawnych
ul. Żytnia 17/19
08-110 Siedlce, Polska
e-mail: monika.niedziolka@uph.edu.pl

JACEK RUDEWICZ

Uniwersytet Szczeciński, Polska ■ University of Szczecin, Poland

Motywy osiedlania się Polaków w niemieckiej części obszaru funkcjonalnego miasta Szczecin Studium przypadku miejscowości Löcknitz

The Motives for Polish Settlement in the German Part of the Functional Area of the City of Szczecin
Case Study of the Town Löcknitz

Streszczenie: Położone w północno-zachodniej Polsce przy granicy z Niemcami miasto Szczecin wraz z otaczającymi je gminami i miastami tworzy obszar funkcjonalny liczący, wg danych GUS z 2016 r., ponad 560 tys. mieszkańców. W jego obszernych granicach, a także w jego obszarze funkcjonalnym obejmującym otaczające miasto jednostki administracyjne, zachodzą procesy suburbanizacji, obserwowane od kilkunastu lat w całej w Polsce, mające wymiar przestrzenny i ludnościowy. Obszar funkcjonalny Szczecina wyznaczony przez Śleszyńskiego i Komornickiego w 2009 r. czy też inne obecne w dokumentach planistycznych delimitacje nie uwzględnia rosnącego oddziaływania tego miasta na obszary położone po niemieckiej stronie granicy. Zaryzykować można tezę, że miasto powoli i w niedookreślony jeszcze sposób odzyskuje zasięg oddziaływania utracony po historycznych ustaleniach granic Polski i NRD po konferencjach poczdamskiej i jałtańskiej. Po wejściu Polski do Unii Europejskiej oraz przystąpieniu do strefy Schengen w 2007 r., a także otwarciu niemieckiego rynku pracy rozpoczął się stopniowy proces osiedlania się ludności polskiej po stronie niemieckiej, na terenach w bezpośredniej bliskości miasta, będących w relatywnie trudnej sytuacji demograficznej i gospodarczej. W niniejszym artykule dokonana zostanie charakterystyka społeczno-gospodarcza tych obszarów, a dokładniej – przyległej do granicy z Polską jednostki administracyjnej Landkreis Vorpommern-Greifswald i Uecker-Randow, ze szczególnym uwzględnieniem miejscowości Löcknitz. Charakterystyka stanowić będzie wprowadzenie do głównego celu artykułu, którym jest rozpoznanie i opisanie czynników motywujących ludność polską do osiedlania się na terenach przygranicznych. Dla osiągnięcia postawionych założeń posłużono się danymi statystycznymi, wcześniejszym piśmiennictwem oraz wywiadami i badaniami prasowymi.

Abstract: Located in north-western Poland at the border with Germany, the city of Szczecin and the surrounding municipalities and towns creates a functional area with more than 560,000 inhabitants. Observed for several years in Poland suburbanisation processes also concern Szczecin. These processes have a spatial and demographic dimension taking place within the city borders, and also in its functional area, admin-

istrative units surrounding the city. Functional area of the city delimited by Śleszyński and Komornicki in 2009, is also present in other planning documents but does not include the delimitation of the growing influence of the city on the areas located on the German side of the border. One can even state that the city in a slow and unevident way recovers historical range of influence lost after the Yalta and Potsdam conference results. After the Polish accession to the European Union, the accession to the Schengen zone in 2007, and also after the opening of the German labor market, a gradual and slow process of settlement of the Polish population in areas on the German side began. Areas in close proximity to the city are in a relatively difficult demographic and economic situation. The article defines the socio-economic characteristics of these areas, and more precisely adjacent to the border with the Polish administrative unit Landkreis Vorpommern-Greifswald (Uecker-Randow), with a particular focus on the town of Löcknitz. These characteristics will be an introduction to the main purpose of the article which is to identify and describe the factors motivating the Polish population to settle in the trans-border areas and to identify favourable conditions, and barriers affecting the level of entrepreneurship in these areas. Statistical data, earlier references, interviews, and fieldwork were used to substantiate the adopted thesis.

Słowa kluczowe: nieruchomości; obszary funkcjonalne; obszary transgraniczne; osadnictwo; przedsiębiorczość; Szczecin

Keywords: cross-border areas, entrepreneurship; functional areas; real estate; settlements; Szczecin

Otrzymano: 15 listopada 2016

Received: 15 November 2016

Zaakceptowano: 28 lutego 2017

Accepted: 28 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Rudewicz, J. (2017). Przedsiębiorczość i motywy osiedlania się Polaków w niemieckiej części obszaru funkcjonalnego miasta Szczecin. Studium przypadku miejscowości Löcknitz. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 87–105, 13. DOI: 10.24917/20833296.13.7

Wstęp

Gdy w 2007 r. granica między Polską a Niemcami przestała dzielić, pojawiły się obawy ze strony Polaków, że bogaci i zainteresowani inwestycjami Niemcy wykupią ich ziemię i nieruchomości. Ale 10 lat później wszystko wydaje się być na odwrót. W niemal wymarłych wsiach niemieckiego pogranicza rozpoczął się proces, który zrywa z wszystkimi wcześniej istniejącymi stereotypami w stosunkach polsko-niemieckich.

Wprowadzeniem do niniejszego artykułu będą fragmenty wypowiedzi Polaka i Niemca – mieszkańców niemieckiej strony pogranicza polsko-niemieckiego, przytoczone z reportażu niemieckiej telewizji MDR pt. *Nur der Pole bringt die Kohle (Bez Polaka w kasie pustki...)* (Stein, Henz, Friedrich, 2016).

Krzysztof P. jest Polakiem i mieszka w niemieckim Bergholz, 10 km od granicy. W reportażu mówi on: „Ten sielankowy zakątek bynajmniej nie jest końcem świata, jak się często słyszy”. Krzysztof P. sprowadził się w tamte strony, „bo na tym pograniczu powstaje coś nowego [...] ta okolica przyciąga wielu interesujących ludzi i wszyscy w jakiś sposób czegoś poszukują”. Z kolei o swoich polskich sąsiadach Helge B. mówi: „Polacy są bardzo tolerancyjni i otwarci na świat”. Mężczyzna mieszka blisko granicy w Schmagerow, pochodzi z tych stron i nie chce wyjeżdżać, mimo że młodzież ucieka. Helge B. cieszy się, że sprowadza się tutaj tylu Polaków, gdyż inaczej opuszczone domy

popadłby w ruinę. Bliskość Szczecina to dla niego duża szansa, jak zauważa: „Może Niemcy powinni pouczyć się trochę polskiego?”. Te dwie wypowiedzi oraz własne obserwacje autora inspirują do podjęcia badań nad tym interesującym pod wieloma względami obszarem. W niniejszym artykule starano się pogodzić trzy ujęcia: społeczne, geograficzne i ekonomiczne. Poniekąd poruszane będą także zagadnienia teoretyczne. W artykule zawarto charakterystykę sytuacji demograficznej i gospodarczej obszarów nadgranicznych po stronie niemieckiej w bezpośrednim zasięgu oddziaływania miasta Szczecin. Informacje te pozwalają wyznaczyć zasięg oddziaływania miasta poza granicę państwa, dają możliwość oszacowania zasięgu obszaru funkcjonalnego Szczecina. Jednak celem zasadniczym artykułu jest rozpoznanie motywów i skali osiedlania się ludności Polskiej po stronie niemieckiej w pobliżu Szczecina. W artykule posłużono się przykładem miejscowości Löcknitz jako modelowym miejscem integracji polsko-niemieckiej. Źródła informacji służące opisowi i realizacji celu artykułu podzielić można na statystyczne (wg dostępności danych) oraz wywiady (w tym celu posłużono się kwereudą prasową).

Charakterystyka demograficzna i gospodarcza badanego obszaru

Zasięg oddziaływania miasta Szczecin, w przeszłości ograniczony przez przeprowadzenie granic między PRL a NRD po ustaleniach konferencji w Jałcie i Poczdamie, obecnie powoli powraca do stanu pierwotnego. W Unii Europejskiej, gdzie dla większości jej państw członkowskich istnieje swoboda przemieszczania się ludności i wymiany towarów oraz usług, granice nie stanowią już istotnej bariery. Pozostały jeszcze ograniczenia wynikające z innego języka, kultury, systemu prawnego, jednak z biegiem czasu wydają się tracić na znaczeniu. Obszarem badań od strony administracyjnej jest Landkreis Vorpommern-Greifswald (238 tys. mieszkańców w 2015 r.) utworzony w 2011 r. Część danych statystycznych dotyczy Landkreisu Uecker-Randow, który obecnie nie istnieje w podziale administracyjnym Landu Meklemburgii-Pomorza Przedniego (Meklemburg-Vorpommern), lecz część danych statystycznych jest jeszcze agregowana do jego granic. Należy pamiętać, że system podziału administracyjnego Mecklenburg-Vorpommern (MV) jest inny niż Polski, ma swoją specyfikę i od 2011 r. zachodzą w nim ciągłe zmiany, w szczególności na poziomie gmin (Gemeinde). Sprawia to, że analizy na tym poziomie jednostek administracyjnych są utrudnione. Poziom Landkreis jest

Ryc. 1. Landkreis Vorpommern-Greifswald i były Landkreis Uecker-Randow

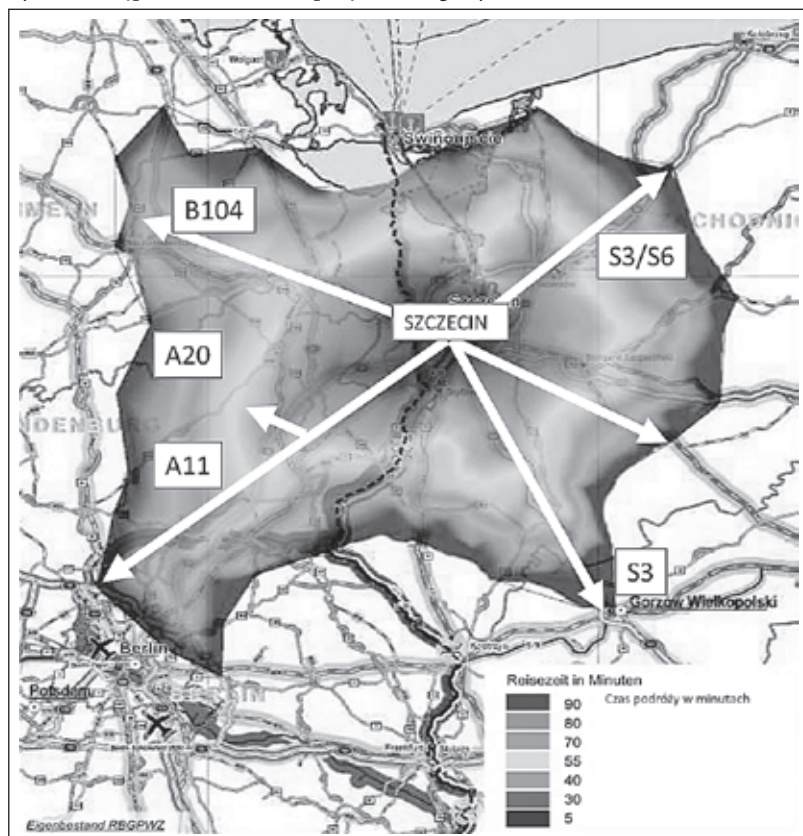


Źródło: opracowanie własne

odpowiednikiem polskiego powiatu, jednak powierzchnią bardziej zbliżony jest do poziomu NTS3, czyli podregionu.

Charakterystyczną cechą położenia Szczecina jest jego nadgraniczność, gdzie odległość granic administracyjnych liczącego ponad 400 tys. mieszkańców miasta od granicy państwowej z Niemcami wynosi zaledwie 7 km. Odległość ta przy obecnych w polskich miastach procesach suburbanizacji jest praktycznie niezauważalna. Morfologia miasta Szczecin wynikająca z położenia fizjograficznego oraz wcześniejsze decyzje urbanistyczne ukształtowały miasto rozłożone na dwóch brzegach rozwidlającej się rzeki Odry, gdzie pomiędzy Odrą Zachodnią a Odrą Wschodnią (Regalica) oraz jeziorem Dąbie mieści się tzw. Międzyodrze, dzielące miasto na część lewo i prawobrzeżną. Taki podział miasta pomimo dużego zainwestowania infrastrukturalnego w większą jego spójność (mosty, trasa szybkiego ruchu, szybki tramwaj) sprawia, że komunikacja pomiędzy jego dwoma częściami jest utrudniona. Analizując dostępność czasową z centrum miasta (lewobrzeże) na zewnątrz granic wzdłuż szlaków komunikacyjnych, zauważyć można ww. problem w przebiegu izochron (ryc. 2). Choć dostępność komunikacyjna miasta poprawia się dzięki inwestycjom drogowym ostatnich lat (droga krajowa S3 i S6), ciągle widoczna jest jej asymetryczność (zasięgu miasta). Po stronie

Ryc. 2. Dostępność czasowa dla połączeń drogowych z miasta Szczecin



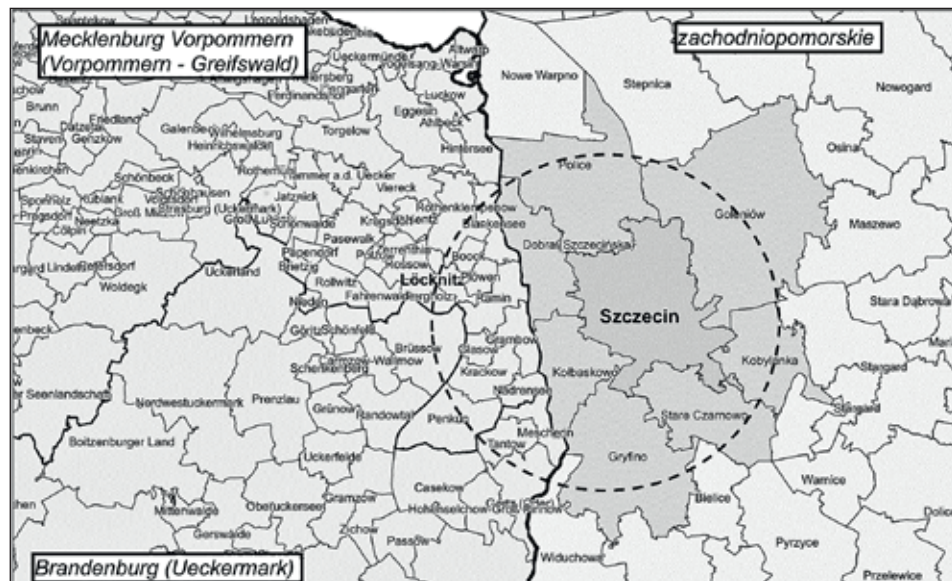
Źródło: Regionalne Biuro Gospodarki Przestrzennej Województwa Zachodniopomorskiego

niemieckiej widoczne jest to w przebiegu autostrady A11 w kierunku Berlina i oddziaływaniu autostrady A20 – kierunek Rostock.

Na większy zasięg komunikacji drogowej po stronie niemieckiej wpływają także droga B104 oraz dwie linie kolejowe: w kierunku Rostocku i Berlina. Linia w kierunku Berlina, niegdyś dwutorowa, nie jest zelektryfikowana i podróż do Berlina z przesiadką w miejscowości Angermünde (pol. hist. Dobrzyniec) trwa około 2,5 godz. Obecnie trwają rozmowy na temat usprawnienia tego połączenia. Nadmienić należy, że stan infrastruktury drogowej jest po stronie niemieckiej dobry i bardzo dobry, nie obserwuje się także dużego zatłoczenia dróg. Zasięg oddziaływania miasta badano, m.in. tworząc delimitację Miejskiego Szczecińskiego Obszaru Funkcjonalnego (MOF) przeprowadzoną przez IGiPZ PAN na podstawie sześciu wskaźników, w tym dojazdów do pracy (Śleszyński, 2013). Wspomniane autostrady niemieckie i lokalne drogi, brak kontroli granicznych powodują rozszerzenie tej dostępności w kierunku Berlina i Rostocku. Po wstąpieniu Polski do UE i strefy Schengen (2007 r.), dzięki którym zaniechano odprawy granicznej, a następnie otwarto siedem przejść, tereny te – niegdyś w zasięgu oddziaływania miasta – stały się jeszcze bardziej dostępne. W zaprezentowanym na rycinie 3 zasięgu drogowym w limicie 30 min podróży samochodem od centrum znalazły się gminy w landzie Mecklemburg-Vorpommern (MV) i niewielka część w landzie Brandenburg (związana bardziej z miastem Gryfino).

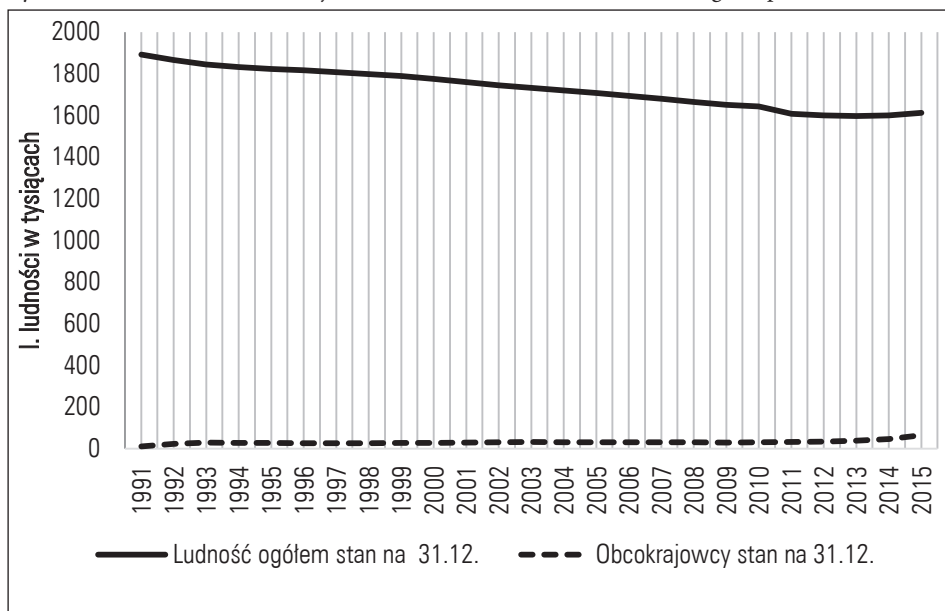
W wyznaczonym zasięgu (ryc. 3) znalazły się małe wsie i miasteczka, m.in.: Krackow, Penkun, Löcknitz, Ramin, Glasow, Bismarck, Gellin, Blankensee. W małych miejscowościach do 20 tys. mieszkańców mieszka 60% ludności landu Meklemburgii-Pomorze Przednie. Największym miastem jest Rostock z 206 tys. mieszkańców, pozostałe miasta nie przekraczają 100 tys. mieszkańców. Są to miejscowości, które, podobnie jak większość

Ryc. 3. Zasięg oddziaływania miasta Szczecin – miejski obszar funkcjonalny (MOF), szacowany zasięg po stronie niemieckiej (linia kreskowana) – 30 min podróży samochodem



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 4. Liczba ludności i obcokrajowców od 1991 r. dla landu Mecklenburg-Vorpommern



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Statistische Jahrbücher Mecklenburg-Vorpommern* 2016 (2017: 29–33)

miast z terenu Meklemburgii, od czasu zjednoczenia Niemiec notują ubytek liczby ludności. W odniesieniu do skali zjawiska można tu mówić o depopulacji. Skala tego zjawiska zobrazowana została na rycinie 4. Od 1991 do 2015 r. (stan na 31 grudnia) zarejestrowano ubytek liczby ludności wynoszący 279 tys. osób. Z 1 817 tys. mieszkańców do 1 612 tys. mieszkańców w roku 2015. Na uwagę zasługuje fakt selektywności tego ubytku, a mianowicie dotyczył on osób młodych i osób w wieku produkcyjnym. Taka sama sytuacja dotyczyła wszystkich landów byłej NRD. Od 1991 w MV obserwuje się ujemny przyrost naturalny. Poprawę sytuacji upatruje się w zwiększeniu liczby obcokrajowców – wśród ludności MV udział ich wzrósł z 0,5% (w 1991 r.) do 4% w roku 2015. Ostatnie lata charakteryzuje dynamiczny napływ ludności spoza Niemiec. Liczba obcokrajowców wynosiła w 2015 r. 65 tys. osób. Dzięki korzystnemu bilansowi migracyjnemu, przez napływ obcokrajowców oraz samych Niemców, trend spadkowy liczby ludności ogółem przez ostatnie dwa lata się zmienił (ryc. 4).

Depopulacja działa selektywnie przez naturalne skłonności młodych osób do migracji. Suburbanizujący Szczecin i emigracja Polaków w poszukiwaniu pracy oraz niski przyrost naturalny w Polsce również rzutują na sytuację demograficzną badanego obszaru, a w szczególności na strukturę wieku. Wybrane jednostki administracyjne z Polski i Niemiec położone przygranicznie (ryc. 6) porównano w tabeli 1.

Z danych zestawionych w tabeli wynika, że podregion szczeciński, miasto Szczecin i gminy wiejskie położone w obszarze funkcjonalnym Szczecina charakteryzuje relatywnie młodsza populacja mieszkańców. W szczególności dwie gminy położone na zachód od Szczecina, Dobra i Kołbaskowo, co widoczne jest w większym odsetku osób w wieku

0–20 i 20–55 lat oraz niewielkim udziale (4%) ludności starszej, w wieku powyżej 70 roku życia. Wymienione gminy stanowią przykład typowych obszarów suburbanizacyjnych.

Tab. 1. Porównanie wybranych jednostek administracyjnych w nawiązaniu do obszaru badań pod względem ludności w grupach wiekowych. Dane za 2015 r.

Obszary	Jednostka administracyjna	Grupy wiekowe (lata)				
		0–20	20–55	> 55	> 70	0–15
PL	Podregion szczeciński	20%	50%	30%	8%	15%
	Pow. miasto Szczecin	17%	48%	34%	12%	13%
	Dobra (Szcz.) gm. wiejska	26%	54%	20%	4%	20%
	Kołbaskowo gm. wiejska	25%	57%	18%	4%	19%
DE	Mecklenburg-Vorpommern	16%	44%	40%	18%	12%
	Vorpommern-Greifswald	16%	44%	41%	18%	12%
	Löcknitz (Gemeinde)	19%	38%	43%	20%	15%

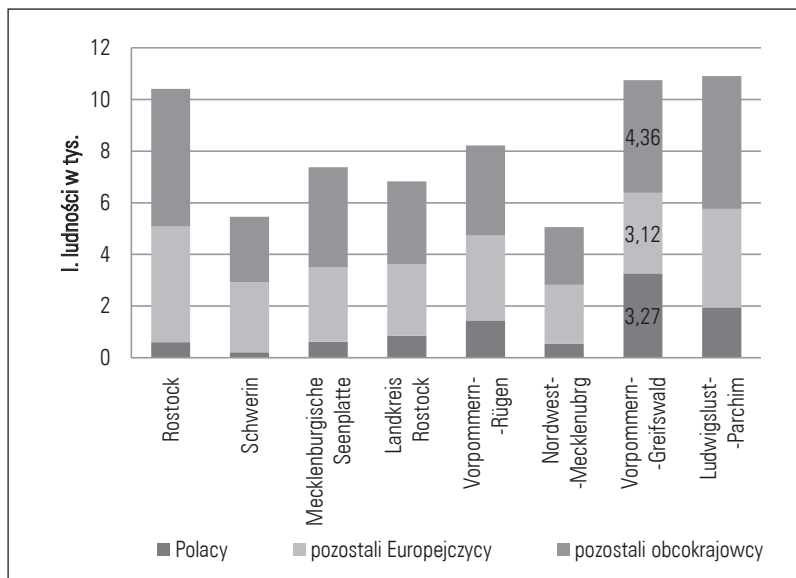
Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL GUS i *Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern* (2017)

Z drugiej strony granicy gmina Löcknitz (Łęknica – nazwa słowiańska) ma mniejszy udział ludności w wieku 20–55 lat nawet o 19% w porównaniu z Kołbaskowem. Udział osób starszych w wieku powyżej 70 lat jest wyraźnie wyższy niż w sąsiednich gminach, wynosi bowiem 20%. Zarówno podregion szczeciński, jak i gminy wiejskie po stronie polskiej wykazują przewagę nad terenami po stronie niemieckiej w strukturze wieku osób młodszych.

Liczba obcokrajowców w poszczególnych sześciu landkreis Meklemburgii-Pomorza Przedniego i miastach na prawach landkreis (Rostock i Schwerin) kształtuje się różnie. Największa jest w graniczącym z Polską Vorpommern-Greifswald, gdzie wynosi 10,9 tys. W tej liczbie duży jest udział Polaków – 3 270 osób (ryc. 5). W całej Meklemburgii w 2015 r. bilans napływu Polaków wyniósł 1 300 osób przy napływie 3 594 i odpływie 2 295 osób. W 2015 r. zameldowanych w tym landzie było 9,5 tys. Polaków. Stanowią oni wg danych statystycznych najliczniejszą grupę obcokrajowców pochodzenia europejskiego, przed Ukraińcami (4 096), Rosjanami (3 848) i Rumunami (2 169).

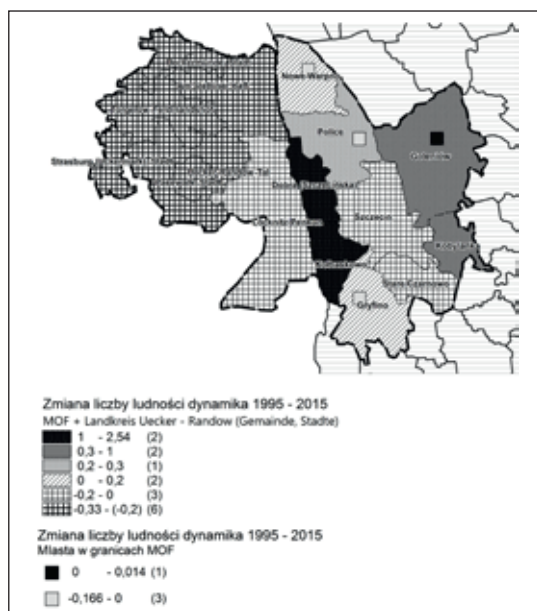
Sytuacja demograficzna po polskiej stronie w odniesieniu do miasta Szczecin i jego obszaru funkcjonalnego jest relatywnie lepsza. Samo miasto Szczecin podobnie jak wiele innych miast w Polsce traci ludność na rzecz obszarów otaczających. W stosunku do 1995 r. w 2015 r. wg danych GUS miasto liczyło blisko 11 tys. osób mniej, czyli 407 tys. mieszkańców, przy stałym łagodnym trendzie spadkowym. Przyległe gminy i miasta w obszarze funkcjonalnym w tym samym czasie odnotowały łącznie wzrost liczby ludności o 30 500 osób, z 123 600 do 154 100 mieszkańców. Przyrost ten miał miejsce głównie na obszarach wiejskich (ryc. 6), szczególnie w gminach Dobra i Kołbaskowo, natomiast miasta obszaru funkcjonalnego odnotowały zmniejszenie liczby mieszkańców nawet o 16%. Na rycinie 6 ukazano także zmiany liczby ludności po stronie niemieckiej – obszar byłego Landkreis Uecker-Randow, gdzie widoczny jest ubytek liczby ludności nawet o 33%. Liczba ludności w granicach Landkreis Uecker-Randow skurczyła się z 90 550 osób w 1995 r. do 67 470 w roku 2015. Relatywnie mniejszy ubytek liczby ludności za lata 1995–2015 charakteryzuje przyległe do granicy Polski i obszaru funkcjonalnego Szczecińska tereny związku gmin Löcknitz-Penkun.

Ryc. 5. Obcokrajowcy wg poszczególnych jednostek administracyjnych NTS2 – Landkreis Mecklenburg-Vorpommern, stan na 31.12.2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie baz danych urzędu statystycznego landu Meklemburgia-Pomorze Przednie (*Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern*)

Ryc. 6. Obszar funkcjonalny Szczecina i Landkreis Uecker-Randow, względna zmiana liczby ludności w latach 1995–2015

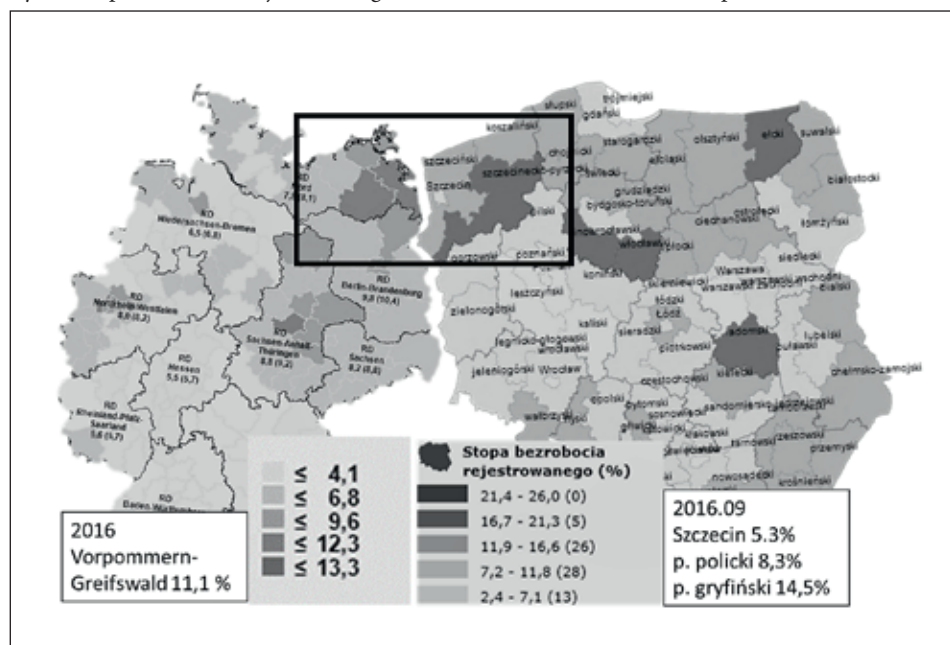


Źródło: opracowanie własne na podstawie baz danych urzędu statystycznego landu Meklemburgia-Pomorze Przednie (*Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern*) oraz BDL GUS

Dane przedstawione na rycinie 6 ukazują znaczną dynamikę wzrostu liczby ludności polskiej przy granicy z Niemcami oraz proces suburbanizacji miasta Szczecina i pozostałych miast jego obszaru funkcjonalnego (z wyjątkiem Goleniowa – nieznaczny wzrost liczby mieszkańców). Jednocześnie wyraźnie ubywa mieszkańców z terenów sąsiadujących z MOF po stronie niemieckiej. Naturalnym wydaje się, że postępować będzie dalsze osiedlanie się ludności polskiej na terenach niemieckich i „przenikanie” jej przez granicę ze względu na różnice potencjału demograficznego.

Obok demografii istotnym czynnikiem wpływającym na procesy osiedlania się ludności polskiej po stronie niemieckiej obszaru funkcjonalnego Szczecina jest rozwój gospodarczy, a w szczególności rynek pracy i dochody ludności. Mecklenburg-Vorpommern oraz pozostałe landy byłej NRD należą do słabiej prosperujących landów niemieckich. Szczególnie jednostki administracyjne położone peryferyjnie, tj. Landkreis Vorpommern-Greifswald, wyróżnia wysoki jak na Niemcy poziom stopy bezrobocia – w połowie 2016 r. było to 11,3%. Według danych statystycznych występujące tam bezrobocie wykazuje tendencję spadkową. Pod koniec 2015 r. wynosiło bowiem 13,3% (ryc. 7). Pomorze Zachodnie, podobne do Meklemburii fizjograficznie, również jest pod względem gospodarczym regionem peryferyjnym. Stopa bezrobocia rejestrowanego w wielu powiatach – szczególnie w części pojezierzy – np. w podregionie szczecinecko-pyrzyckim jest bardzo wysoka. W 2015 r. wynosiła dla tego podregionu 19,8% (dane GUS). Pocięszająca jest jednak wyraźna tendencja spadkowa, gdyż w 2010 r. stopa rejestrowanego bezrobocia wynosiła tam 24,5%. W pasie pobrzeża i okolic Szczecina sytuacja na rynku pracy jest relatywnie lepsza niż w innych częściach województwa zachodniopomorskiego. W Szczecinie stopa bezrobocia wynosi aktualnie 6,8% (5,3% we wrześniu 2016). Choć bezrobocie

Ryc. 7. Stopa bezrobocia rejestrowanego w Polsce i Niemczech w 2015 r. – porównanie



Źródło: Bundesagentur für Arbeit, GUS SWAID

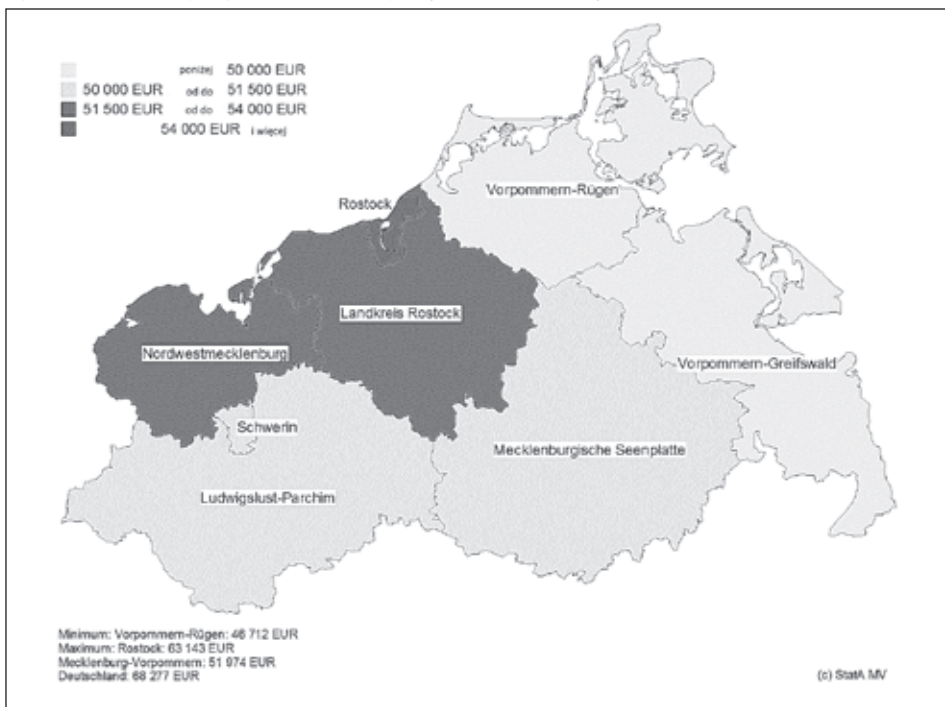
jest tu relatywnie wysokie, to jednak niższe niż średnia krajowa, czyli 9,8% (8,7% w połowie 2016) i niższe niż w okolicznych powiatach. Zmniejszyło się ono także w sposób intensywny w stosunku do 2012 r., kiedy to wynosiło 11%.

Otoczające Szczecin powiaty mają ten wskaźnik wyższy, jednak rozpoczęte na ich terenie inwestycje (magazyny Amazon, Zalando i in.) skutecznie przyczyniają się do zmniejszenia tam bezrobocia.

Porównanie stopy bezrobocia w analizowanym w artykule obszarze nadgranicznym ukazuje względnie lepszą sytuację po stronie polskiej, ale mimo to Niemcy są zamożniejsi. Wschodnia część Landu Mecklenburg-Vorpommern charakteryzuje także w relacji do części zachodniej i dużych miast (Rostock, Schwerin) niższy poziom dochodów ludności. Podstawowy dochód gospodarstw domowych *per capita* w Landkreis Vorpommern-Greifswald wyniósł w 2013 r. 15 956 euro, co stanowiło proporcję 91,6 (niezmienne od 2000 roku) średniej dochodu *per capita* dla landu oraz 65,1 w odniesieniu do całych Niemiec (Niemcy = 100). Od 2000 r. udział ten wzrósł o 5 punktów. Produkt krajowy brutto przeliczony na pracującego w tym roku dla Landkreis Vorpommern-Greifswald wyniósł 46 899 euro, natomiast w przeliczeniu na mieszkańca 20 733 euro, co świadczyć może o dużym obciążeniu demograficznym (proporcja 86,3, MV = 100). Wschodnia część landu (ryc. 8) okazuje się być mniej aktywna gospodarczo i o mniejszym dochodzie niż część zachodnia.

W porównywalnym momencie produkt krajowy brutto w cenach bieżących w Szczecinie wyniósł 50 396 zł (około 11 500 euro) na osobę, co stanowiło poziom 117 w odniesieniu

Ryc. 8. Produkt krajowy brutto na pracującego w Mecklenburg-Vorpommern w 2014 r.



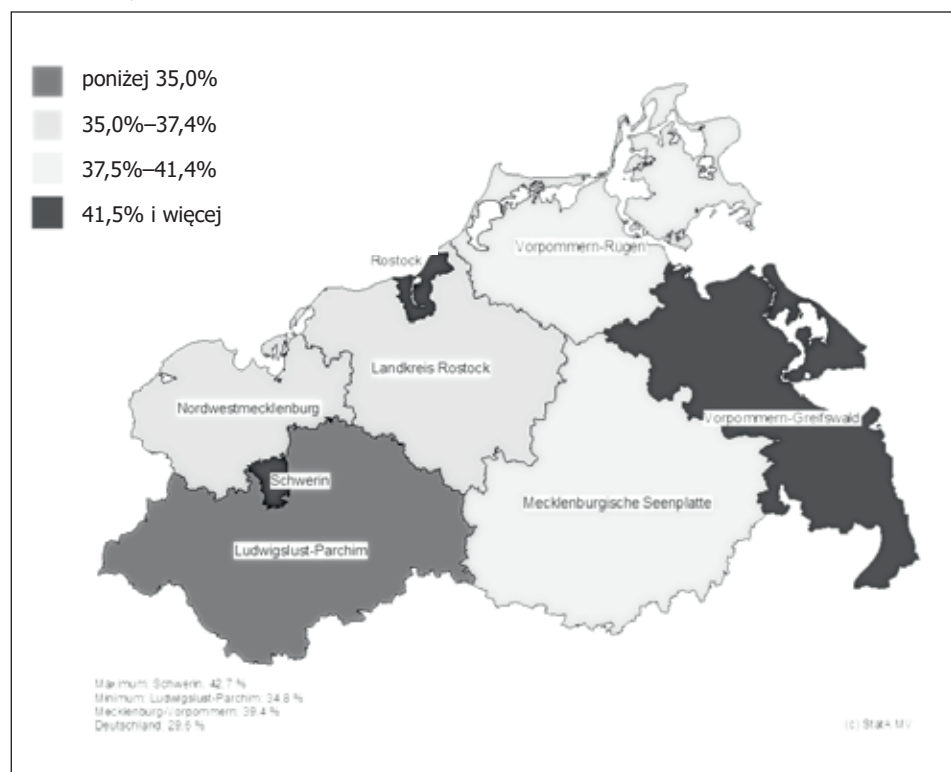
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z: <http://www.laiv-mv.de/Statistik>

do poziomu Polski = 100 i 140 w odniesieniu do poziomu 100 w województwie zachodniopomorskim. Według danych Eurostatu, produkt krajowy brutto na mieszkańca w ujęciu parytetu siły nabywczej w 2014 r. dla MV do średniej unijnej wyniósł 84,4%, dla województwa zachodniopomorskiego 56,6%. Schodząc niżej – na poziom lokalny, z uwzględnieniem wyżej przedstawionych proporcji, obszary nadgraniczne po stronie niemieckiej mogą mieć udział do średniej unijnej niższy, wynoszący około 75–80%, z kolei Szczecin wyższy niż województwo zachodniopomorskie, około 60–65%. Według wskaźnika *Primary income of private households relative to population size* wyznaczonego przez Eurostat (podstawowy dochód rozporządzalny gospodarstw domowych na mieszkańca wg parytetu siły nabywczej) w 2013 r. w Mecklenburgi było to 17 294 euro (12 034 w 2000 r.), w woj. zachodniopomorskim 10 827 euro.

Obok dochodów uzyskiwanych z pracy dużą część dochodów w Niemczech stanowią transfery socjalne ze strony państwa i landu. Na kolejnej rycinie ukazano przestrzenny rozkład tej pomocy w Meklemburgii (ryc. 9). Ponad 41,5% gospodarstw domowych w Landkreis Vorpommern-Greifswald wg danych z 2014 r. otrzymuje tego rodzaju pomoc, przy średnim poziomie dla Niemiec 29,6%.

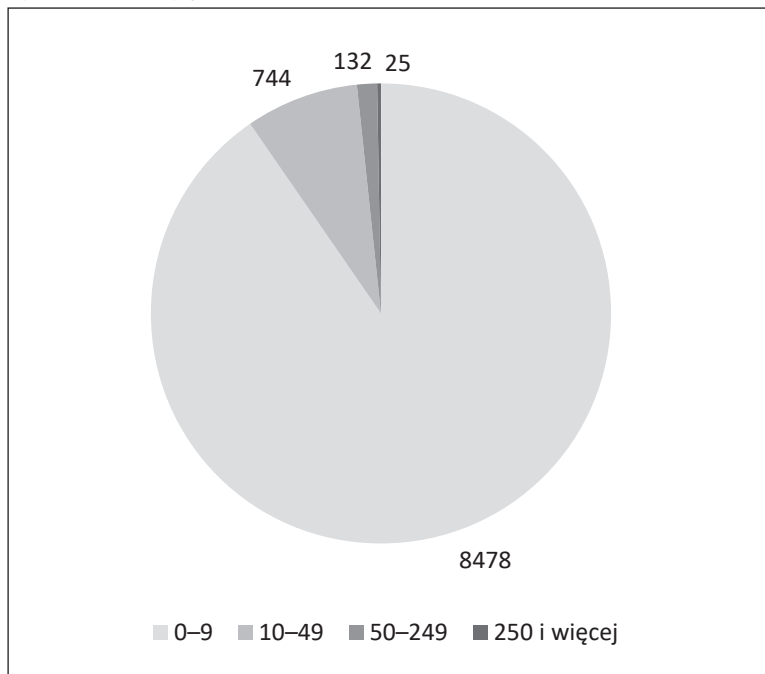
Charakteryzując pokrótce gospodarkę obszaru Vorpommern-Greifswald w strukturze wielkościowej przedsiębiorstw wg liczby zatrudnionych w nich osób, należy zauważyć,

Ryc. 9. Odsetek gospodarstw domowych korzystających z pomocy socjalnej w 2014 r. wg Landkreis Mecklenburg-Vorpommern



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z: <http://www.laiv-mv.de/Statistik>

Ryc. 10. Podmioty gospodarcze Landkreis Vorpommern-Greifswald



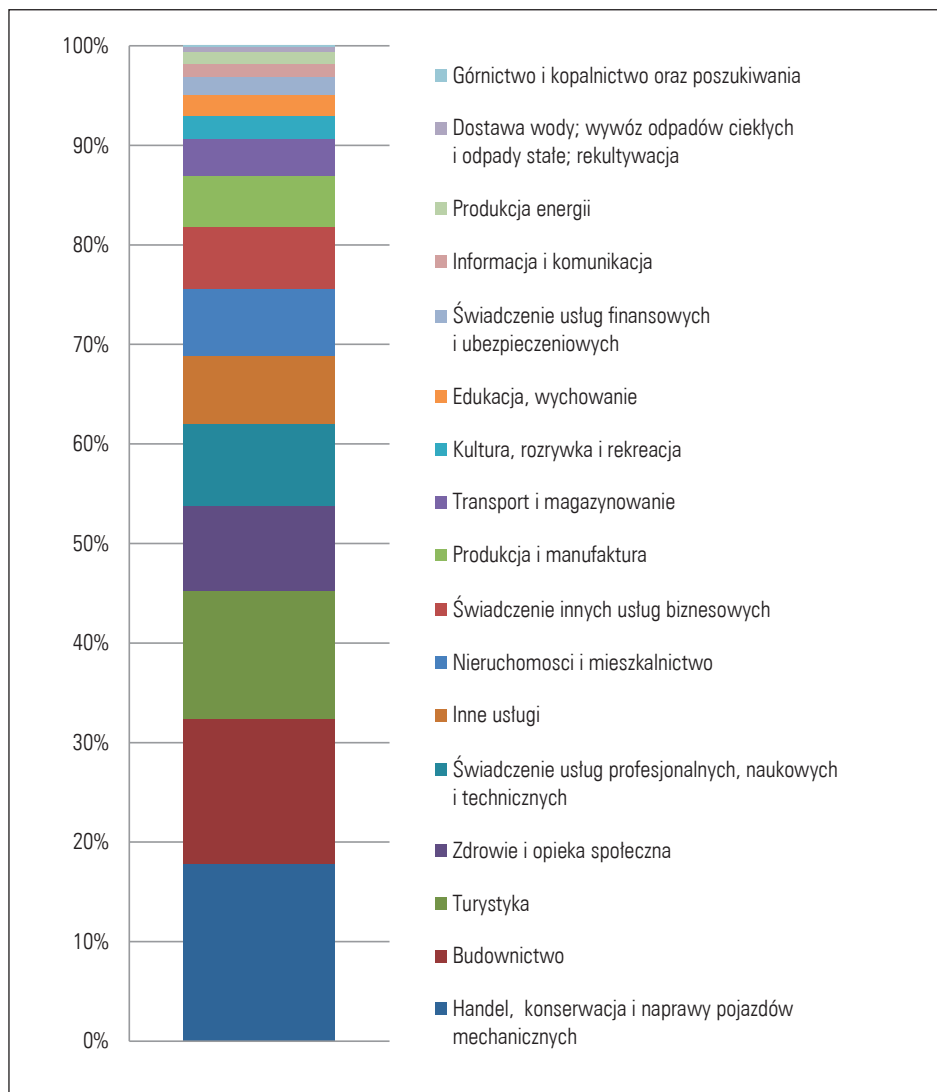
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z: <http://www.laiv-mv.de/Statistik>

że podmioty małe, zatrudniające do 10 osób, stanowią aż 90% wszystkich podmiotów gospodarczych. Przedsiębiorstwa o liczbie zatrudnionych pomiędzy 10 a 49 osób stanowiły w 2013 r. 7,8%, z kolei podmioty większe 2,2% (ryc. 10).

Analizując strukturę zatrudnienia w Vorpommern-Greifswald wg sekcji gospodarczych (ryc. 11), zaobserwować można duży łączny udział w niej sekcji sektora usług – około 70%. Głównie chodzi tu o działalność handlową, turystykę, zdrowie, opiekę społeczną oraz nieruchomości. Sekcja budownictwa uzyskała 18% udziału, pozostałe, w tym rolnictwo oraz nie mają już większego udziału. Należy jednak nadmienić, że rolnictwo w Mecklenburg-Vorpommern jest wysokotowarowe i wielkopowierzchniowe.

Struktura podmiotów prywatnych w Szczecinie i podregionie szczecińskim (21 sekcji PKD w 2007 wg GUS) w 2013 w odniesieniu do ukazanej wyżej struktury podmiotów gospodarczych dla Meklemburgii jest podobna. Handel, konserwacja i naprawa pojazdów zajęły w obu porównywanych jednostkach administracyjnych 24%, budownictwo, odpowiednio 12% i 15%. Mniejszy udział miała sekcja związana z turystyką, za to większy – sekcja związana z przetwórstwem przemysłowym, szczególnie w Szczecinie – 11% (6% w podregionie szczecińskim). W podregionie większy udział miała sekcja związana z zakwaterowaniem i gastronomią – w Szczecinie 3%, w podregionie szczecińskim 7%. Podsumowując, podmioty gospodarcze pod względem struktury wielkościowej oraz rodzajowej (sekcji) graniczących ze sobą części Polski i Niemiec badanych w artykule charakteryzuje podobieństwo. Wynika to z podobnego znaczenia regionów dla gospodarek obu państw, peryferyjności, warunków przyrodniczych, walorów turystycznych, bazy surowcowej i gęstości zaludnienia.

Ryc. 11. Przedsiębiorstwa prywatne (spółki) wg sekcji gospodarczych w 2013 r. w Vorpommern-Greifswald



Źródło: opracowanie własne na podstawie BDL GUS

Motywy osiedlania się Polaków w obszarze funkcjonalnym miasta Szczecin po niemieckiej stronie granicy

W tej części artykułu zastosowano odmienną metodę badawczą niż w opracowanej wyżej części charakteryzującej badany obszar pod względem demograficznym i gospodarczym (w zarysie). Dane statystyczne, które zebrano wg możliwości ich agregacji do jednostek administracyjnych w swojej warstwie informacyjnej, nakreśliły tło odbywającego się procesu osiedlania ludności polskiej na terenach niemieckich przy granicy ze

Szczecinem. Ich analiza po części dostarczyła informacji o uwarunkowaniach demograficznych (potencjał demograficzny) i gospodarczych tego procesu. Poznanie indywidualnych motywów osiedlania się ludności polskiej na terenach przygranicznych wymagało zastosowania metod surveyowych. Ze względu na ograniczone możliwości dostępu do osób uczestniczących w procesie osiedlania się, zdecydowano się na wykorzystanie informacji wtórnych, studiów przypadków. Informacje wtórne pochodzą z internetowych wersji gazet ukazujących się w różnych latach (2007–2012; „Deutsche Welle”, „Gazeta Wyborcza”) w okresie największego zainteresowania prasy opisywanymi zjawiskami. Informacje prasowe zawierały nieusystematyzowane wywiady, jednak wraz kontekstem opisywanym w tekstach artykułów prasowych w łatwy sposób zbudować można obraz zbiorowy osób decydujących się zamieszkać po stronie niemieckiej. Dla dopełnienia opisu problemów i zjawisk związanych z osiedlaniem się Polaków po stronie niemieckiej posłużono się cytatami. Podsumowanie kwerendy zawiera tabela 2.

Tab. 2. Wyniki kwerendy prasowej na temat motywów osiedlania się ludności polskiej po stronie niemieckiej obszaru funkcjonalnego miasta Szczecin, generalizacja

Wiek osób	30–40 lat
Pochodzenie (miejsce)	Szczecin (głównie), powroty z innych landów
Liczba osób w rodzinie	3–4
Status rodzinny	Małżeństwa
Zawód	Różne zawody i profesje – wolne zawody
Status materialny badanych osób	Średni stan majątkowy
Motywy	Zakup nieruchomości, niższe koszty życia, oddalenie od wielkiego miasta, edukacja dzieci (rozwiniecie w tab. 3)
Zadowolenie	Zadowolenie z podjętej decyzji 5 (skala 1–5)
Opis	Aktywne uczestnictwo w życiu społeczności lokalnej
Nabyta nieruchomość	Duże domy i mieszkania często z ziemią (100 i więcej m ²)
Cena nieruchomości	Ceny dużo atrakcyjniejsze niż w Polsce, niższe od cen szczecińskich 50–60%
Rok badania	Czas największego zainteresowania mediów 2007–2012
Miejscowość	Miejscowości w odległości 20 min od Szczecina
Język – znajomość	Słaba znajomość języka niemieckiego, przy ogólnym braku fobii językowej

Źródło: opracowanie własne

W wyniku analizy tekstów (dostępnych w internecie) natrafiono na 20 przypadków wywiadów lub opisów sytuacji danych osób, w tym łącznie 26 osób (z 6 parami). Generalizując, większość osób była między 30 a 40 rokiem życia. Przeważały osoby żyjące w rodzinie (małżeństwa i pary wg deklaracji), były także osoby deklarujące się jako single. Osoby te reprezentowały różne profesje i zawody, jednak dało się zauważyć, że były to osoby ze średnim i wysokim statusem materialnym. Osoby udzielające wywiadów pracowały głównie w Szczecinie, w czterech przypadkach prowadziły działalność gospodarczą na terenie Niemiec. Na szczególną uwagę zasługuje fakt zakupu przez osoby dużych nieruchomości w dużo atrakcyjniejszych cenach niż w Szczecinie i w otaczających gminach miejskich oraz miastach. Nieruchomości po stronie niemieckiej często są wielokrotnie tańsze niż

w Szczecinie. Cena domu jest porównywalna z małym mieszkaniem w śródmieściu Szczecina. Do tego domy mają często ceniony wśród Polaków charakter wiejski dzięki położeniu i dodatkowemu zapleczu w postaci budynków gospodarczych, ogrodów i sadów. Przykładowo dom w Grambow o powierzchni 260 m² nabyć można w cenie 133 tys. zł (2016). Często nabywane są domy do remontu, dla Niemców posiadające małą wartość ze względu na duże koszty prac remontowo-budowlanych. Osoby, z którymi dziennikarze przeprowadzali rozmowy, podkreślały bliskość Szczecina jako warunek podjęcia decyzji o przeprowadzce. Wśród powodów wymieniane byłyby także możliwości uzyskania wsparcia socjalnego ze strony władz lokalnych i landu. Podstawową pomocą dla rodzin z dziećmi jest *kindergeld*, świadczenie w wysokości 185 euro dla dzieci chodzących do szkoły w Niemczech. Wśród innych świadczeń wymienić można *wohnungsgeld* – wsparcie dla osób, dla których koszt wynajmu lub utrzymania mieszkania albo domu jest relatywnie wysoki. Osoby udzielające wywiadów, szczególnie rodzice, podkreślali szansę na edukację dzieci w niemieckich szkołach i możliwość nauki języka niemieckiego, która to w Polsce jest kosztowna. Osoby pytane przez dziennikarzy niemal w każdym z artykułów o zadowolenie z podjętej decyzji wypowiadały się w sposób sugerujący, iż są z niej zadowolone.

Na podstawie analizy zawartości artykułów prasowych, własnych obserwacji oraz dokumentu *Znikająca granica* (Łada, Segeš Frelak, 2012), w którym prezentowano wyniki badań ankietowych przeprowadzonych na podobnym obszarze, wytypowano najistotniejsze motywy oraz bariery osiedlania się po stronie niemieckiej. Proces osiedlania się będzie więc wypadkową pewnego układu sił czynników wypychających – *push* – i przyciągających – *pull*. Do pełni obrazu potrzebne byłyby też badania ludności po stronie polskiej, służące odpowiedzi na pytanie, na ile silna jest jeszcze bariera mentalna, która powoduje powstrzymanie się przed migracją na stronę niemiecką (Wiśniewska, 2013). Aspektem wartym zbadania jest też konkurencja na rynku nieruchomości w nieco odleglejszych od Szczecina miejscowościach po stronie polskiej. Bariera językowa dla osób obecnych w wywiadach prasowych wydaje się, mimo deklarowanego braku znajomości języka niemieckiego, nie mieć dużego znaczenia. Obecnie w wielu urzędach niemieckich pracują osoby znające język polski, gotowe pomóc w kwestiach formalnych.

Jedną z barier stojących na przeszkodzie osiedlania się ludności polskiej po stronie niemieckiej jest nieuzasadniony strach przed ruchami neonazistowskimi. Dzieje się tak mimo tego, że dotychczasowe incydenty, np. w miejscowości Löcknitz, miały bardzo znikome konsekwencje dla mieszkańców; zainteresowały się nimi w dużym stopniu media w Polsce. Ponadto mieszkanie w Niemczech nie jest dla każdego, działa tu filtrowanie przestrzenne. Obszary te będą chętniej wybierały osoby odważne, otwarte, zaradne i przedsiębiorcze, zwłaszcza że znalezienie dobrze płatnej pracy na omawianych terenach przygranicznych jest trudne ze względu na wysoką stopę bezrobocia. Praca w handlu i turystyce oraz usługach nie jest dobrze płatna. Stąd zdecydowana większość osób dojeżdża do pracy do Szczecina i okolic. Bliskość Szczecina to także dostęp do dóbr kultury, wydarzeń kulturalnych i sportowych oraz obiektów infrastruktury społecznej, które rozwijają się w tym mieście dzięki środkom z Unii Europejskiej oraz inicjatywie władz i mieszkańców. Oferta kulturalna i handlowa Szczecina jest atrakcyjna także dla Niemców.

Wśród argumentów za osiedlaniem się po stronie niemieckiej jest też możliwość życia dwusystemowego, co oznacza korzystanie z praw obywatela Niemiec, np. do emerytury i świadczeń socjalnych, a konsumpcję i życie w Polsce. Wśród wymienianych korzyści z zamieszkania po stronie niemieckiej bardzo ważne są walory środowiska naturalnego

Tab. 3. Motywy – argumenty za oraz przeciw osiedlaniu się w niemieckiej strefie przygranicznej będącej w zasięgu oddziaływania miasta Szczecin

Argumenty za osiedlaniem się w MOF Szczecina po stronie niemieckiej	Bariery i trudności w osiedlaniu się w MOF po stronie niemieckiej
<ul style="list-style-type: none"> – Atrakcyjne tereny wiejskie i rekreacyjne – Świadczenia socjalne (<i>kindergeld</i>) i pomoc komunalna (<i>wohngeld</i>) – Infrastruktura społeczna – przedszkola, szkoły dwujęzyczne – Lepsza infrastruktura transportowa – Bezpośrednia bliskość dużego miasta – Szczecina i Berlina – Reemigracja z Niemiec Zachodnich bez utraty obywatelstwa i korzyści z bliskości Polski – Pomoc i postawa władz lokalnych – W większości brak problemów z integracją i stereotypami – normalność – Korzyści z życia w dwóch systemach gospodarczych: zakupy, handel, edukacja dzieci – Usługi finansowe i in. dla Polaków – Praca zdalna. Moda na życie z dala od miasta i korporacji 	<ul style="list-style-type: none"> – Bariera językowa – Duże bezrobocie – Najbiedniejsza część Niemiec – Zły odbiór u osób bezrobotnych i biedniejszych – Polacy stanowią konkurencję na rynku pracy – Większe wymagania dotyczące organizacji własnego życia w innym otoczeniu – Tłące się ruchy neonazistowskie

Źródło: opracowanie na podstawie: Łada, Segeš Frelak (2012) oraz własnych badań

i krajobraz wschodniej Meklemburgii, podkreślane są też cisza, spokój oraz sielskość tych terenów. Korzyści z osiedlania się Polaków uzyskują nie tylko oni sami, lecz także lokalne społeczności gmin niemieckich. Polacy wnoszą w te obszary pewien rodzaj dynamizmu, bardzo potrzebny w często opustoszałych i sennych miejscowościach Meklemburgii.

Korzyści nie ograniczają się tylko do tych kwestii, ale także mają wymiar materialny. Polacy kupują w niemieckich sklepach oraz zakładają w Niemczech własną działalność gospodarczą, w żaden sposób nie konkurują na lokalnym niemieckim rynku pracy. Spotkać można takie opinie: „Niemniej dla przybyszów z Polski oznaczają one istotną poprawę jakości życia. Korzystają także na tym niemieccy mieszkańcy. Obecność polskich lokatorów zapobiega bowiem rozbiórce zamieszkanym nierzadko tylko w połowie domów. Korzystają na tym miejscowe sklepy i sieci handlowe, w których zakupów dokonują również mieszkańcy polscy. W samym Löcknitz na 3 200 mieszkańców około 220 stanowią obywatele polscy, na obszarze administracyjnym Löcknitz-Penkun jest ich ponad 500” (Stankiewicz, 2008). Według innego źródła w Löcknitz na ogółem 800 mieszkań 110 zamieszkanym jest przez Polaków (Stach, 2013).

Powoli lokalne społeczności coraz przychylniej patrzą na Polaków i pozbywają się stereotypów. „Wszystko zależy od kontaktów. Jeśli ktoś osobiście poznał Polaków, to inaczej o nich myśli, bez stereotypów. Można się spotkać z takimi sytuacjami, że ktoś miejscowy mówi: »A wiesz, jacy są Polacy«. I zaraz dodaje: »Ale akurat ten mój sąsiad Polak, co koło mnie mieszka, jest inny, porządny« (Adamowska, 2013). Polscy mieszkańcy omawianych w artykule obszarów starają się aktywnie uczestniczyć w życiu lokalnych społeczności mimo pewnych różnic kulturowych i religijnych. „Meklemburczyków potrafimy też

zaskoczyć inicjatywą *pro publico bono*. Jak 16 polskich rodzin z Blankensee, które rozpoczęły akcję ratowania XVIII-wiecznego kościołka. Świątynia jest tak silnie zagrzybiona, że służby sanitarne zakazały jej użytkowania. Miejscowi ewangelicy muszą na nabożeństwa jeździć do okolicznych wiosek. Polacy z własnej inicjatywy postanowili zebrać pieniądze na renowację zabytku. Potrzeba 100 tys. euro, ale są dobrej myśli. Zorganizowali charytatywny koncert i pierwszy tysiąc już mają. Do akcji przyłączyły się niemieckie władze samorządowe i kościelne” (Kotomski, 2016).

Studium przypadku miejscowości Löcknitz

Miasteczko Löcknitz oddalone jest od centrum Szczecina o około 30–35 min drogi samochodem, od osiedli położonych bliżej granic miasta o około 20–25 min. Miasteczko liczy obecnie 3 192 mieszkańców, z czego 10% stanowią Polacy. W dwu gminach całego związku gmin Löcknitz i Penkun w 2011 r. mieszkało 936 Polaków (Jędruszczak, 2011). Löcknitz to typowa miejscowość Meklemburgii, mała i nieco senna. Nie ma tam dużej aktywności przemysłowej i gospodarczej. Bliskość Szczecina, atrakcyjne jezioro oraz trasy rowerowe sprawiają, że jest to miejscowość nie tylko zamieszkiwana, lecz także chętnie odwiedzana przez Polaków. Podobnie jak inne miejscowości regionu i to miasteczko dotyka zmniejszanie się liczby ludności. Postępuje ono od wielu lat i było znane również w czasach NRD. Od 2004 r. trend spadkowy odwrócił się, a życie mieszkańców zaczęło się zmieniać. Warto tu zacytować opinię jednego z mieszkańców „Całe miasto było do niedawna jednym wielkim domem spokojnej starości – mówi Krzysztof P. – aż pojawiliśmy się my, Polacy” (Połowniak, Rabenda, Kuehl, 2008). Na rycinie 12 zaprezentowano zmiany liczby ludności miasteczka od 1862 r. Trend spadkowy w 2004 r. odwrócił się i chociaż mieszkańcy dalej migrują do zachodniej części Niemiec, napływ Polaków do miasteczka powstrzymuje wieloletni proces wyludniania.

Miasteczko Löcknitz zasłynęło w Polsce i w Niemczech za sprawą drobnych incydentów o zabarwieniu nacjonalistycznym. W skrzynkach pocztowych mieszkańcy miasteczka mogli znaleźć ulotki o treści „Działki i budynki, prywatne i komunalne, są za bezcen sprzedawane Polakom. To łatwo zarobione pieniądze dla podłych geszefciarzy. A Niemcy stoją w kolejce po mieszkania” (Połowniak, Rabenda, Kuehl, 2008). Innym

Ryc. 12. Liczba ludności miejscowości Löcknitz – zmiana w czasie



Źródło: Wikipedia, <http://sisonline.statistik.m-v.de>

razem uszkodzono kilka samochodów z polską rejestracją. Pojawiały się także antypolskie plakaty przedwyborcze. O te incydenty oskarżani byli członkowie NPD – Narodowo-socjalistycznej Partii Niemiec. Incydenty miały miejsce w 2008 i 2016 r. Związane były z agitacją wyborczą i chuligaństwem. Skala tych incydentów była jednak nikła, a rozgłos niewspółmierny do rangi zdarzenia. Reagują na nie dość stanowczo władze lokalne, sprzyjające Polakom i pomagające im w kwestiach formalnych przy osiedlaniu się. W miasteczku i Szczecinie działa punkt kontaktowo-doradczy Euroregionu Pomerania, partnerami są Związek Komunalny Europaregion Pomerania oraz gmina Szczecin (Urząd Miasta Szczecin). Społeczność lokalna również stanowczo reaguje na poczynania skrajnej prawicy. Podczas ostatnich wyborów samorządowych w 2014 r. partia NPD uzyskała w Löcknitz 13% głosów i 2 miejsca w piętnastoosobowej radzie (Statistisches Amt MV).

Mieszkający w Löcknitz Polacy stanowią grupę mieszkańców przejawiających aktywność na polu kulturalnym i biznesowym. W sklepie prowadzonym przez Polkę Małgorzatę G. zatrudnienie znalazła osoba z Niemiec, Niemcy są też klientami dwóch salonów fryzjerskich, nie jest problem znalezienie polskiego lekarza. W Löcknitz działa np. apteka, która realizuje polskie recepty, a w sklepach, urzędach czy kawiarniach nietrudno o polską obsługę. Na szczególną uwagę zasługuje Europejskie Polsko-Niemieckie Gimnazjum (a także liceum – brak podziału w systemie edukacyjnym w MV, nauka trwa 6 lat) oraz nowo powstałe przedszkole. Gimnazjum obchodzi 20-lecie istnienia. Uczęszczające do niego dzieci uczą się w klasach mieszanych, a część dzieci i młodzieży niemieckiej wybiera naukę języka polskiego. Duża część uczniów jest też dowożona z terenu Polski specjalnymi busami. Są to dzieci głównie z miejscowości Police i ze Szczecina. W 2014 r. było ich 126. Dzieci w szkole siedzą w ławkach w parach: jedno dziecko z Polski, drugie z Niemiec. Corocznie szkołę opuszcza liczna grupa maturzystów zdająca polsko-niemiecką maturę.

Zakończenie i wnioski

Obszar funkcjonalny Szczecina po wejściu Polski do UE rozszerza się nieformalnie na tereny po stronie niemieckiej, co skutkuje m.in. pojawieniem się tam ludności polskiej. Proces ten rozpoczął się niedawno i jego skala jest jeszcze stosunkowo niewielka. Dzięki rozwojowi gospodarczemu obszaru funkcjonalnego i zmniejszającym się barierom proces ma duże szanse nasilać się w przyszłości. Rośnie spójność terytorialna tego obszaru. Regionalne Biuro Gospodarki Przestrzennej dla całego obszaru metropolitalnego Szczecina opracowało koncepcję TRMSZ – Transgranicznego Obszaru Metropolitalnego. Dzięki jej założeniom, czyli inwestycjom infrastrukturalnym, wzrosnąć ma spójność tych obszarów.

Obszary przygraniczne po stronie niemieckiej charakteryzuje szereg problemów, do których należą depopulacja, niski przyrost naturalny (starzenie się społeczeństwa) i relatywnie gorsza sytuacja ekonomiczna (marginalizacja). Sytuacja jest tam gorsza w odniesieniu do Meklemburgii i Brandenburgii oraz całych Niemiec Zachodnich. Po stronie polskiej obserwowany jest relatywnie dynamiczny wzrost gospodarczy, a stosunkowo jeszcze lepsza sytuacja ludnościowa świadczy o stale zwiększającym się potencjale demograficznym. Ciągłe jakość życia i dochody są jednak niższe niż po stronie niemieckiej. W obserwowanym procesie i na badanym obszarze dochodzi do zjawiska „filtrowania przestrzennego”. Polacy decydujący się zamieszkać po stronie niemieckiej to ludzie przedsiębiorczy, młodzi, wykształceni i pełni energii. Odznaczają się oni otwartością i chęcią uczestnictwa w lokalnym życiu społecznym. Wykazują zdolność do pokonywania barier,

można nazwać ich „pionierami”. Dla władz gmin i powiatów wschodnich Niemiec ludność pochodzenia polskiego stanowi szansę na pobudzenie lub zatrzymanie depopulacji, oraz marginalizacji a także stwarza możliwość pobudzenia lokalnej gospodarki.

Przykładem relacji polsko-niemieckich jest miasteczko Löcknitz, gdzie dochodzi do ścierania się polskiej i niemieckiej mentalności, jednak proces ten przebiega łagodnie. Istniejące niegdyś stereotypy i uprzedzenia dotyczące Niemców i Polaków znikają, a codzienne życie obok siebie dwóch nacji normalnieje. Normalność nie oznacza jednak braku problemów i korzyści dla obu stron. Życie Polaków po stronie niemieckiej to ciągle jeszcze silne więzi z Polską i Szczecinem. Miasto Szczecin powoli odzyskuje część dawnego zasięgu oddziaływania i pomimo że nie należy do czołówki polskich miast, siła nabywczą mieszkańców i ludności na pograniczu wzrasta, a wraz z różnicami w cenach, pojawiają się korzyści hybrydowego (dwusystemowego) sposobu życia.

Literatura

References

- Adamowska, M. (2013; 2016, 22 października). *Blankensee i Stolec – dwie wsie obok siebie. Jak UE zmieniła ich życie?* Pozyskano z: <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/start>
<http://www.laiv-mv.de/Statistik/>
- Jędruszczak P. (2016, 25 października). *Löcknitz nadal czeka na Polaków*. Pozyskano z: <http://www.rp.pl/artykul/708424-Locknitz-nadal-czeka-na-Polakow.html#ap-1>
- Kotomski, R. (2016, 23 października). *Polski desant na Niemcy*. Pozyskano z: <http://www.uwazamrze.pl/artykul/969315/polski-desant-na-niemcy/3>
- Łada, A. Segeš Frelak, J. (red.). (2012). *Znikająca granica. Nowa polska migracja do Niemiec – perspektywa lokalna*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- Połowniak, J., Rabenda M., Kuehl, A. (2008; 2016, 23 października). *Za mało dziewczyn, za dużo Polaków*. Pozyskano z: <http://wyborcza.pl/1,87648,4883031.html>
- Stach, A. (2013; 2016, 22 października). *Polsko-niemiecki „go west”*. *Deutsche Welle*. Pozyskano z: <http://www.dw.com/pl/polsko-niemiecki-go-west/a-5832573>
- Stankiewicz, S. (2008; 2016, 10 października). *Co Polaków przyciąga do niemieckiego Loecknitz*. Pozyskano z: <http://szczecin.wyborcza.pl/szczecin/1,34939,5481619>
- Statistische Jahrbücher Mecklenburg-Vorpommern 2016*. Pozyskano z: <http://www.laiv-mv.de/static/LAIV/Statistik/Dateien/Publikationen/Statistisches%20Jahrbuch/Z011%202016%2000.pdf>
- Stein, M., Henz, S., Friedrich, B. (2016.20.10). *Bez Polaka w kasie pustki*. Pozyskano z: <http://reportage.mdr.de/polak#656>
- Śleszyński, P. (2013). *Delimitacja Miejskich Obszarów Funkcjonalnych stolic województw. Przegląd Geograficzny*. Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania. Warszawa.
- Urząd Miasta Szczecin. (2016, 7 listopada). *Współpraca transgraniczna miasta Szczecin*. Pozyskano z: http://www.szczecin.pl/chapter_59239.asp
- Wiśniewska, M. (2016; 2016, 22 października). *Migracja: z Gumieniec do Niemiec?*. Pozyskano z: <http://www.gumience24.pl/print.php?news.442>

Jacek Rudewicz, dr inż., Uniwersytet Szczeciński, Wydział Nauk o Ziemi. Jest adiunktem w Katedrze Badań Miast i Regionów. Ukończył kierunek geografia ze specjalnością geografia społeczno-ekonomiczna, kierunek zarządzanie i marketing oraz ekonomia. Obronił doktorat pt. *Rozwój zrównoważony wielkich miast w Polsce*. W pracy naukowej zajmuje się studiami miejskimi, rozwojem zrównoważonym, rozwojem regionalnym, teorią systemów i ekonomicznymi aspektami turystyki.

Jacek Rudewicz, PhD, Eng., University of Szczecin, Faculty of Geosciences. He has graduated from geography with a specialisation in socioeconomic geography, also holds a degree in management and marketing and economics. He is an assistant professor in the Regional and Urban Studies Unit. He defended PhD thesis entitled *Sustainable development of the Polish major cities*. His research interests focus on urban studies, sustainable development, regional development, systems theory and economic aspects of tourism.

Adres/Address:

Uniwersytet Szczeciński
Katedra Badań Miast i Regionów
ul. Adama Mickiewicza 18
70-383 Szczecin, Polska
e-mail: rudewicz@univ.szczecin.pl

RAFAŁ BIELECKI

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

Analiza realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”

Analysis of the Implementation of the Local Development Strategy of Miechów Communes Association “Jaksa”

Streszczenie: W 2006 r. z inicjatywy sześciu gmin powiatu miechowskiego powstało Miechowskie Stowarzyszenie Gmin „Jaksa”, które skupia przedstawicieli trzech sektorów: społecznego, gospodarczego i publicznego. Obecnie tworzą je: 96 członków (osoby fizyczne) i 7 samorządów gminnych, starostwo powiatowe w Miechowie oraz trzy organizacje pozarządowe. Działalność skupia się przede wszystkim na rozwoju obszarów wiejskich. W ramach działalności statutowej stowarzyszenia została opracowana Lokalna Strategia Rozwoju (LSR). W latach 2009–2015 Lokalna Grupa Działania (LGD) przy Miechowskim Stowarzyszeniu Gmin „Jaksa” realizowała projekty zawarte w priorytetach Lokalnej Strategii Rozwoju, mianowicie: „Wartość dodana do życia na wsi”, czyli wzrost poziomu i jakości życia, a także aktywizacja i integracja mieszkańców oraz „Poprawa atrakcyjności turystycznej i promocja produktu lokalnego”, w tym rozwój turystyki, zachowanie lokalnego dziedzictwa kulturowego i historycznego. To główne kierunki działań Stowarzyszenia powołanego po to, aby w oparciu o środki unijne zaktywizować społeczność lokalną do budowania infrastruktury i wspólnego działania na rzecz rozwoju obszaru. W latach 2007–2015 na realizację zadań na terenie powiatu miechowskiego przeznaczono ok. 7,5 mln zł. Były to zadania, takie jak: „Małe projekty”, „Odnowa i rozwój wsi”, „Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw” i „Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej”.

Celem artykułu jest:

- określenie efektów działań i operacji realizowanych w ramach poszczególnych przedsięwzięć zgodnych z Lokalną Strategią Rozwoju,
- analiza liczby projektów realizowanych w ramach każdego z przedsięwzięć wraz z oceną, które są najlepiej oraz najgorzej realizowane,
- przedstawienie struktury grup beneficjentów wnioskujących o wsparcie.

Abstract: In 2006, upon the initiative of six municipalities of the Miechow district, Miechow Association of Municipalities “Jaksa” was founded. It brings together representatives of three sectors: social, economic and public life sector. It has currently 96 members (individuals) and seven local governments, county authorities in Miechow, and three non-governmental organizations. Its main activity focuses on rural development. As part of statutory activities, the association developed Local Development Strategy. In the years 2009–2015, Miechow Association of Municipalities “Jaksa” Local Action Group implemented projects which included the priorities of the Local Development Strategy, namely: “Added Value” to rural life – that is, an increase of the level and quality of life, as well as the activation and integration of citizens, and “Improvement of tourist attractiveness and promotion of local products” which includes

development of tourism and preservation of the local cultural and historical heritage. These are the main ways of the Association, established on the basis of EU funds, in order to activate local community to build infrastructure and join actions for the development of local area. In the years 2007–2015, for the implementation of tasks in the Miechow district, about 7.5 million PLN has been allocated. Tasks carried out in the framework of the program included: diversification, creation and development of micro-enterprises, “Village renewal” and “Small Projects”.

The purposes of this article are:

- identification of effects of actions and operations carried out within the framework of individual projects consistent with the Local Development Strategy,
- analysis of the number of projects under each of ventures together with an evaluation of which projects are the best and the worst implemented,
- presentation of the structure of beneficiary groups that request support.

Słowa kluczowe: analiza ilościowa; analiza jakościowa; beneficjent; rozwój lokalny

Keywords: beneficiary; local development, quantitative analysis; qualitative analysis

Otrzymano: 10 grudnia 2016

Received: 10 December 2016

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Bielecki, R. (2017). Analiza realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 106–116. DOI: 10.24917/20833296.13.8

Wstęp

Przystąpienie Polski do Unii Europejskiej umożliwiło jednostkom samorządu terytorialnego uzyskiwanie funduszy wspierających rozwój społeczno-gospodarczy i zwiększanie ich konkurencyjności. Środki unijne w Polsce, zarówno przedakcesyjne, jak i otrzymane w ramach członkostwa Polski w Unii – wydatkowane w latach 2004–2006 oraz 2007–2013 – stanowiły i zapewne będą stanowić w kilku najbliższych latach ważny czynnik rozwoju społeczno-ekonomicznego kraju w skali regionalnej i lokalnej (Weiss, 2004; Jarecki, Krawiec, 2007; Gos, Wąsowicz, 2008; Klamut, 2008).

Fundusze strukturalne wspierają restrukturyzację i modernizację gospodarek krajów UE. Są kierowane do tych sektorów gospodarki i regionów, które bez pomocy finansowej nie są w stanie dorównać do średniego poziomu ekonomicznego w Unii (Czempas, 2009). Dzięki funduszom strukturalnym oraz Funduszowi Spójności realizowane są m.in. projekty mające na celu podniesienie kwalifikacji i aktywności gospodarczej mieszkańców, pomoc przedsiębiorstwom w zakresie tworzenia ich koncepcji rozwojowych i finansowania innowacyjnych technologii oraz tworzenia właściwej infrastruktury technicznej zwiększającej potencjał inwestycyjny poszczególnych regionów (Filip, 2005).

Szczególne miejsce w pozyskiwaniu środków dla samorządów zajmuje Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego. Obejmuje on cztery priorytety:

- rozbudowę i modernizację infrastruktury służącej wzmocnieniu konkurencyjności regionów,
- wzmocnianie rozwoju zasobów ludzkich w regionach,
- rozwój lokalny,

- pomoc techniczną (*Zintegrowany Program...*, 2003).
Celem artykułu jest:
- określenie efektów działań i operacji realizowanych w ramach poszczególnych przedsięwzięć zgodnych z Lokalną Strategią Rozwoju,
- analiza liczby projektów realizowanych w ramach każdego z przedsięwzięć wraz z oceną, które są najlepiej oraz najgorzej realizowane,
- przedstawienie struktury grup beneficjentów wnioskujących o wsparcie.

Metody badawcze i obszar geograficzny badań

Powiat miechowski usytuowany jest w północno-zachodniej części województwa małopolskiego. Stolicą powiatu jest miasto Miechów, które leży w odległości 40 km na północ od Krakowa, siedziby władz wojewódzkich. Powiat miechowski jest jednym z 19 powiatów ziemskich województwa małopolskiego.

Jednostkę samorządową tworzy 7 gmin: miejsko-wiejska (Miechów) i 6 wiejskich (Charsznica, Gołcza, Kozłów, Książ Wielki, Raclawice, Słaboszów). W skład powiatu wchodzi 150 miejscowości. Powierzchnia ogólna powiatu wynosi 676,73 km².

Terytorium powiatu miechowskiego zamieszkuje ponad 50 tys. osób. Średnia gęstość zaludnienia wynosi ok. 75 osób/km².

Na podstawie działań podjętych przez Miechowskie Stowarzyszenie Gmin „Jaksa” w latach 2009–2015 wykonano analizę i ocenę wpływu funduszy unijnych na lokalny rozwój powiatu miechowskiego. W ten sposób powstał obraz efektów realizacji zarówno ilościowego, jak i jakościowego procesu wdrażania strategii w życie. W przypadku podsumowania ilościowego przedstawiono podstawowe dane ilościowe dotyczące działalności Stowarzyszenia w latach 2009–2015: liczby oraz wartości złożonych wniosków o dofinansowanie w ramach prowadzonych naborów oraz analizę tych danych z uwzględnieniem rodzaju beneficjentów, którzy złożyli wnioski o dofinansowanie. Analiza zawiera szczegółowe dane dotyczące: liczby złożonych wniosków, wartości złożonych wniosków, liczby beneficjentów, którzy składali wnioski. Dla przejrzystości i obiektywności analizy zaprezentowanych danych podano je zarówno w liczbach bezwzględnych, jak i w odniesieniu do gmin wchodzących w skład powiatu miechowskiego.

Metody badawcze zastosowane w przedmiotowej ewaluacji obejmowały:

- analizę założeń Lokalnej Strategii Rozwoju Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa” – celów, przedsięwzięć i struktury budżetu w celu oceny stopnia ich realizacji,
- analizę statystyczną dotyczącą realizacji budżetu LSR,
- ankiety audytoryjne wśród mieszkańców i członków LGD.

Założenia Lokalnej Strategii Rozwoju

Poniżej przedstawiono analizę stanu wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju w podziale na cztery działania wdrażane w ramach podejścia Leader.

1. Na działanie „Małe projekty” przeznaczono 50,38% kwoty z całego budżetu LSR. W ramach przeprowadzonych naborów wpłynęło łącznie 400 wniosków. Spośród nich LGD wybrała i rekomendowała 246 projektów. Wartość zakończonych i rozliczonych projektów w stosunku do limitu środków dla działania „Małe projekty” wyniosła 96,83%.

2. Na działanie „Odnowa i rozwój wsi” przeznaczono kwotę ok. 31,20% całkowitego budżetu LSR. W ramach przeprowadzonych naborów do biura Lokalnej Grupy Działania wpłynęły łącznie 23 wnioski. Wartość zakończonych i rozliczonych projektów w stosunku do limitu środków dla działania „Odnowa i rozwój wsi” wyniosła 92,74%.
3. Na działanie „Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw” przeznaczono 7,46% całkowitego budżetu LSR. W ramach przeprowadzonych naborów wpłynęło łącznie 10 wniosków. Spośród 8 wybranych do rekomendacji projektów wyłoniono 3, na które zawarto umowy o przyznanie pomocy. Wartość zakończonych i rozliczonych projektów w stosunku do limitu środków dla działania wyniosła 53,77%.
4. Na działanie „Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej” przeznaczono 10,98% całkowitego budżetu LSR. W ramach przeprowadzonych naborów wpłynęły łącznie 22 wnioski. Spośród 14 wybranych do rekomendacji projektów wskazano 6, na które zawarto umowy o przyznanie pomocy. Wartość zakończonych i rozliczonych projektów w stosunku do limitu środków dla działania wyniosła 83,10%. Budżet przeznaczony na całość zadań wykorzystano w 90,84%.

Beneficjenci Lokalnej Strategii Rozwoju Stowarzyszenia „Jaksa”

Wśród wszystkich wnioskodawców (tab. 1), mogących ubiegać się o wsparcie finansowe w ramach wdrażania lokalnych strategii rozwoju, można wymienić następujące grupy:

- jednostki samorządu terytorialnego – gminy,
- jednostki organizacyjne jednostek samorządu terytorialnego,
- kościoły i związki wyznaniowe,
- organizacje pozarządowe,
- podmioty prowadzące działalność gospodarczą,
- osoby fizyczne.

Tab. 1. Beneficjenci Lokalnej Strategii Rozwoju

Grupy beneficjentów	Liczba zrealizowanych projektów
JTS gminy i starostwo powiatowe	55
Jednostki organizacyjne JST (GOK, MDK biblioteki)	9
Kościoły i związki wyznaniowe	6
Organizacje pozarządowe	56
Podmioty prowadzące działalność gospodarczą	28
Osoby fizyczne w tym rolnicy	7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych od Lokalnej Grupy Działania Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”

Najsukuteczniejszą grupą wnioskodawców w otrzymaniu pomocy pod względem liczby złożonych wniosków w latach 2009–2015 (tab. 1) były organizacje pozarządowe (OSP, KGW, UKS i inne), które wspólnie złożyły 34,79% wszystkich wniosków. Jednostki samorządu terytorialnego (gminy, powiat) łącznie złożyły 34,17% wszystkich wniosków. Na trzecim miejscu spośród analizowanych grup beneficjentów znaleźli się przedsiębiorcy, którzy złożyli 17,4% wniosków. Kolejne miejsca zajęły odpowiednio: samorządowe jednostki organizacyjne – 5,59%, osoby fizyczne (w tym rolnicy) – 4,35% oraz parafie – 3,75%.

Podsumowując, pod względem liczby wniosków należy wskazać dużą aktywność sektora społecznego, zwłaszcza organizacji pozarządowych, które złożyły więcej wniosków niż jednostki samorządu terytorialnego. Również na uwagę zasługuje znaczny udział projektów sektora gospodarczego.

Realizacja Lokalnej Strategii Rozwoju

Lokalna Strategia Rozwoju obszaru Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa” LGD na lata 2009–2015 zakładała realizację dwóch celów głównych oraz pięciu celów szczegółowych.

W ramach celu głównego: „Wartość dodana do życia na wsi” zrealizowano trzy cele szczegółowe:

1. „Poprawa infrastruktury społecznej na terenie powiatu miechowskiego”

Realizowano projekty dotyczące:

- odnowy centrów wsi na terenie powiatu miechowskiego,
- budowy albo modernizacji obiektów sportowych lub rekreacyjnych,
- remontów świetlic wiejskich i obiektów pełniących ich funkcje.

Tab. 2. Realizacja celu Lokalnej Strategii Rozwoju: „Poprawa infrastruktury społecznej na terenie powiatu miechowskiego”

Wskaźnik produktu	Założony poziom wskaźnika produktu	Osiągnięty poziom wskaźnika produktu	Realizacja wskaźnika
Liczba odnowionych centrów wsi na terenie powiatu miechowskiego	4	7	175%
Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów sportowych	7	26	371%
Liczba wyremontowanych świetlic wiejskich i obiektów pełniących ich funkcje	10	33	330%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych od Lokalnej Grupy Działania Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”

Łącznie zrealizowano 66 projektów (tab. 2), które dotyczyły remontów i modernizacji istniejących świetlic wiejskich i pomieszczeń pełniących ich funkcje. Oprócz robót typowo budowlanych, jak wymiana stolarki okiennej i drzwiowej, docieplenia obiektów i wymiana posadzek, wiele działań poświęcono na wyposażenie pomieszczeń świetlicowych w nowe stoliki czy krzesła oraz dokupienie świetlicom sprzętu rekreacyjnego (do tenisa stołowego, bilardu czy gier świetlicowych). Zakupiono również sprzęt do zapleczy kuchennych, aby świetlice miały bardziej funkcjonalny charakter dla miejscowej społeczności.

2. „Dbłość o środowisko. Rozwój przedsiębiorczości, rolnictwa ekologicznego oraz zastosowania alternatywnych źródeł energii”

Realizowano projekty dotyczące:

- organizacji edukacyjnych imprez dotyczących ekologii,

- wyposażenia obiektów w instalacje wykorzystujące energię odnawialną do poprawy prowadzenia działalności gospodarczej lub kulturalnej,
- rozwoju działalności gospodarczych.

Tab. 3. Realizacja celu Lokalnej Strategii Rozwoju: „Dbałość o środowisko. Rozwój przedsiębiorczości, rolnictwa ekologicznego oraz zastosowania alternatywnych źródeł energii”

Wskaźnik produktu	Założony poziom wskaźnika produktu	Osiągnięty poziom wskaźnika produktu	Realizacja wskaźnika
Liczba zorganizowanych imprez o charakterze edukacyjnym dotyczącym ekologii	4	1	25,0%
Liczba obiektów wykorzystujących energię odnawialną do poprawy prowadzenia działalności gospodarczej	40	23	57,5%
Liczba rozwijających się lub nowych działalności gospodarczych	6	9	150,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych od Lokalnej Grupy Działania Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”

W ramach realizacji projektów przeprowadzono działania dotyczące zastosowania odnawialnych źródeł energii do poprawy warunków działalności gospodarczej i kulturalnej przez zamianę dotychczasowych konwencjonalnych źródeł ogrzewania i zasilania energią elektryczną oraz promocję szeroko pojmowanej dbałości o ochronę środowiska naturalnego (tab. 3). Chociaż założony na wstępie poziom wskaźnika produktu nie został osiągnięty, to efekt końcowy operacji został przekroczony w znacznym stopniu.

3. „Kultywowanie tradycji, ochrona dziedzictwa i budowanie tożsamości i współpracy na obszarze LGD”

Realizowano projekty dotyczące:

- rozwoju i tworzenia zespołów oraz grup formalnych i nieformalnych wyposażonych w stroje, instrumenty muzyczne,
- działań edukacyjnych, na przykład szkoleń, warsztatów i innych inicjatyw edukacyjnych podnoszących wiedzę i umiejętności mieszkańców.

Tab. 4. Realizacja celu Lokalnej Strategii Rozwoju: „Kultywowanie tradycji, ochrona dziedzictwa i budowanie tożsamości i współpracy na obszarze LGD”

Wskaźnik produktu	Założony poziom wskaźnika produktu	Osiągnięty poziom wskaźnika produktu	Realizacja wskaźnika
Liczba zespołów i grup formalnych i nieformalnych wyposażonych w stroje, instrumenty	6	19	317%
Liczba szkoleń, warsztatów i innych inicjatyw edukacyjnych podnoszących wiedzę i umiejętności	7	39	557%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych od Lokalnej Grupy Działania Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”

W ramach spełnienia tego wskaźnika realizowane były projekty dotyczące rozwoju lub tworzenia grup kultywujących lokalne tradycje albo rozwijających zainteresowania mieszkańców obszaru objętego LSR (tab. 4). Głównie działania nakierowane były na doposażenie istniejących orkiestr dętych oraz zespołów folklorystycznych w stroje, instrumenty muzyczne, aparaturę techniczną. Do tej grupy projektów zaliczano też zakup wyposażenia do kultywowania lokalnych tradycji kulturowych i kulinarnych, a także aktywnego zagospodarowania czasu wolnego mieszkańców wsi. Główną grupą wnioskodawców w tym działaniu były organizacje pozarządowe oraz Gminne Ośrodki Kultury, przy których działają zespoły kultywujące lokalne tradycje. Wartość tego wskaźnika również została znacznie przekroczona z uwagi, iż niektóre projekty nie wymagały dużych kwot dofinansowania – składane były wnioski na miarę możliwości finansowych organizacji. W tej grupie realizowane były również projekty dotyczące wszelkich działań edukacyjnych podnoszących wiedzę mieszkańców, ich umiejętności i rozwój zainteresowań młodzieży i dorosłych.

W ramach celu głównego „Poprawa atrakcyjności turystycznej i promocja atrakcyjności turystycznej oraz produktu lokalnego” zrealizowano dwa cele szczegółowe:

1. „Rozwój infrastruktury turystycznej”

W ramach programu realizowane były projekty dotyczące (tab. 5): budowy małej infrastruktury turystycznej, zagospodarowania miejsc pełniących funkcję turystyczno-rekreacyjną, renowacji zabytków wpisanych do rejestrów, zagospodarowania miejsc pamięci narodowej czy pomników.

Tab. 5. Realizacja celu Lokalnej Strategii Rozwoju: „Rozwój infrastruktury turystycznej”

Wskaźnik produktu	Założony poziom wskaźnika produktu	Osiągnięty poziom wskaźnika produktu	Realizacja wskaźnika
Liczba obiektów dotyczących infrastruktury turystycznej, które uzyskały wsparcie	5	19	380%
Liczba obiektów dotyczących odnowienia zabytków, miejsc pamięci, pomników lub odnowienie przestrzeni wokół nich	5	3	60%
Liczba powstałych muzeum, skansenów, miejsc historycznych	3	0	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych od Lokalnej Grupy Działania Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”

Wskaźnik dotyczący liczby utworzonych obiektów infrastruktury turystycznej został przekroczony w znaczącym stopniu z uwagi na fakt złożenia większej liczby wniosków o podobnym charakterze – głównie przez jednostki samorządów gminnych – na niewielkie kwoty dofinansowania takich projektów. Pozostałe wskaźniki nie osiągnęły w pełni zakładanej wartości liczbowej ze względu otrzymania niewielkiej kwoty dofinansowania na drogie prace renowacyjne dotyczące obiektów zabytkowych.

2. „Rozwój produktu lokalnego”

Drugim celem szczegółowym realizowanym w ramach projektu głównego był rozwój produktu lokalnego (tab. 6). W zakresie realizacji tego wskaźnika mieściły się wszelkie

działania promujące region Ziemi Miechowskiej, jego tradycje i obrzędy, kultywowanie tradycji historycznych oraz wartości kulturowych regionu, wydawanie publikacji promocyjnych o regionie, opracowań o obszarze, filmów promocyjnych, folderów i map turystycznych oraz powstałe portale internetowe lub zakładki tematyczne przy istniejących stronach internetowych.

Tab. 6. Realizacja celu Lokalnej Strategii Rozwoju: „Rozwój produktu lokalnego”

Wskaźnik produktu	Założony poziom wskaźnika produktu	Osiągnięty poziom wskaźnika produktu	Realizacja wskaźnika
Liczba wydarzeń promocyjnych	10	22	220,00%
Liczba wydarzeń o charakterze historycznym w oparciu o dziedzictwo kulturowe	3	6	200,00%
Liczba nowych wydawnictw, portali, opracowań, filmów	5	12	240,00%
Liczba powstałych miejsc informacji turystycznej	3	2	66,67%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych od Lokalnej Grupy Działania Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”

Większość analizowanych wskaźników została znacząco przekroczona z uwagi na zwiększoną aktywność organizacji pozarządowych i samorządów w celu promocji atrakcyjności turystycznej regionu związanej z dziedzictwem historycznym i kulturowym.

Jedynym wskaźnikiem, który nie został w pełni osiągnięty, jest liczba powstałych miejsc informacji turystycznej z uwagi na fakt odrzucenia jednego wniosku o tym charakterze, z przyczyn formalnych.

Wyniki badań ankietowych dotyczących wpływu realizowanej Lokalnej Strategii Rozwoju na jakość życia ludności

Ocenę jakościową oparto o badania ankietowe przeprowadzone wśród 200 mieszkańców powiatu miechowskiego, które zechciały podzielić się swoimi spostrzeżeniami na temat wpływu na ich życie codzienne inicjatyw realizowanych w ich środowisku.

W ankiecie uczestniczyło 58% kobiet i 42% mężczyzn. Najwięcej ankietowanych znalazło się w przedziale wiekowym 31–50 lat (ok. 44%). Blisko 45% ma wykształcenie średnie, najmniej – zaledwie 5% – wykształcenie podstawowe. Najwięcej ankietowanych pochodziło ze terenów wiejskich – 82%. W tym 44% osób jest rolnikami, a 38% pracuje zawodowo.

Ponad 80% badanych zdaje sobie sprawę, iż w pośredni lub bezpośredni sposób korzysta z obiektów lub organizowanych przedsięwzięć współfinansowanych przez środki z Unii Europejskiej. Około 9,5% respondentów nie dostrzega takiej zależności, a 10% badanych nie może wyrazić zdania o takiej zależności. Zdecydowana większość respondentów (72%) uważa, że realizowane projekty współfinansowane z Unii odpowiadają zapotrzebowaniu mieszkańców. Ponad 10%, że projekty nie były potrzebne, a 18% nie ma zdania na ten temat.

Za przydatnością zrealizowanych projektów na obszarze zamieszkania opowiedziało się 85% badanych, 15% było negatywnie nastawionych do przydatności realizowanych projektów.

Na pytanie: „Czy zrealizowane projekty zwiększyły atrakcyjność regionu?” większości respondentów (75,5%) twierdzi, że tak. Około 6,5% twierdziło, że nie miały one wpływu na zwiększenie atrakcyjności miejsca zamieszkania. A tylko 18% badanych nie potrafiło odnieść się do tej kwestii. Zdecydowana większość respondentów (71,5%) uważa, że zrealizowane projekty mają wpływ na urozmaicenie życia codziennego. Około 8,5% nie uważa zmian w jakości życia, natomiast 20% badanych nie potrafiło ocenić tego wpływu.

Na kolejne pytanie: „Czy któryś ze zrealizowanych w Pani/Pana regionie projektów przyczynił się do zmniejszenia różnic względem innych regionów?” zdecydowana większość badanych (62,5%) oceniła, że zrealizowane projekty zacierały różnice pomiędzy gminami regionu, 8,5% nie widzi takiego wpływu, natomiast 29% badanych nie mogło znaleźć porównania. Około 74% uważa, że tempo realizacji wnioskowanych projektów było dość szybkie, 26% ma jednak zastrzeżenia do tempa realizacji projektów. Ponad 85% respondentów wypowiada się, że zakończone projekty są wykorzystywane przez mieszkańców. Jednak 14,5% nie zauważa większego zainteresowania odbiorców tymi realizacjami. Według większości badanych (59,5%) informacja o realizacji projektów jest wystarczająca. Około 19,5% oceniło, że informacje powinny być bardziej dostępne.

Na pytanie: „Czy uważa Pani/Pan, że pieniądze z funduszy unijnych można by wykorzystywać lepiej niż wydając je na realizację projektów” zdania respondentów są bardzo podzielone. Większość, bo 55,62% badanych, uważa, że można było wydać pozyskane dotacje lepiej.

Na zakończenie ankiety poproszono o określenie ogólnego poziomu zadowolenia z faktu zamieszkiwania oraz rozwoju gminy, w której respondenci mieszkają. Zdecydowana większość badanych odczuwa zadowolenie z zamieszkiwania w swoim środowisku: 31,50% odpowiedziało „Zdecydowanie tak”, 38,50% – „Raczej tak”. Łącznie można przyjąć, że 70% badanych jest zadowolonych z rozwoju swojej gminy i z faktu zamieszkiwania na tym terenie. Tylko 6% respondentów nie odczuwa satysfakcji z zamieszkiwania w swojej gminie, a 24% badanych nie potrafiło zająć stanowiska w tej kwestii.

Podsumowanie i wnioski

W 2006 r. z inicjatywy sześciu gmin powiatu miechowskiego powstało Miechowskie Stowarzyszenie Gmin „Jaksa”, którego działalność jest jednym z najważniejszych czynników determinujących rozwój lokalny powiatu miechowskiego. W ramach działalności statutowej Stowarzyszenia została opracowana Lokalna Strategia Rozwoju. W latach 2007–2015 na realizację zadań podejmowanych w ramach takich programów, jak: „Małe projekty”, „Odnowa i rozwój wsi”, „Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw” i „Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej”. przeznaczono ok. 7, 5 mln zł.

Wnioski, jakie nasuwają się po dokonaniu analizy stanu wdrażania LSR na terenie powiatu miechowskiego, to przede wszystkim:

- duże możliwości realizacji projektów przez samorządy oraz duże zainteresowanie samorządów ubieganiem się o środki,

- niski udział wśród liczby składanych wniosków operacji realizowanych przez sektor prywatny związany z trudnościami ubiegania się o środki w ramach działania „Małe projekty”,
- duże ograniczenie dla osób fizycznych w składaniu wniosków,
- brak możliwości aplikowania przez osoby ubezpieczone w KRUS,
- ograniczenia dla przedsiębiorców co do mx.,
- wartość pozyskanego dofinansowania do 50 tys. zł,
- skomplikowany i trudny proces oceny formalnej wniosków w ARiMR – zniechęcający wnioskodawców,
- brak środków ze strony sektora NGO na potrzeby realizacji projektów.
- średni poziom realizacji założonego budżetu LSR na poziomie podpisanych umów, wynoszący 91,00%,
- przekroczenie (w niektórych przypadkach znaczne) poziomu realizacji części wskaźników produktu, rezultatu,
- badanie ankietowe wskazało, że ogólna ocena wdrażania LSR w życie w porównaniu do jej pierwotnych założeń jest dobra – ankietowane osoby oceniły bardzo dobrze i dobrze stopień realizacji założeń strategii i ich realizację.

Analiza wykazała wysoki wpływ na stopień realizacji strategii czynników egzogenicznych, które determinują sam proces wdrażania LSR i oddziałują na efekty wdrażania LSR. Spośród zidentyfikowanych czynników zewnętrznych należy wskazać przede wszystkim takie jak: brak środków finansowych ze strony sektora NGO (finansowanie wkładu własnego, refundacja), zmiana przepisów dotyczących możliwości ubiegania się o dofinansowanie w ramach LGD ze strony podmiotów gospodarczych (małe projekty) czy proces oceny wniosków składanych za pośrednictwem LGD przez ARiMR – które w najwyższym stopniu wpływają na sam proces wdrażania założeń strategii w życie.

Zaprezentowane powyżej wnioski wykorzystano do przeprowadzenia wstępnych rekomendacji dotyczących kształtu nowej Lokalnej Strategii Rozwoju w okresie programowania 2014–2020.

Literatura

References

- Czempas, J. (2009). Środki unijne jako źródło finansowania działalności jednostek samorządu terytorialnego województwa śląskiego (2004–2007). W: L. Patrzalek (red.), *Finanse lokalne. Wybrane zagadnienia*. Poznań: Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu.
- Filip, P. (2005). Audyt wewnętrzny jako narzędzie wspomagające procesy zarządzania w jednostkach sektora finansów publicznych. W: *Sprawozdawczość i rewizja finansowa w procesie poprawy bezpieczeństwa obrotu gospodarczego*. Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
- Gos, M., Wąsowicz, M. (2008). Fundusze unijne jako główne źródło finansowania inwestycji w Polsce. *Zeszyty Naukowe Politechniki Białostockiej, Ekonomia i Zarządzanie*, 12, 355–372.
- Jarecki, R., Krawiec, S. (2007). Stymulowanie rozwoju transportu w polskich regionach przez środki finansowe Unii Europejskiej w nowym okresie programowania 2007–2013. *Transport Miejski i Region*, 9, 22–28.
- Klamut, M. (2008). Konkurencyjność gospodarki regionalnej i lokalnej. W: Z. Strzelecki (red.), *Gospodarka regionalna i lokalna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 47–77.
- Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej (2003). *Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego 2004–2006*, Warszawa.

- Raport z badania ewaluacyjnego. Ewaluacyjna Realizacja Lokalnej Strategii Rozwoju Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”*. Lokalna Grupa Działania. Miechów, wrzesień 2015 r.
- Rowiński, J. (2008). *Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007–2013*, Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy.
- Weiss, E. (2004). Możliwości wsparcia infrastrukturalnych projektów innowacyjnych środkami Unii Europejskiej. W: J. Słodczyk (red.), *Rozwój miast i zarządzanie gospodarką miejską*. Opole: Uniwersytet Opolski, 582–596.

Rafał Bielecki, mgr, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Ekorozwoju i Kształtowania Środowiska Geograficznego. Zainteresowania: rozwój lokalny, hydrologia, ochrona środowiska, turystyka.

Rafał Bielecki, MA, Pedagogical University of Cracow, Institute of Geography, Department of Sustainable Development and Environmental Geography. His research interests include local development, hydrology, environmental protection, tourism.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Wydział Geograficzno-Biologiczny
Instytut Geografii
Zakład Ekorozwoju i Kształtowania Środowiska Geograficznego
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: rafal.bielecki1@op.pl

MICHAŁ ŻEMŁA

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

Przedsiębiorczość w obszarach recepcji turystycznej – wybrane problemy

Entrepreneurship in Tourism Destinations – Selected Issues

Streszczenie: Obszary recepcji turystycznej są miejscem występowania większości pozytywnych i negatywnych skutków rozwoju turystyki. Najczęściej branża turystyczna generująca większość korzyści ekonomicznych w tych obszarach złożona jest przede wszystkim z firm małych i średnich, a nierzadko wręcz – z mikrofirm. Zatem zachowania i kompetencje lokalnych przedsiębiorców stanowią mogą w dużej mierze o korzyściach, które osiągane są na danym obszarze dzięki rozwojowi funkcji turystycznej. Specyfika turystyki powoduje, że dla osiągnięcia pożądanego poziomu efektywności przedsiębiorcy ci powinni posiadać specyficzne kompetencje. Wynikają one przede wszystkim z kooperacyjnego procesu tworzenia produktu turystycznego obszaru. Tworzy on ważne i trudne dla wielu przedsiębiorców uwarunkowania. Przedsiębiorcy wykazują naturalny opór przed współpracą z najbliższymi konkurentami, często są też nieprzygotowani (mentalnie i materialnie) do wdrożenia kluczowych na współczesnym rynku turystycznym technologii informatycznych. Skłonność do współpracy może osłabiać także łatwość dostępu do pozytywnych efektów zewnętrznych działań innych przedsiębiorców.

Abstract: Tourism destinations are the places where most of the effects of tourism development are concentrated. Often tourism companies, which create majority of positive economic effects, embrace mainly small and medium companies and quite often even microfirms. This makes behaviour and competences of local entrepreneurs being the base for benefits gained in destinations thanks to tourism development. Features of tourism cause that in order to achieve desired level of effectiveness, those local entrepreneurs should possess very specific competencies. This is the result of mainly cooperational nature of the process of creating destination's tourism product. Important and difficult for many entrepreneurs conditions are established. Entrepreneurs often show natural resistance to cooperation with competitors, also frequent is their lack of preparation (either mental or material) to implementation of information technologies being crucial on contemporary tourism market. Openness to cooperation might also be weakened by easy access to positive external outcomes of other companies' activities.

Słowa kluczowe: obszar recepcji turystycznej; produkt turystyczny obszaru; przedsiębiorczość; współpraca

Keywords: cooperation; destination's product; entrepreneurship; tourism destination

Otrzymano: 9 września 2016

Received: 9 September 2016

Zaakceptowano: 23 lutego 2017

Accepted: 23 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Żemła, M. (2017). Przedsiębiorczość w obszarach recepcji turystycznej – wybrane problemy. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 117–126. DOI: 10.24917/20833296.13.9

Wstęp

Turystyka jest często postrzegana jako obiecujący kierunek rozwoju społeczno-gospodarczego wielu regionów i miejscowości. Zarówno istniejące walory przyrodnicze i antropogeniczne, jak i możliwości kreowania nowych sprawiają, że coraz więcej miejscowości i regionów konkuruje o turystów, w ich wydatkach upatrując istotnego impulsu dla wzrostu ekonomicznego. Sytuacja ta prowadzi jednak do stałego podnoszenia poziomu konkurencji na rynku turystycznym oraz wzrostu oczekiwań samych turystów, co z kolei skutkuje problemami, których doświadczają obszary niepotrafiące w odpowiedni sposób podnosić konkurencyjności swojej oferty. Warto zauważyć, że skala wydatków turystów, a zatem i zasileń lokalnej/regionalnej gospodarki wiąże się nie tylko z istnieniem walorów turystycznych, ale także, a może – przede wszystkim, z efektywnie zorganizowaną sferą obsługi ruchu turystycznego w danym miejscu docelowym. W sferze tej występują duże, także międzynarodowe, przedsiębiorstwa turystyczne, jednak zdominowana jest ona najczęściej przez lokalne małe i średnie firmy (MŚP). Zatem problematyka lokalnych przedsiębiorców, posiadanych przez nich zasobów materialnych i niematerialnych, w tym kompetencji i wiedzy i ich zachowań jest niezwykle istotna dla sukcesu poszczególnych obszarów na rynku turystycznym. Celem artykułu jest prezentacja najważniejszych uwarunkowań poświadanych kompetencji oraz zachowań lokalnych przedsiębiorców w obszarach recepcji turystycznej.

Pojęcie obszaru recepcji turystycznej

Termin *obszar recepcji turystycznej* (ORT) w literaturze światowej (zarówno anglo-, jak i niemiecko-, francusko-, włosko-, hiszpańsko- czy nawet czeskojęzycznej) jest powszechnie wykorzystywany już od dawna, natomiast w Polsce nadal traktowany jest jako nowy, budzący kontrowersje, także co do właściwego sposobu tłumaczenia na język polski zwrotu angielskiego. Angielski zwrot *tourism destination* bywa tłumaczony wprost na język polski jako ‘destynacja turystyczna’ (Zawistowska, 2008; Alejziak, 2008), częściej jednak autorzy posługują się pojęciami: *obszar recepcji turystycznej* (Dziedzic, 1998; Niezgoda, 2006; Żemła, 2010) lub *miejsce docelowe ruchu turystycznego* (Middleton, 1996). Ponadto w krajowej literaturze turystycznej dla opisu zjawisk zachodzących w miejscach docelowych ruchu turystycznego częściej posługuje się pojęciami miejscowości, a zwłaszcza regionu turystycznego (Kornak, Rapacz, 2001; Żabińska, 1999; Kruczek, Zmysłony, 2010). Trzeba jednak zwrócić uwagę na fakt, że region turystyczny, zgodnie z większością definicji i podejść, powstaje przez proces regionalizacji, a więc delimitacji przestrzeni

turystycznej w taki sposób, by każdy jej fragment należał do dokładnie jednego regionu. Dla potrzeb opisu większości zjawisk zachodzących w miejscu docelowym ruchu turystycznego z reguły nie jest jednak konieczne dokonywanie delimitacji całej przestrzeni turystycznej, a wyodrębnienie jedynie obszaru będącego przedmiotem zainteresowania konkretnych badań. W takiej sytuacji częstym rozwiązaniem jest posługiwanie się pojęciem ORT jako znacznie bardziej elastycznym. W literaturze przedmiotu termin ORT bywa bowiem używany jako synonim pojęć *miejsce docelowe*, *region turystyczny*, *gmina turystyczna*, *miejscowość turystyczna*, *państwo*, *grupa państw* czy *kontynent* (Elmazi, Pjero, Bazini, 2006). Innymi słowy ORT może stanowić dowolnie (co do skali) ograniczona przestrzeń pełniąca funkcję turystyczną (Middleton, 1996). Obszarem recepcji turystycznej jest więc każdy fragment przestrzeni pełniący funkcję recepcyjną ze względu na zlokalizowane tam obiekty i urządzenia turystyczne (Kurek, Mika, 2007).

Pomimo długiego czasu, odkąd naukowcy na świecie powszechnie posługują się terminem ORT, pojęcie to nie doczekało się jednej powszechnie akceptowanej definicji, także w literaturze anglojęzycznej. Sytuacja ta znajduje uzasadnienie merytoryczne w fakcie, że terminem tym posługują się badacze turystyki reprezentujący różne dziedziny nauki – głównie przedstawiciele nauk humanistycznych, przyrodniczych i ekonomicznych (Franko, 2001). Niemniej także w ramach każdej z wymienionych trzech dziedzin nauki można zauważyć, że analizę zjawisk zachodzących na obszarach recepcji turystycznej prowadzą przedstawiciele bardzo wielu różnych dyscyplin naukowych. Obszar recepcji jest zatem różnie definiowany z punktu widzenia m.in. socjologii, psychologii, filozofii, geografii społecznej, geografii ekonomicznej, geografii regionalnej, ekologii czy wreszcie – ekonomiki regionalnej i nauk o zarządzaniu (Żemła, 2010).

Produkt obszaru recepcji turystycznej i potrzeba jego tworzenia na drodze współpracy

Spojrzenie na kwestie związane z przedsiębiorczością w ORT ściśle związane jest przede wszystkim z dorobkiem badaczy wywodzących się z nauk ekonomicznych (ekonomia, zarządzanie) oraz socjologii. U tych pierwszych szczególnej wagi nabiera zagadnienie efektywności procesów zachodzących w ORT, zwłaszcza efektywności rynkowej podejmowanych działań, co prowadzi do podkreślenia roli oferty rynkowej ORT, określanej w literaturze przedmiotu jako produkt turystyczny obszaru lub produkt ORT. Jedynie ORT będące w stanie wygenerować atrakcyjny i konkurencyjny produkt oferowany na określonych rynkach mogą odnosić korzyści (przede wszystkim gospodarcze, a także społeczne i/lub przyrodnicze) związane z rozwojem funkcji turystycznej.

Według E. Dziedzic (1997) produkt obszaru recepcji turystycznej jest to całość składająca się z elementów materialnych i niematerialnych, stanowiących podstawę istniejącego w umyśle turysty wyobrażenia i oczekiwań związanych z pobytem w danym miejscu. Produkt ORT nie jest jednak prostą sumą wszystkich dóbr i usług oferowanych przez dany obszar. Zazwyczaj jest kombinacją mniejszej lub większej liczby produktów cząstkowych, tworzących spójną, jednorodną „ideologicznie” całość (Stasiak, 2005). T. Oliver i T. Jenkins (2005) zwracają uwagę, że elementy produktu turystycznego ORT nie powinny być oferowane „przypadkiem” w jednym miejscu, ale powinny podlegać jednolitej koncepcji, co jest możliwe jedynie przez wprowadzenie do ORT pewnych procesów koordynacji prowadzących do wytworzenia lokalnego partnerstwa na rzecz rozwoju turystyki.

Tak zdefiniowany produkt ORT, kształtowany przez wiele różnych podmiotów, musi być więc produktem złożonym. Składa się on z wielu pojedynczych, częściowo podobnych, częściowo heterogenicznych, ale zawsze komplementarnych elementów. Każdy z nich jest funkcjonalnie związany z innymi, nawet jeśli wytwarzane są one przez różne podmioty, a pojedyncze dobra i usługi turystyczne muszą pozostawać ze sobą w stosunku komplementarnym. Ta zależność wiąże świadczenia różnych przedsiębiorstw turystycznych działających w danym regionie, bowiem żadne z nich nie jest w stanie zaspokoić w całości popytu (Hołderna-Mielcarek, 1998). Konieczne jest więc takie kształtowanie podaży, aby poszczególne elementy kreowały wspólnie wiązkę korzyści dla turystów (Dziedzic, 1997). Należy także przy tym dążyć do osiągnięcia efektu synergii działań podmiotów tworzących produkt ORT, która pozwoli na lepsze wykorzystanie istniejącego potencjału m.in. przez bardziej racjonalną gospodarkę ograniczonymi zasobami i usprawnienie lub zwiększenie skali działalności promocyjnej (Stasiak, 2005).

Konieczność współtworzenia spójnego produktu ORT, pozostająca obecnie poza wszelką dyskusją teoretyczną, okazuje się być jednak trudna w realizacji praktycznej. Produkt ORT stanowi konglomerat znacznej liczby produktów o wieloaspektowych powiązaniach i relacjach, a przede wszystkim wytwarzanych przez różne podmioty, które dążą do realizacji różnych, niekiedy sprzecznych ze sobą celów (Żemła, 2010). Ta sprzeczność interesów pomiędzy poszczególnymi podmiotami współtworzącymi produkt ORT jest zrozumiała, biorąc pod uwagę, że z jednej strony produkt ten jest współtworzony przez podmioty pozostające ze sobą niekiedy w bezpośrednim stosunku konkurencyjnym, z drugiej strony przez podmioty bardzo zróżnicowane, począwszy od przedsiębiorstw komercyjnych, przez władze samorządowe i ich agendy, inne podmioty sektora publicznego, stowarzyszenia i inne podmioty sektora non profit, podmioty publiczno-prywatne, aż po mieszkańców. W tych warunkach stwierdzenie o dążeniu do osiągnięcia przez produkt przygotowany przez tak dużą i zróżnicowaną grupę podmiotów „jednolitej spójności” stanowi duże wyzwanie dla praktyki marketingu ORT. Potrzebne są zatem działania kooperacyjne obejmujące stosunki bilateralne i multilateralne wielu uczestników procesu tworzenia produktu ORT.

Każdy z autonomicznych podmiotów współtworzących produkt ORT posiada lub kontroluje zasoby, takie jak kapitał, wiedza, doświadczenie, informacja lub inne, ale w pojedynkę nie jest w stanie dysponować wszystkimi czynnikami niezbędnymi do osiągnięcia swoich celów lub planowania przyszłej działalności w relacji do zewnętrznych uwarunkowań rozwojowych (Zmyślony, 2008). Jeżeli zatem ORT ma oferować produkt wysokiej jakości, to wszystkie działające na jego obszarze podmioty gospodarcze, organizacje i instytucje muszą aktywnie uczestniczyć w procesie przygotowania jego potencjału usługowego, poznawania potrzeb i oczekiwań turystów, świadczenia usług i spełnienia wyobrażeń turysty o produkcie, który był przedmiotem oferty i konsumpcji. Oznacza to, że bez systemów zapewnienia jakości sprawnie funkcjonujących w przedsiębiorstwach turystycznych zlokalizowanych w regionie nie może być mowy o wysokiej jakości produktu całego ORT. Innymi słowy, poszczególni usługodawcy w danym obszarze recepcji turystycznej powinni być zainteresowani poprawą jakości usług także innych oferentów, często traktowanych jako głównych konkurentów i których wszelkie niedociągnięcia przyjmowane są nieraz z nieskrywaną radością. Tymczasem zła opinia jednego z podmiotów może rzutować na całą miejscowość lub region, odbijając się negatywnie także na wyniku innych przedsiębiorców, w tym jego najbliższych konkurentów. Ponadto indywidualne działania

poszczególnych podmiotów, nawet o najwyższej jakości, ale nieskoordynowane, sprawiają, że potencjał ekonomiczny ORT nie jest dostatecznie wykorzystywany (Zmysłony, 2008).

Nie ulega bowiem wątpliwości, że właściwą drogą rozwoju ORT jest przekształcenie jednostkowych przypadków dwustronnej, krótkookresowej współpracy nieskoordynowanych ze sobą w trwałe współdziałanie wszystkich, a przynajmniej wielu, podmiotów zmierzające do realizacji wspólnych celów i wspólnie wykrystalizowanej wizji rozwoju ORT (Hall, 1999). Jest to ujęcie zgodne z poglądami T. Żabińskiej (2006), której zdaniem zasadniczym elementem odróżniającym partnerstwo od „zwykłej” współpracy jest wzajemne zaufanie podmiotów. Jako inne cechy pożądanej, partnerskiej współpracy interesariuszy w ORT można wskazać także długofalowy charakter, wspólne uzgadnianie celów i wizji rozwoju.¹ Partnerstwo definiowane jest jako relacje między dwoma lub więcej niezależnymi podmiotami, będące przejawem postawy przedsiębiorczej i oparte na wzajemnym zaufaniu, zaangażowaniu, wspólnych wartościach i odpowiedzialności partnerów, którzy zdecydowali się blisko współpracować, by efekty ich wspólnej pracy były korzystne dla obu stron i miały trwały charakter (Bębenek, 2008). Partnerstwo jest więc efektem zaangażowania, poświęcenia oraz dobrej woli wszystkich stron i wyraża dojrzały, wielostronnie korzystny poziom zaawansowania współpracy, któremu odpowiadają takie wartości, jak: zaufanie, lojalność, uczciwość, otwartość, opłacalność, trwałość, stabilność, przychylność, ekwiwalentność i jedność (Nawrot, Zmysłony, 2009). Kształtowanie tak rozumianych sieci partnerskich jest procesem długotrwałym, będącym rezultatem uczenia się ludzi tworzących struktury formalne i nieformalne (Żabińska, 2006: 412). W trakcie zawiązywania relacji partnerskich następuje ilościowa i jakościowa identyfikacja partnerów, będąca wynikiem wzajemnej oceny siły przetargowej oraz potencjału ekonomicznego i organizacyjnego. Świadomość potencjalnych korzyści z partnerstwa nie jest stała i równa wśród wszystkich podmiotów, co obok funkcji wynikającej z podstawowej działalności poszczególnych podmiotów, jest podstawą do naturalnego podziału ról pomiędzy partnerami (Nawrot, Zmysłony, 2009).

T. Żabińska (2006) wskazuje na siedem najważniejszych korzyści wynikających z partnerskiej współpracy w turystyce:

- efektywne wykorzystanie endogenicznych oraz zewnętrznych zasobów turystycznych i realizacja wspólnych projektów opartych na tych zasobach,
- minimalizacja ryzyka podjęcia nietrafnych decyzji,
- ułatwienia dostępu do informacji,
- zwiększenie integracji społeczności lokalnej,
- ograniczenie zachowań oportunistycznych,
- wzrost zachowań innowacyjnych,
- rozwój oddolnych inicjatyw obywatelskich.

¹ Trzeba wyraźnie podkreślić, że takie rozumienie partnerstwa jako pożądanej formy relacji pomiędzy interesariuszami w ORT odbiega od sposobu, w jaki definiowane jest partnerstwo publiczno-prywatne (PPP) w *Ustawie z dnia 28 lipca 2005 o partnerstwie publiczno-prywatnym* (Dz.U. z dnia 6 września 2005). W myśl ustawy PPP oznacza opartą na umowie o partnerstwie publiczno-prywatnym współpracę podmiotu publicznego z partnerem prywatnym, służącą realizacji zadania publicznego, jeżeli odbywa się to na zasadach określonych w ustawie (art. 1, p. 2) i dotyczy przede wszystkim realizacji przez partnera prywatnego przedsięwzięcia za wynagrodzeniem na rzecz podmiotu publicznego (art. 2, p. 1). Zatem PPP oznacza przede wszystkim współpracę w zakresie finansowania konkretnych projektów i z reguły ogranicza się do krótkookresowej realizacji danego przedsięwzięcia. Zatem PPP w rozumieniu ustawy według przyjętej w niniejszej pracy terminologii jest przykładem współpracy, ale nie spełnia wymogów współpracy partnerskiej.

Uwarunkowania i efekty postaw i zachowań przedsiębiorców w obszarach recepcji turystycznej

Jak już wspomniano, w większości ORT (wyjątkami mogą być zwłaszcza wielkie miasta) wiele usług dla turystów świadczonych jest przez lokalne MŚP, w tym bardzo często przez mikrofirmy. Fakt ten niewątpliwie wpływa na realizację powyżej przedstawionego postulatu budowy lokalnej współpracy/partnerstwa na rzecz rozwoju turystyki. Pierwszą, i najbardziej oczywistą, trudnością w sieciowym tworzeniu lokalnych produktów turystycznych jest sama liczba przedsiębiorstw funkcjonujących w danym ORT. Liczba ta utrudnia organizację współpracy ze względu na rosnące także rozbieżności celów i oczekiwań poszczególnych przedsiębiorstw (Żemła, 2010). Ponadto poszczególne firmy w rozdrobnionym sektorze mają bardzo słabą pozycję przetargową wobec innych podmiotów tak zewnętrznych (np. kontrahentów), jak i wewnętrznych (np. samorząd). Ta siła przetargowa jednak zdecydowanie wzrasta w momencie utworzenia mniej lub bardziej sformalizowanych grup ochrony interesów tych podmiotów. Regionalny lub lokalny samorząd gospodarczy jest przykładem wysoko sformalizowanej grupy reprezentującej ogół przedsiębiorstw gospodarczych działających w regionie bądź przedstawicieli poszczególnych branż. Z punktu widzenia rozwoju produktu turystycznego kluczowe znaczenie mają samorządy przedsiębiorstw turystycznych (izby turystyczne, zrzeszenia hoteli, zrzeszenia gastronomii, stowarzyszenia pilotów i przewodników turystycznych) oraz izby kupieckie i stowarzyszenia prywatnych przewoźników. Przykładem mniej sformalizowanych, lecz często bardzo skutecznych w działaniu grup nacisku chroniących interesy poszczególnych przedsiębiorstw w regionie są grupy lobbystyczne. Ponadto w sytuacji, w której MŚP dominują w obszarach recepcji turystycznej, występuje szczególna dynamika struktury i składu podmiotów w sieci współpracy, co wynika z relatywnie dużej liczby upadków małych przedsiębiorstw turystycznych (Wanhill, 2000) oraz dużej liczby nowych wejść. W efekcie powoduje to duże trudności w wytworzeniu trwałych więzi partnerskich pomiędzy poszczególnymi podmiotami w sytuacji, gdy skład podmiotowy sieci współpracy podlega ciągłym zmianom.

Ze względu na mniejszą liczbę pracowników oraz związaną z tym ich specjalizację na poszczególnych stanowiskach pracy, z reguły MŚP, a zwłaszcza typowe dla turystyki firmy bardzo małe, dysponują ograniczonymi zasobami, w tym również wiedzy i kompetencji w zakresie strategii i marketingu. Stąd w wielu przypadkach trudniej o zrozumienie dla skomplikowanych i nienaturalnych dla przedsiębiorców zasad współpracy w ramach ORT, w tym współpracy z konkurentami (Simpson, Bretherton, 2004). Budowa partnerskiej współpracy podmiotów w danym ORT jest w polskich realiach gospodarczych i społecznych zadaniem szczególnie trudnym. Konkurencyjny międzynarodowy rynek turystyczny wymaga od polskich obszarów recepcji turystycznej sprostania konkurencji nie tylko krajowej, lecz także zagranicznej, w tym z krajów o długoletnich tradycjach gospodarki rynkowej i samorządności. Z jednej strony wymaga to olbrzymiego przeskoku jakościowego w procesie kształtowania produktu turystycznego, z drugiej strony brakuje solidnych podstaw teoretycznych i metodologicznych co do właściwego sposobu dokonania tego przeskoku. Praktyka gospodarcza postkomunistycznych krajów Europy Środkowej i Wschodniej pokazuje bowiem, że proste przełożenie modeli teoretycznych dostępnych w literaturze (Fyall, Garrod, 2005; Jamal, Getz, 1995; Murphy, 1985; Murphy P., Murphy A.E., 2005) i opracowanych z myślą o krajach o długiej tradycji gospodarki rynkowej, przede wszystkim o USA i Kanadzie oraz tzw. starej Unii Europejskiej, nie znajdują pełnego zastosowania i nie mogą

być wprost przełożone na grunt tych krajów (Brezovec T., Brezovec A., 2004; Hall, 1998; Roberts, Simpson, 1999; Żemła, 2008). Niski poziom kapitału społecznego i brak zaufania do władzy, która nadal wykazuje tendencje do dominacji, powodują, że w projektowaniu działań partnerskich w Polsce, ale i w innych krajach postsocjalistycznych, konieczne jest uwzględnienie czynników odnoszących się do poziomu społeczeństwa obywatelskiego (Żabińska, 2007). Wśród najważniejszych problemów utrudniających lub wręcz uniemożliwiających implementację zachodnich modeli partnerstwa turystycznego najczęściej wymienia się brak wiedzy poszczególnych interesariuszy co do korzyści wynikających z procesów współpracy w regionach turystycznych, nieprzygotowanie mentalne i brak zaufania pomiędzy osobami reprezentującymi poszczególne podmioty, zarówno sektora prywatnego, jak i publicznego w ORT mający swoje źródło w wychowaniu w systemie komunistycznym wielu obecnie aktywnych zawodowo osób, w tym typowe dla tego systemu przyjmowanie postawy roszczeniowej, brak odpowiednich środków finansowych potrzebnych do rozwoju produktu turystycznego ORT oraz zbyt małe doświadczenie relatywnie niedawno utworzonych podmiotów samorządu lokalnego i regionalnego (Roberts, Simpson, 1999; Żemła, 2008). Problem braku współpracy w polskich obszarach recepcji turystycznej ma zatem w dużej części charakter mentalny. Rozwiązaniem w takiej sytuacji może być więc nowatorski pomysł, który swoją oryginalnością zachęci nieprzekonane osoby do podjęcia współpracy, a zwłaszcza spektakularny sukces, który posłuży jako argument pokazujący wymierne korzyści z kolegalnego kształtowania produktu turystycznego. Niestety, jak do tej pory polska praktyka gospodarcza dostarcza jedynie bardzo niewiele takich przykładów, niemniej jednak te nieliczne warte są szczególnej uwagi. W oczywisty sposób pomóc w przełamaniu tej bariery powinna szeroko zakrojona edukacja wszystkich interesariuszy, a zwłaszcza lokalnych przedsiębiorców. To zadanie zostało, przynajmniej w pewnym stopniu, wykonane w ramach szeroko zakrojonego projektu szkoleniowego „Turystyka wspólna sprawa” organizowanego na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego oraz kolejnych szkoleń organizowanych przez Polska Organizację Turystyczną. W efekcie na przestrzeni ostatnich lat obserwowany jest ewidentny wzrost świadomości przedsiębiorców turystycznych w zakresie znaczenia lokalnych sieci współpracy oraz sieciowych produktów turystycznych.

Małe firmy są często odbiciem osobowości właściciela i/lub założyciela, co znajduje odzwierciedlenie w strukturze kapitałowej, zasobach ludzkich czy ambicjach strategicznych i może być jednocześnie zaletą, jak i wadą takich firm (Keasey, Watson, 1993). Często przesłanką powstania takiej firmy jest chęć zachowania niezależności, dzięki której małe firmy cechują się szczególną pasją, determinacją i wytrwałością. To dążenie do niezależności będzie jednak także ewidentnym hamulcem w budowie bliskich związków społecznych i gospodarczych w ramach sieci powiązań (Simpson, Bretherton, 2004). Taka postawa może w prostej linii prowadzić do wytworzenia u przedsiębiorców zachowań określanych przez P.A. Lyncha (2000) jako „mentalność oblężonej twierdzy” (ang. *fortress mentality*), kiedy dookoła dostrzegają oni wyłącznie zagrożenia i wrogie sobie podmioty, których działania jedynie ograniczają możliwości rozwoju firmy.

Kolejnym problemem związanym ze skalą lokalnych przedsiębiorców turystycznych oraz zmianami na współczesnym rynku turystycznym jest reakcja tych przedsiębiorców na rosnące znaczenie technologii informatycznych w obsłudze, a zwłaszcza pozyskiwaniu turystów (Jones, Haven-Tang, 2005).

Oprócz wspólnego kreowania złożonego produktu turystycznego, tym, co wiąże ze sobą poszczególne podmioty w ramach poszczególnych ORT, są występujące efekty zewnętrzne ich działalności, w tym również działań marketingowych. Działania jednych podmiotów, w sposób niezamierzony oraz pozbawiony odpowiedniej rekompensaty finansowej, dotyczą zarówno pozytywnie, jak i negatywnie inne podmioty. Oznacza to, że istnienie tych powiązań ma charakter obiektywny i niezależny od intencji poszczególnych podmiotów. Przykładem negatywnego wpływu może być sytuacja w Szczyrku, gdzie problemy organizacyjne i własnościowe największego ośrodka narciarskiego spowodowały istotny spadek dochodów pozostałych przedsiębiorców turystycznych w mieście.

Jeszcze bardziej złożony jest problem występowania korzystnych efektów zewnętrznych. J. Mazurczak i P. Zmysłony (2008) wskazują, że takie korzyści mogą towarzyszyć m.in. działaniom promocyjnym ORT. Z efektów promocji danego ORT korzyści czerpią zarówno podmioty uczestniczące w finansowaniu akcji promocyjnej, jak i tzw. pasażerowie na gapę. Fakt ten, zdaniem wymienionych autorów, może wzmacniać niechęć do współfinansowania wspólnych przedsięwzięć promocyjnych wśród poszczególnych przedsiębiorców i w efekcie osłabiać efektywność procesów kooperacyjnych w ORT. Kolejnym czynnikiem przyczyniającym się do faktu istnienia wzajemnych współzależności między podmiotami w ORT w sposób obiektywny, niezależnie od występowania wśród nich postaw partnerskich i ich intencji, jest komplementarny charakter oferowanych przez nich produktów oraz uzależnienie od atrakcyjności i dostępności miejscowych walorów turystycznych.

Podsumowanie

Efektywne funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych w obszarach recepcyjnych jest jednym z kluczowych czynników sukcesu tych obszarów. Pozwala ono tak na tworzenie konkurencyjnych ofert na rynku turystycznym, jak i na kreowanie i internalizację efektów ekonomicznych rozwoju turystyki. Z drugiej strony, przedsiębiorcy prowadzący działalność w obszarach recepcji turystycznej, ukierunkowaną na obsługę odwiedzających, muszą pozytywnie odpowiedzieć na szereg uwarunkowań wynikających ze specyfiki rynku turystycznego. Największym wyzwaniem jest partnerska współpraca tych przedsiębiorców, także tych będących konkurentami, mająca na celu podnoszenie atrakcyjności turystycznej całego ORT. Jest to postawa nienaturalna dla wielu przedsiębiorców. Problemem może być też kwestia szczególnych kompetencji w zakresie marketingu i zarządzania, trudnych do wykreowania w małych firmach, gdzie funkcjonuje jedynie w nieznacznym stopniu podział i specjalizacja pracy. Niemniej bez efektywnie funkcjonującej współpracy przedsiębiorców turystycznych trudno osiągnąć sukces na wymagającym rynku turystycznym.

Literatura

References

- Alejziak, W. (2008). Wielkie wydarzenia sportowe jako czynnik walki konkurencyjnej na globalnym rynku turystycznym. W: G. Gołębski (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Bębenek, B. (2008). Partnerstwo w usługach outsourcingowych. W: A. Panasiuk, K. Rogoziński (red.), *Usługi w Polsce. Nauka, dydaktyka i praktyka wobec wyzwań przyszłości*. Szczecin: Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego.

- Brezovec, T., Brezovec, A. (2004). *Tourism organisations at local level: partners or competitors?* Paper presented at the International Conference Strategic Partnership for the Development of Tourist Destinations, Portoroz, Slovenia.
- Dziedzic, E. (1997). *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*. Warszawa: Wydawnictwo Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.
- Elzmazi, L., Pajero, E., Bazini, E. (2006). *Tourist destination as a business system and the application of marketing in destination management*. Paper presented at the International Conference of Trends, Impacts, Policies and Tourism Development, Heraklion, Greece.
- Framke, W. (2001). *The 'destination': A problematic concept*. Paper presented at the 10th Nordic Tourism Research Conference, Vasa, Finland.
- Fyall, A., Garrod, B. (2005). *Tourism marketing. A collaborative approach*. Clevedon: Channel View.
- Hall, D. (1998). Tourism development and sustainability issues in Central and South-Eastern Europe. *Tourism Management*, 19(5), 423–431.
- Hall, M.C. (1999). Rethinking collaboration and partnership: a public policy perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3, 4), 274–289.
- Hołderna-Mielcarek, B. (1998). Regionalizacja produktu turystycznego. *Rynek Turystyczny*, 12.
- Jamal, T.B., Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186–204.
- Jones, E., Haven-Tang, C. (2005). Tourism SMEs, service quality and destination competitiveness. In: E. Jones, C. Haven-Tang (eds.), *Tourism SMEs, service quality and destination competitiveness*. Wallingford: CABI, 1–22.
- Keasey, K., Watson, R. (1993). *Small firm management*. Oxford: Blackwell.
- Kornak, A.S., Rapacz, A. (2001). *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu.
- Kruczek, Z., Zmyślony, P. (2010). *Regiony turystyczne*. Kraków: Proksenia.
- Kurek, W., Mika, M. (2007). Turystyka jako przedmiot badań naukowych. W: W. Kurek (red.), *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 11–49.
- Lynch, P.A. (2000). Networking in the homestay sector. *Service Industries Journal*, 20(3), 95–116.
- Mazurczak, J., Zmyślony, P. (2008). Sposoby finansowania promocji turystycznej. W: G. Gołębski (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Middleton, V.T.C. (1996). *Marketing w turystyce*. Warszawa: PAPT.
- Murphy, P. (1985). *Tourism. A community approach*. London: Routledge.
- Murphy, P., Murphy, A.E. (2005). *Strategic management for tourism communities: Bridging the gaps*. Clevedon: Channel View.
- Nawrot, Ł., Zmyślony, P. (2009). *Międzynarodowa konkurencyjność regionu turystycznego. Od programowania do zarządzania strategicznego*. Kraków: Proksenia.
- Niezgoda, A. (2006). *Obszar recepcji turystycznej w warunkach rozwoju zrównoważonego*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Oliver, T., Jenkins, T. (2005). Integrated tourism in Europe's rural destinations. In: E. Jones, C. Haven-Tang (eds.), *Tourism SMEs, service quality and destination competitiveness*. Wallingford: CABI, 25–40.
- Roberts, L., Simpson, F. (1999). Developing partnership approaches to tourism in Central and Eastern Europe. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3, 4), 314–330.
- Simpson, K., Bretherton, P. (2004). Co-operative business practices in the competitive leisure destination: lessons from the wine tourism industry in New Zealand. *Managing Leisure*, 9(2), 111–123.
- Stasiak, A. (2005). Obszar jako produkt turystyczny. W: K. Pieńkos (red.), *Konkurencyjność polskiego produktu turystycznego*. Warszawa: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Warszawie, 91–102.
- Wanhill, S. (2000). Small and medium tourism enterprises. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 132–147.
- Zawistowska, H. (2008). Rola regionów w realizacji „Agendy dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej”. W: G. Gołębski (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności*

- regionów w dobie globalizacji. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, 120–141.
- Zmyślony, P. (2008). *Partnerstwo i przywództwo w regionie turystycznym*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Żabińska, T. (1999). Podstawy budowy systemu informacji na potrzeby wyboru strategii rozwoju regionu turystycznego. W: L. Żabiński (red.), *Zarządzanie marketingowe: podstawy informacyjne projektowania strategii*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, 27–45.
- Żabińska, T. (2006). Partnerstwo jako determinanta rozwoju turystyki w regionie. Dylematy teorii i praktyki. W: A. Nowakowska, M. Przydział (red.), *Turystyka w badaniach naukowych. Prace ekonomiczne*. Rzeszów: Wydawnictwo WSIZ w Rzeszowie.
- Żabińska, T. (2007). Sieci partnerskie jako podstawa zrównoważonego rozwoju turystyki w regionie – kluczowe czynniki sukcesu. W: J. Wyrzykowski (red.), *Rola turystyki w gospodarce regionu*. Wrocław: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlowej we Wrocławiu.
- Żemła, M. (2008). Failures in building partnership for success in the competitive market. The case of Polish ski resorts. *Managing Global Transitions*, 6(4), 421–432.
- Żemła, M. (2010). *Wartość dla klienta w procesie kształtowania konkurencyjności obszarów recepcji turystycznej*. Katowice: Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa w Katowicach.

Michał Żemła, dr hab., profesor nadzwyczajny w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Autor licznych publikacji związanych z marketingiem i konkurencyjnością produktu turystycznego obszaru. Przedmiotem jego szczególnego zainteresowania jest rozwój turystyki na obszarach górskich, zwłaszcza ośrodków narciarskich i turystyki pieszej.

Michał Żemła, PhD, associate professor in the Department of Tourism and Regional Studies, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow. The author of numerous publications on destination's product marketing and competitiveness. His main interest constitutes development of tourism in mountain areas with special regard to winter sports and hiking tourism.

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: michalzemla@up.krakow.pl

AGATA KUREK-OBROCKA

Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego w Gliwicach, Polska ■ The Centre of Vocational and Lifelong Training in Gliwice, Poland

Baza rekreacyjno-sportowa i jej funkcjonowanie w mieście przemysłowym (na przykładzie Gliwic)

Leisure and Sport Facility Base and its Functioning in an Industrial City (Based on the Example of Gliwice)

Streszczenie: Kwestie związane ze zdrowiem człowieka są obecnie coraz częściej łączone z głównymi czynnikami wpływającymi na jakość kapitału ludzkiego. W teorii płaszczyzn charakteryzujących kapitał zdrowie wymieniane jest jako jeden z pięciu najważniejszych czynników składających się na tę jakość, obok edukacji, nauki czy wysokich technologii. Jest to jednak czynnik o specyficznym charakterze, gdyż stan zdrowotny danej jednostki zależy w największym stopniu od preferowanego stylu życia, w kształtowaniu którego z kolei niezmiernie ważną rolę odgrywa aktywność fizyczna człowieka. W tym kontekście trzeba oceniać zarówno indywidualne, jak i społeczne działania mające na celu upowszechnianie takiego sposobu życia, który wspomaga biologiczną aktywność organizmu i wzmacnia podstawowe czynności życiowe człowieka. Problemem z tym związanym jest wdrażanie zdrowego stylu życia, opartego na aktywności fizycznej, już od wczesnego dzieciństwa – zwłaszcza wśród młodzieży szkolnej. Z badań Nowaka (2010) wynika, że zachowania prozdrowotne polskiej kadry menadżerskiej są u ponad połowy ankietowanych związane z ich aktywnością fizyczną w okresie szkolnym. Sprawy dotyczące tej aktywności są przedmiotem niniejszego opracowania. Starano się w nim pokazać zarówno aktywność obserwowaną wśród młodzieży gliwickich szkół średnich, jak i jej wielorakie uwarunkowania. Poszukiwano odpowiedzi na kilka pytań, w tym w szczególności:

- jak ocenić współczesny stan bazy rekreacyjno-sportowej na tle wcześniejszych okresów historii miasta, tak w odniesieniu do liczby, jak i do struktury rodzajowej urządzeń służących rekreacji, uprawianiu sportów i wypoczynkowi,
- jaka jest dostępność tych urządzeń dla mieszkańców Gliwic, rozważana ze względu na ich położenie w przestrzeni miasta, a także jakie są możliwości ekonomiczne korzystania z określonej usługi,
- jak kształtuje się aktywność fizyczna młodzieży szkół średnich Gliwic i z jakimi czynnikami osobistymi, ekonomicznymi, a także wynikającymi z dostępności do bazy rekreacyjno-sportowej, można ją łączyć/skorelować.

Praca napisana została na podstawie własnych badań (wywiadów z osobami zajmującymi się sportem i rekreacją w czasach PRL-u, badań ankietowych uczniów szkół średnich w Gliwicach oraz materiałów pochodzących ze stron internetowych Urzędu Miasta w Gliwicach), w trakcie których zebrano materiały dotyczące stanu bazy sportowo-rekreacyjnej na terenie Gliwic w okresie powojennym i obecnie oraz określono aktywność fizyczną młodzieży uczącej się w tym mieście.

Abstract: the issues of human health are presently more commonly perceived as the factors determining the condition of human capital. In the theory of capital characterisation platforms, health is seen as one of the five most vital factors constituting this condition, accompanied by education, study or high technology. Health is, however, of a specific character as it results mainly from the lifestyle preferences. In the latter, physical activity must not be ignored. In view of the above, it is essential that both, individual and social/institutional actions are assessed with respect to how they promote a lifestyle which would nurture organisms' biological activity and contribute to sustaining their vital functions. An issue arises of how to enforce healthy lifestyle involving physical activity starting with an early childhood and among the school youth in particular. As shown in Nowak's study (2009), more than half of the surveyed Polish management staff have responded that their health-promoting behaviours are related to the physical activity in school years. The above mentioned activity is the subject of the present study. An attempt has been made to show both the physical activity observed among the youth attending the schools of the Gliwice area, as well as its versatile preconditions. Answers to the following questions have been searched for:

- how to assess the contemporary condition of the leisure and sport facility base in view of the city history in respect to, both, its volume and qualitative structure,
- what is the leisure and sport facility base availability to the residents of Gliwice considering its location in the urban space of Gliwice, as well as economic affordability of particular services,
- what is the condition of physical activity among the youth attending schools in the Gliwice area and how personal, economic and availability of facilities factors contribute to it.

The study has been written based on own research (interviews with the people responsible for sport and recreation in the years of the People's Republic of Poland, surveys conveyed among the students of Gliwice secondary schools and the data obtained from the Gliwice City Council website which resulted in collecting the materials descriptive of the Gliwice leisure and sport facility base in the post-war period and presently and evaluating the level of physical activity of the youth attending local schools.

Słowa kluczowe: aktywność fizyczna; Gliwice; jakość kapitału ludzkiego; młodzież; rekreacja; sport

Keywords: condition of human capital; Gliwice; leisure; physical activity; sport; youth

Otrzymano: 15 listopada 2016

Received: 15 November 2016

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Kurek-Obrocka, A. (2017). Baza rekreacyjno-sportowa i jej funkcjonowanie w mieście przemysłowym (na przykładzie Gliwic). *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 127–142. DOI: 10.24917/20833296.13.10

Wstęp

Podjęty w tej pracy temat pozwala spojrzeć na rolę aktywności fizycznej młodzieży zarówno w aspekcie celów samorealizacji człowieka i dążenia do osiągnięcia osobistej satysfakcji z życia, jak i kształtowania zachowań prozdrowotnych, bardzo istotnych w okresie aktywności zawodowej. Szczególnie ważne wydaje się upowszechnianie wśród młodych osób takiego sposobu życia, który wspomaga biologiczną sprawność organizmu i wzmacnia podstawowe czynności życiowe człowieka. Kwestia ta jest obecnie coraz częściej łączona z głównymi czynnikami wpływającymi na jakość kapitału ludzkiego (Wronowska, 2005; Wieczorek-Szymańska, 2009). W teorii płaszczyzn charakteryzujących kapitał zdrowie człowieka wymieniane jest jako jeden z pięciu głównych czynników

składających się na jego jakość, obok edukacji, nauki czy wysokich technologii. Jest to jednak czynnik o specyficznym charakterze, gdyż stan zdrowotny danej jednostki zależy w głównym stopniu od „preferowanego stylu życia”, a w mniejszym od innych czynników. W powstałej w 1974 r. w Kanadzie koncepcji tzw. pól zdrowia stwierdzono, że na zdrowie jednostki aż w 53% wpływa właśnie styl życia, podczas gdy np. opieka medyczna tylko w 10% (Nowak, 2010). Wskazuje to na szczególną rolę, jaką w długim i złożonym procesie kształtowania kapitału ludzkiego ma upowszechnianie modelu zdrowego stylu życia, opartego na aktywności fizycznej, wdrażanego już od wczesnego dzieciństwa. Z badań przeprowadzonych przez Nowaka (2010) wynika, że współczesne zachowania prozdrowotne polskiej kadry menedżerskiej są u ponad połowy ankietowanych związane z ich aktywnością fizyczną w okresie szkolnym. Niewątpliwie ostatnie lata sprzyjają większej aktywności fizycznej polskiego społeczeństwa, dzięki poprawie sytuacji materialnej rodzin, a przede wszystkim – zmianie podejścia do roli rekreacji, sportu i wypoczynku w życiu jednostki. Wyraźnie widać, że aktywność fizyczna traktowana jest nie tylko jako sposób na poprawę biologicznej sprawności organizmu, ale także jako sposób na umożliwia lepsze psychiczne i społeczne funkcjonowanie człowieka. W niniejszej pracy przedstawiono wyniki badań nad stanem bazy rekreacyjno-wypoczynkowej w Gliwicach, jednym z dużych miast Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego, a także korzystaniem z tej bazy przez młodzież szkół średnich. W założonym celu badawczym skoncentrowano się na poszukiwaniu odpowiedzi na kilka pytań, w tym w szczególności:

- jak ocenić współczesny stan bazy rekreacyjno-sportowej na tle wcześniejszych okresów historii miasta, tak w odniesieniu do liczby, jak i do struktury rodzajowej urządzeń służących rekreacji, uprawianiu sportów i wypoczynkowi,
- jaka jest dostępność tych urządzeń dla mieszkańców Gliwic, rozważana ze względu na ich położenie w przestrzeni miasta, a także możliwości ekonomicznych korzystania z określonej usługi,
- jak kształtuje się aktywność fizyczna młodzieży szkół średnich Gliwic i z jakimi czynnikami osobistymi, ekonomicznymi, a także wynikającymi z dostępności do bazy rekreacyjno-sportowej można ją łączyć/skorelować.

Wykonana w tej pracy analiza oparta jest w głównej mierze na badaniach własnych autorki, wykonanych w drodze wywiadów z osobami pełniącymi bądź to ważne funkcje społeczne w instytucjach związanych ze sportem i rekreacją na terenie Gliwic, bądź też uczestnikami zajęć sportowych i rekreacyjnych organizowanych w mieście w okresie PRL-u i współcześnie. Sporo materiału cytowanego w pracy pochodzi też ze stron internetowych Urzędu Miasta, poświęconych działalności samorządu w sferze sportu i rekreacji. Jednak najistotniejsze dla tej analizy materiały, dotyczące aktywności fizycznej gliwickiej młodzieży, zostały zgromadzone w drodze badań ankietowych przeprowadzonych w trzech szkołach: Technikum nr 5, Technikum nr 6 oraz Zasadniczej Szkole Zawodowej nr 5, wchodzących w skład Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego nr 1 w Gliwicach. Ankieta zawierała 38 pytań, a badaną młodzież pytano głównie o gospodarowanie własnym czasem wolnym, możliwości uprawiania aktywności fizycznej w miejscu zamieszkania wynikającej z obecności odpowiednich urządzeń i obiektów rekreacyjno-sportowych oraz o warunki ich wykorzystywania. Wyniki tych badań zostały przedstawione w tabelach i na wykresach oraz zinterpretowane w kontekście celów wykonanej analizy.

W pracach poświęconych urządzeniom i obiektom sportowo-rekreacyjnym, które występują w danych miejscowościach (w miastach, na wsi) lub w określonych typach

przestrzeni (w górach, nad morzem, wokół jezior, w lasach), najczęściej omawia się ich pewne grupy związane z charakterem danego miejsca albo obszaru (Pawlikowska-Piechotka, 2009; Kowalczyk, Derek, 2010; Kurek, 2007). Natomiast dla miast, w tym w szczególności przemysłowych, w których w czasach PRL-u funkcjonowały duże zakłady przemysłowe, z załogami liczącymi po kilka tysięcy osób, najbardziej charakterystyczna jest ta grupa urządzeń i obiektów, która umożliwia codzienną rekreację lub częste uprawianie sportów. Pozwala też regenerować siły i zdrowie bez dalszych wyjazdów, w pobliżu miejsca zamieszkania. Będą to bardzo popularne w ostatnim czasie ścieżki rowerowe, siłownie, kluby fitness, pływalnie, sale gimnastyczne, a na Górnym Śląsku także ogrody działkowe. Duża grupa takich urządzeń i obiektów w postaci boisk sportowych, kortów tenisowych, odkrytych basenów pływackich z urządzeniami sportowymi pochodzi jeszcze z okresu socjalistycznego, a obecnie poddawana jest renowacji i udostępniana mieszkańcom przez władze lokalne.

Gliwice – specyficzne cechy miasta

Gliwice są dużym miastem Górnośląskiej Aglomeracji Przemysłowej, położonym na jej zewnętrznym, zachodnim, dobrze uprzemysłowionym obrzeżu. Ostatnie lata znacznie osłabiły potencjał demograficzny miasta, co jest widoczne nie tylko w dużym spadku liczby mieszkańców, ale także w pogorszeniu struktury wieku ludności. Ubytek ludności Gliwic, liczony od końca okresu socjalistycznego, przekracza już 40 tys. mieszkańców. W 1988 r. mieszkało tu ponad 223 tys. osób – obecnie jest to już poniżej 183 tys. (spadek o 18%). Bardzo niekorzystnym trendem jest tutaj stały wzrost udziału ludności poprodukcyjnej, który aktualnie przekracza już 21%, wobec 20% w regionie śląskim. Oba zjawiska mają związek z utrzymującym się już od kilku lat ujemnym przyrostem naturalnym na poziomie od minus 1,3‰ do minus 1,7‰ oraz ujemnym saldem migracji. Wskutek tego Gliwice, wraz z wieloma innymi ośrodkami miejskimi województwa śląskiego, zaklasyfikowano do regresywnego typu zmian ludnościowych w dużych osiedlach miejskich naszego kraju (Petryszyn, 2002).

W analizie uwarunkowań tych tendencji ludnościowych Gliwic zwraca się uwagę na złożony proces kształtowania społeczności miasta po jego włączeniu w granice Polski w 1945 r. Społeczność ta jest obecnie złożona głównie z osób będących drugim i trzecim pokoleniem osadników przybyłych tu z obszarów kresowych Rzeczypospolitej. Przez znaczną część powojennego okresu sytuacja ludnościowa miasta nie była stabilna, ponieważ trwały migracje, w tym także stałe migracje zagraniczne. Współcześnie migracje mają również spore rozmiary, ale biorą w nich udział głównie ludzie młodzi, którzy opuszczają miasto i przenoszą się na przyległe obszary wiejskie (Szajnowska-Wysocka, 2002). Mieszkając poza granicami miasta, mają z nim jednak stały kontakt, ponieważ tu znajdują pracę i korzystają z istniejącej oferty usługowej. Jest to tym bardziej możliwe, że Gliwice mają korzystną sytuację na lokalnym rynku pracy. Bezrobocie jest tu relatywnie bardzo niskie i obejmuje nie więcej niż 5% ludności czynnej zawodowo (w woj. śląskim jest to ok. 9%), a wskaźnik pracujących na 1000 ludności wynosi ponad 420 osób. Duża część istniejących w mieście miejsc pracy wymaga wykwalifikowanej kadry, bowiem jest oferowana przez zakłady przemysłowe i usługowe stosujące nowoczesne technologie (przemysł samochodowy, zbrojeniowy, producenci aparatur kontrolno-pomiarowych). W ostatnim czasie tutejszy rynek pracy znacznie zmienił strukturę, doszło bowiem do dużego ograniczenia

tradycyjnych dziedzin gospodarki, opartych na górnictwie i hutnictwie. W dużym stopniu przyczyniło się do tej zmiany utworzenie Gliwickiej Specjalnej Podstrefy Ekonomicznej (jest ona częścią Śląskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej). Obejmuje ona w samym mieście ponad 370 ha, a na jej terenie zlokalizowano wiele nowoczesnych zakładów produkcyjno-usługowych. Istotnym wsparciem dla tych inwestycji jest niewątpliwie możliwość pozyskania wykwalifikowanych pracowników, przygotowywanych przez gliwicką Politechnikę, oraz obecność ponad 10 instytutów badawczych, związanych z miejscową gospodarką. Obecnie na tej gliwickiej uczelni kształci się ponad 26 tys. osób. Wcześniej studiowało tu nawet ok. 40 tys. W mieście kształci się też blisko 8 tys. młodzieży w szkołach średnich, w tym w kilku technikach o profilu przemysłowym. Tak studenci, jak i uczniowie szkół średnich pochodzą w dużym stopniu z miejscowości przyległych do Gliwic od strony zachodniej. Jest to bowiem ośrodek kształcenia położony najbliżej ich miejsc zamieszkania spośród innych miast GOP.

Szanse rozwoju gospodarczego Gliwic znacznie wzrosły po ich włączeniu w system nowych połączeń komunikacyjnych, związanych zarówno z polskimi i międzynarodowymi autostradami, jak i połączeniami wewnętrznymi pomiędzy miastami GOP. Jednak z wypowiedzi samych mieszkańców miasta, które zebrano podczas przygotowywania niniejszej pracy, można wnioskować, że w niewystarczającym stopniu zadbano tu o komfort warunków zamieszkania, a także o niektóre grupy usług. W wypowiedziach pojawiały się m.in. opinie o zabetonowaniu miasta i niewielkim udziale w jego przestrzeni terenów zielonych czy niskich wydatkach miasta na kulturę. Podkreślano, że w Gliwicach tereny leśne, parki i inna przestrzeń zielona to tylko 14% obszaru miasta (w Katowicach jest to ponad 46%, a w sąsiednim Zabrze 15%), zaś władze samorządowe wydają rocznie na kulturę ok. 140 zł na mieszkańca, gdy w Katowicach jest to prawie 700 zł. Niemniej podkreślano, że władza lokalna robi sporo dla rozbudowy bazy sportowo-rekreacyjnej, mając na uwadze m.in. budowę ogromnej hali sportowo-widowiskowej, na prawie 15 tys. osób i wiele już istniejących obiektów podobnego typu.

Analizując różne wskaźniki oceniające współczesną sytuację Gliwic w kontekście innych miast, można stwierdzić, że osiągnięto tu wysoki poziom zurbanizowania, tak w aspekcie technicznym, jak i społecznym. Szajnowska-Wysocka (2002) podaje, że u progu obecnego wieku pod względem dostępu mieszkańców do infrastruktury komunalnej odnotowano stan bliski pełnego nasycenia. Można też dodać, że po długim okresie zmian i rozwoju tutejsza społeczność w pełni akceptuje miasto jako miejsce pobytu i realizacji swoich celów życiowych.

Rekreacja i wypoczynek w Polsce Ludowej

W analizach historycznych związanych z kształtowaniem się w naszym kraju współczesnych zachowań prozdrowotnych społeczeństwa dużo uwagi poświęca się okresowi socjalistycznemu. Można tu wskazać na prace poświęcone kwestiom ogólnym tych czasów, dotyczącym szeroko rozumianej kultury (Stolarczyk, Bittner, 2015). Autorzy tych opracowań piszą, że już w pierwszych latach po zakończeniu II wojny światowej zaczęto organizować w naszym kraju na masową skalę różne formy wypoczynku „dla świata pracy”, w tym szczególnie dla dużych zakładów przemysłowych, kopalń i hut. Najpopularniejsze dla całego okresu Polski Ludowej były wczasy pracownicze, z których w szczytowym okresie rozwoju, tzn. w 1978 r., skorzystało ponad 4,5 mln osób. Wypoczynek

w górach lub nad morzem miał formę zorganizowaną, podporządkowaną także celom politycznym. Jego uczestnicy mieli nie tylko regenerować siły fizyczne, ale także poznawać zmieniający się pod rządami partii kraj czy też uczyć się współżycia w kolektywie. Ośrodki wczasowe lokalizowano przede wszystkim w obszarach górskich Beskidu Śląskiego i nad polskim morzem (np. O.W. Walcowni Łabędy „Łabędzianka” w Buczkowicach, O.W. Huty Łabędy w Mrzeżynie, O.W. Huty 1 Maja „Admirał” w Dziwnowie, O.W. Bumaru Łabędy w Świnoujściu, O.W. Kopalni Gliwice „Zagroń” w Szczyrku czy O.W. w Kudowie Zdrój). Z reguły duże zakłady czy kopalnie organizowały też dla swoich załóg ośrodki sobotnio-niedzielnego wypoczynku, położone niedaleko od miejsca pracy i zamieszkania.

Bardzo popularnymi miejscami rekreacji i wypoczynku, zwłaszcza na Górnym Śląsku, były za czasów PRL-u pracownicze ogrody działkowe, położone głównie na terenie miast. Na przydzielonych rodzinom działkach nie tylko wypoczywano, lecz także uprawiano warzywa i kwiaty. Początkowo ogrody lokalizowano na obszarach rekultywowanych po działalności przemysłowej i dlatego część z nich znajdowała się w pobliżu kompleksów fabrycznych. Z czasem jednak, jak o tym pisze E. Duś (1990), ogrody zaczęły powstawać też na terenach o mniejszym skażeniu, obejmujących obszary peryferyjne Gliwic. Ogrody (jest ich obecnie 64 na terenie Gliwic) są do dzisiaj ważnym składnikiem życia rodzinnego i społecznego mieszkańców miasta. W dawnym województwie katowickim uprawiane na tych działkach warzywa stanowiły prawie 30% ogólnej konsumpcji tych produktów.

Także i w tym mieście starania władz o sport i wypoczynek zaczęły się wkrótce po zakończeniu wojny. Jednak tutaj sprawy z tym związane nie zajmowały tak istotnego miejsca, jak w innych miastach Górnego Śląska, z powodu mniej stabilnej sytuacji społeczno-politycznej. Wynikało to ze wspomnianych wcześniej procesów napływu i wymiany ludności miasta, zachodzących po włączeniu Gliwic w granice Polski. Ważne wydaje się przypomnienie, że ludność napływająca do miasta była bardzo zróżnicowana, a dotyczyło to również nawyków prozdrowotnych i oczekiwań dotyczących sfery rekreacji i wypoczynku. Trzeba też zauważyć, że przybysze musieli w pierwszym okresie pobytu w Gliwicach pokonywać wiele trudności związanych z organizacją życia w nowym miejscu zamieszkania, a przede wszystkim bardzo ciężko pracować. Nie sprzyjało to zainteresowaniu sportem i rekreacją. Niemniej, jak to wynika z analiz historycznych dotyczących Gliwic okresu socjalistycznego, równocześnie z uruchamianiem zakładów produkcyjnych władza ludowa powoływała do istnienia kluby i organizacje, w ramach których odbudowywano istniejące wcześniej lub budowano nowe boiska i inne obiekty służące działalności sportowej. Już w 1945 r. założono duży Klub Sportowy o wymownej nazwie „Piast”, który oferował różne zajęcia nie tylko związane z piłką nożną, ale też z lekkoatletyką czy gimnastyką. Tworzono, decyzjami administracyjnymi, przyzakładowe organizacje sportowe, np. Klub Sportowy „Orzeł” przy Kopalni Sośnica, „Carbo” przy Kopalni Gliwice czy „Łabędy” przy Zakładach Mechanicznych. Oferowały one różne zajęcia, ale głównie o charakterze masowym. Wiele osób pamiętających tamten okres wspomina, że z infrastruktury klubów mogli korzystać przede wszystkim pracownicy poszczególnych zakładów. Wiele klubów zakładowych specjalizowało się w danej dziedzinie sportowej, np. Huta 1 Maja w piłce nożnej, Studencki Klub Sportowy przy Politechnice Śląskiej w tenisie ziemnym, a klub kolejarzy w siatkówce i badmintonie. W działalności klubów zakładowych najważniejsze były spartakiady zakładowe i międzyzakładowe, w których brały udział także rodziny pracowników. E. Całka (1986), badający imprezy sportowe okresu

socjalistycznego w Gliwicach, podaje, że pod koniec lat 60. mogło w nich brać udział nawet ponad 100 tys. osób. Działania te były też prężnie wspierane przez Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej (TKKF) – apolityczny związek, którego głównym celem było uczestniczenie w rozwoju kultury fizycznej oraz upowszechnianie rekreacji ruchowej. Towarzystwo prowadziło działania zmierzające do utrzymania i podnoszenia sprawności fizycznej społeczeństwa: dorosłych, młodzieży i dzieci. Miejskie TKKF w Gliwicach zrzeszało sportowe ogniska przyzakładowe (np. „Hutnik” działający w środowisku hutniczym pracowników Huty 1 Maja w Gliwicach, Ognisko „Sygnał” przy Lokomotywni Gliwice, Ognisko „Karlusy” przy Kopalni Gliwice oraz Uczniowskie Kluby Sportowe). Organizowało ono zloty, festyny, turnieje, konkursy, spartakiady i inne masowe imprezy sportowo-rekreacyjne (np. Bieg Korfantego, Złot Zimowy, Złot Letni, Rajd po uśmiech). MTKKF miało pełną swobodę działania, jak twierdzi Lesław Kwiryn – wieloletni prezes gliwickiego TKKF. W organizowanych przez towarzystwo imprezach, oprócz zgłaszanych przez zakłady pracy drużyn, mógł brać udział każdy chętny, o ile pozwalało mu na to zdrowie. Urządzano więc pikniki rodzinne (np. na Kąpielisku w Czechowicach – dzielnicy Gliwic), w których startowały w różnych konkurencjach, np. przeciągnię liny, całe rodziny. W zależności od zgłoszonych uczestników organizowano zawody w różnych dyscyplinach sportowych czy zabawach. Towarzystwo zapewniało sprzęt sportowy, a także opiekę medyczną (L. Kwiryn – wywiad).

W kontekście socjalistycznej koncepcji sportu masowego trzeba też analizować działania gliwickich władz partyjno-państwowych skierowane do młodzieży. Począwszy od lat 60. szeroką działalność w wielu dyscyplinach sportowych prowadził Międzyszkolny Związek Sportowy. W kronikach tego związku odnotowano, że w różnych jego sekcjach czynnie uczestniczyło ok. 4 tys. młodych dziewcząt i chłopców. Wśród młodzieży akademickiej działalność prowadził istniejący przy Politechnice Gliwickiej AZS, znany szczególnie z osiągnięć w sportach żeglarskich. Z tymi sportami związanych też było wiele klubów zakładowych i kopalnianych.

Istotna część działalności rekreacyjno-poznawczej, skierowanej do mieszkańców Gliwic, przypada na miejscowe koła PTTK. Wprawdzie działały one w większości przy dużych zakładach pracy, ale wiele z nich istniało też w szkołach i przy organizacjach społecznych. Ich usługi były więc dostępne nie tylko dla pracowników kopalń czy innych gigantów przemysłowych, ale także małych grup ludności interesującej się krajoznawstwem.

Wymienione powyżej tylko najważniejsze formy rekreacji i wypoczynku skierowane były do odbiorcy masowego, natomiast w czasach socjalistycznych nie było miejsca na rozwój innych sposobów prozdrowotnych działań, dostosowanych do indywidualnych potrzeb mieszkańców.

Reasumując, państwo zapewniało rozwój fizyczny i rekreację, ale w ramach istniejącej bazy szkolnej, pracowniczej, spółdzielczej, miejskiej i państwowej. Pokazuje to dobrze przykład Gliwic, w których aż do 1989 r. mieszkańcy mogli przede wszystkim odpoczywać, poprawiać swoją tężyznę fizyczną i uprawiać sporty w ramach zorganizowanych form spędzania wolnego czasu. Wiązały się z tym dwa kierunki działań. Pierwszy z nich obejmował inwestycje podejmowane przez państwo i zakłady pracy, których celem było zbudowanie odpowiedniej bazy rekreacyjno-sportowej, zaś drugi był skoncentrowany na działaniach logistycznych obejmujących popularyzację oraz organizowanie masowych form wypoczynku i uprawiania sportów wśród „świata pracy”.

Współczesny stan bazy sportowej i rekreacyjno-wypoczynkowej

Po okresie Polski Ludowej pozostało w Gliwicach wiele obiektów sportowych i rekreacyjno-wypoczynkowych. Jak o tym poprzednio wspomniano, ich wspólną cechą było ukierunkowanie działalności na masowego odbiorcę i uczestnictwo w imprezach załóg fabrycznych oraz ich rodzin. To podejście do funkcji rekreacji i wypoczynku w życiu społeczności miejskiej Gliwic uległo zasadniczej zmianie po roku 1989. Stało się to za sprawą głębokich reform systemowych, upodmiotawiających działania samorządów w sferze kultury, sportu czy rekreacji. Równocześnie sport i rekreacja, podobnie jak większość dziedzin naszego życia, zaczęły w dużym stopniu funkcjonować na zasadach rynkowych. Pozwoliło to znacznie rozszerzyć istniejącą w Gliwicach bazę sportową i rekreacyjno-wypoczynkową. Jest ona zróżnicowana pod względem rodzajowym i własnościowym. Pod względem własności najogólniej podzielić ją można na organizowaną przez różne instytucje sektora publicznego oraz stanowiące własność spółek i osób fizycznych sektora prywatnego. Do pierwszej grupy należą z reguły duże obiekty typu stadiony sportowe, pływalnie, kryte baseny, parki czy wielkopowierzchniowe tereny wypoczynkowe oraz ścieżki rowerowe. Natomiast do drugiej – powszechne dzisiaj kluby fitness, siłownie, korty tenisowe lub ścianki wspinaczkowe. Większość obiektów i urządzeń sportowych oraz służących rekreacji i wypoczynkowi, znajdujących się obecnie w Gliwicach, powstała lub została zmodernizowana w ostatnich 25 latach, co można łączyć zarówno z głębokimi przemianami w świadomości społecznej mieszkańców naszego kraju, w kwestii dbałości o zdrowie i sprawność fizyczną, jak i ze zmianą ekonomiczno-ustrojowych warunków organizowania bazy urządzeń sportowo-rekreacyjnych. Poniżej w tabeli podano aktualną liczbę obiektów znajdujących się w mieście, służących uprawianiu sportów, rekreacji i wypoczynkowi.

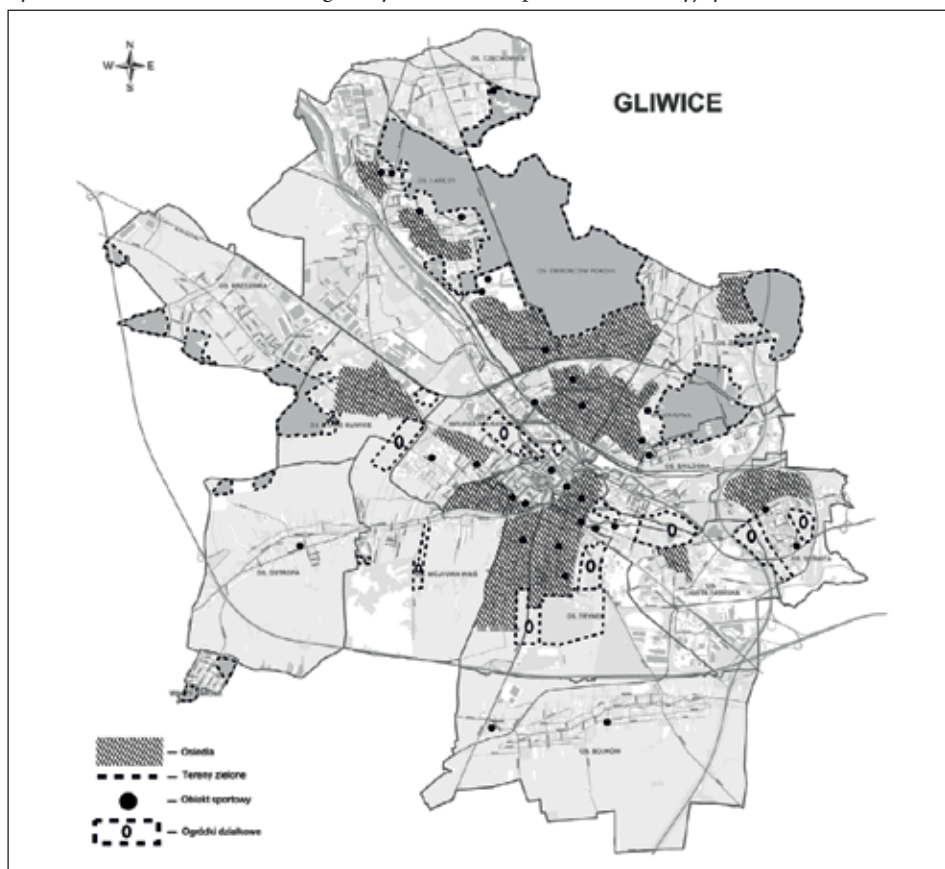
Tab. 1. Ważniejsze obiekty sportowe i rekreacyjno-wypoczynkowe w Gliwicach

Rodzaj obiektu/urządzeń	Liczba	Właściciel
Stadion sportowy	4	miasto
Ścieżki rowerowe (km)	60	miasto
Hale sportowe	5	miasto/osoby prywatne
Boiska do gier zespołowych	12	miasto
Pływalnie	5	miasto/osoby prywatne
Korty tenisowe	6	miasto/osoby prywatne
Hala do squasha	3	miasto/osoby prywatne
Ścianki wspinaczkowe	3	miasto/osoby prywatne
Kąpieliska	2	miasto
Lodowiska (curling)	1	miasto
Hala do boksu	1	miasto
Siłownie na wolnym powietrzu	12	miasto
Siłownie	30	miasto/osoby prywatne
Kluby fitness	24	miasto/osoby prywatne
Studia tańca	7	miasto/osoby prywatne
Ogródki działkowe	64	miasto

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W ocenie stanu ilościowo-strukturalnego tych urządzeń i obiektów trzeba przede wszystkim określić warunki ich funkcjonowania związane z czynnikami rynkowymi i polityką władz lokalnych w zakresie zdrowia i wypoczynku mieszkańców. Można w związku z tym stwierdzić, że istniejąca w Gliwicach baza rekreacyjno-wypoczynkowa należąca do sektora prywatnego, zwłaszcza w takich dziedzinach jak fitness, siłownie, korty tenisowe, jest dobrze dostosowana do potrzeb. Natomiast obiekty i urządzenia sektora publicznego powstają najczęściej w sposób planowy i są silnie uzależnione od możliwości finansowych samorządu miejskiego. W ich realizacji uwzględnia się w dużym stopniu potrzeby lokalnej społeczności. Priorytetowymi inwestycjami ostatnich lat były w Gliwicach kryte pływalnie, modernizacje miejskich stadionów oraz kompleksów sportowych przy szkołach i miejska Palmiarnia, którą wzbogacono o nowe pawilony. W kontekście realizacji tych inwestycji ważne wydaje się wzbogacanie bazy rekreacyjno-wypoczynkowej, która usprawnia siły fizyczne młodzieży, a jej część służy wypoczynkowi osób starszych (głównie kryte baseny, parki, tereny spacerowe). Dzięki temu w programie miejscowego uniwersytetu III wieku znalazły się zajęcia na basenach, które spopularyzowały ideę samego Uniwersytetu.

Ryc. 1. Gliwice – rozmieszczenie głównych obiektów sportowo-rekreacyjnych



Źródło: opracowanie własne na podstawie mapy i danych Urzędu Miejskiego w Gliwicach

Istotną kwestią związaną z bazą urządzeń sportowo-rekreacyjnych Gliwic jest jej dostępność, wynikająca z położenia w przestrzeni miasta. Zagadnienie to pokazano na ryc. 1. Na jej podstawie można stwierdzić znaczne skoncentrowanie obiektów w centralnej części miasta, gdzie znajdują się tereny Politechniki Śląskiej, dobrze wyposażone w obiekty do gier zespołowych, a także korty tenisowe i lodowisko. Można też ustalić, że mieszkańcy poszczególnych dzielnic mieszkaniowych mają możliwość skorzystania z położonych w pobliżu terenów zielonych klubów fitness, siłowni, a także ścieżek rowerowych.

W kontekście postępującego w mieście rozwoju bazy rekreacyjno-wypoczynkowej bardzo istotna wydaje się sprawa przemyślanego modelu rekreacji i wypoczynku dla mieszkańców, uwzględniającego nie tylko samą strukturę rodzajową obiektów, ale także optymalizację ich wykorzystania. Gestorami bazy jest bowiem wiele podmiotów, choć największą rolę odgrywa Miejski Zarząd Usług Komunalnych, będący organem lokalnego samorządu. Równocześnie działalność na rzecz zdrowia, rekreacji i wypoczynku prowadzi w mieście ponad 60 organizacji pozarządowych, których pracę trudno koordynować i planować w określonym kierunku. Rodzi się potrzeba modelowego ujęcia tych różnych działań, służących całej społeczności miasta.

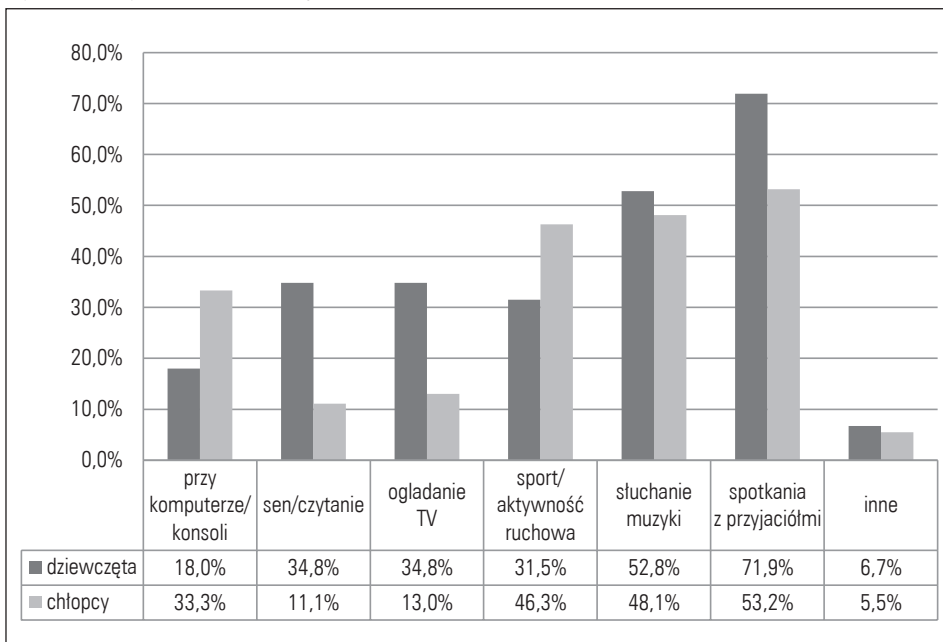
Aktywność fizyczna i zajęcia rekreacyjne gliwickiej młodzieży

Uprawianie przez młodzież zajęć fizycznych uwarunkowane jest wieloma czynnikami (Mogiła-Lisowska, 2010). Jednym z głównych z nich jest preferowany styl życia dziewcząt i chłopców zakorzeniony we wzorcach społecznych, związanych z dbałością o zdrowie i aktywność fizyczną. W prezentowanych poniżej badaniach starano się ustalić, jak w tym zakresie postępuje młodzież kształcąca się w gliwickich szkołach średnich i jak korzysta ona z istniejącej w mieście bazy urządzeń sportowo-rekreacyjnych. Ogólnie na podstawie przeprowadzonych badań można stwierdzić, że dbałość ankietowanych osób o sprawność fizyczną jest dosyć ograniczona, zwłaszcza w kontekście innych zajęć wypełniających uczniom czas wolny. Dla największej części badanych (prawie 72% dziewcząt i 54% chłopców) najważniejszym zajęciem w czasie wolnym są spotkania z przyjaciółmi, wspólne rozmowy, spacer, pobyty w galeriach handlowych. Kolejnym zajęciem według hierarchii ważności, na które wskazywano w ankietach, jest słuchanie muzyki. Natomiast trzecią pozycję wśród najbardziej znaczących dla chłopców i piątą wśród dziewcząt zajmuje sport i aktywność ruchowa (ryc. 2).

Znaczny odsetek badanych podaje, że wykorzystuje swój wolny czas na korzystanie z komputera (przeglądanie stron internetowych, portali społecznościowych) i oglądanie TV. Telewizja jest zajęciem absorbującym wolny czas w szczególności dziewczętom, a w mniejszym stopniu chłopcom (ryc. 2). Z kolei komputer interesuje bardziej chłopców. Na ryc. 3 pokazano, ile czasu poświęcali badani na przeglądanie stron internetowych, w tym także portali społecznościowych. Wielu badanych czynność ta zajmuje nawet ponad dwie godziny dziennie, przy czym ciekawym jest, że więcej czasu przeglądaniu internetu poświęcają dziewczęta niż chłopcy. Stosunkowo małe zainteresowanie mają wśród badanych gry komputerowe i gry na konsolach. W ogóle nie korzysta z tych gier prawie $\frac{3}{4}$ badanych dziewcząt i blisko 30% chłopców.

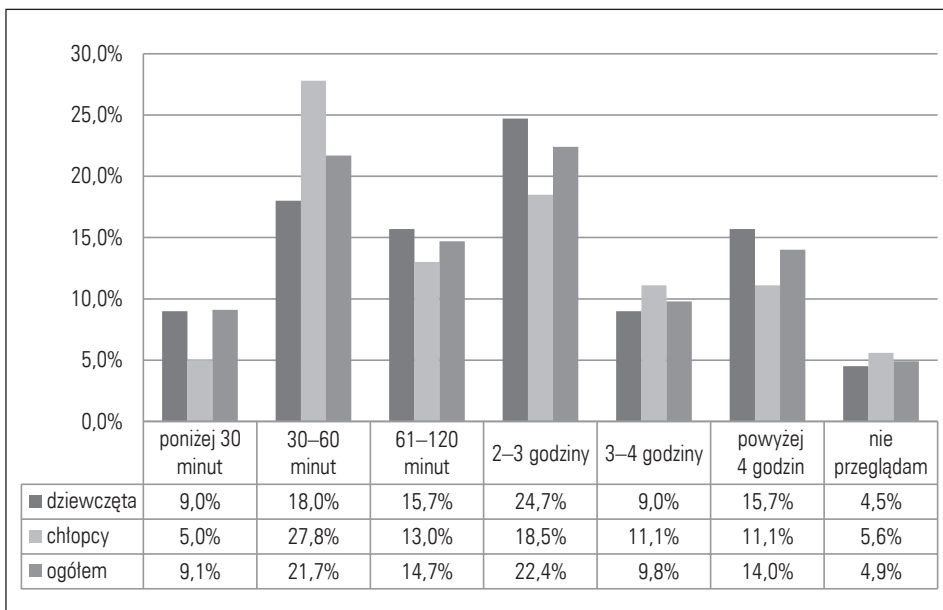
Istotne dla polityki inwestycyjnej miasta w zakresie bazy urządzeń sportowo-rekreacyjnych są odpowiedzi na pytanie, które obiekty tej bazy są najważniejsze dla kształtowania sprawności fizycznej respondentów. Młodzież mogła wybrać 3 odpowiedzi spośród

Ryc. 2. Formy spędzania wolnego czasu przez respondentów



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 3. Czas (średnia w ciągu doby) spędzany na przeglądaniu stron internetowych (w tym także portali społecznościowych) przez badaną grupę respondentów



Źródło: opracowanie własne

11 zaproponowanych. Wskazano, że do takich obiektów należą przede wszystkim siłownie (54%), boiska do gier zespołowych (47,5%), baseny (44%), ścieżki rowerowe (ok. 27%). Pozostałe obiekty uzyskały niższe odsetki wskazań. Przykładowo, ścianki wspinaczkowe, jako najważniejsze urządzenia do ćwiczeń sportowych, wskazało tylko 1,4% badanych. Nieco inny rozkład dotyczy odpowiedzi na pytanie o faktyczne korzystanie z istniejących w Gliwicach obiektów (tab. 2.)

Tab. 2. Wykorzystanie obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych w Gliwicach przez dziewczęta i chłopców

Rodzaje obiektów sportowo-rekreacyjnych	Dziewczęta	Chłopcy	Ogółem
Boisko do gier zespołowych	21,3%	38,9%	28,0%
Basen	30,3%	31,5%	30,8%
Korty tenisowe	1,1%	1,9%	1,4%
Siłownia	21,3%	46,3%	30,8%
Sala gimnastyczna	18,0%	9,2%	14,7%
Klub fitness	9,0%	3,7%	7,0%
Park z urządzeniami sportowymi na wolnym powietrzu	19,1%	5,5%	14,0%
Ścianka wspinaczkowa	1,1%	1,8%	1,4%
Nordic walking	2,2%	0,0%	1,4%
Ścieżka rowerowa	33,7%	20,4%	28,7%
Ćwiczę w domu	60,7%	31,5%	49,6%
Inne	7,9%	5,5%	7,0%
Nie podejmuję aktywności ruchowo- rekreacyjnej	2,2%	0,0%	1,4%

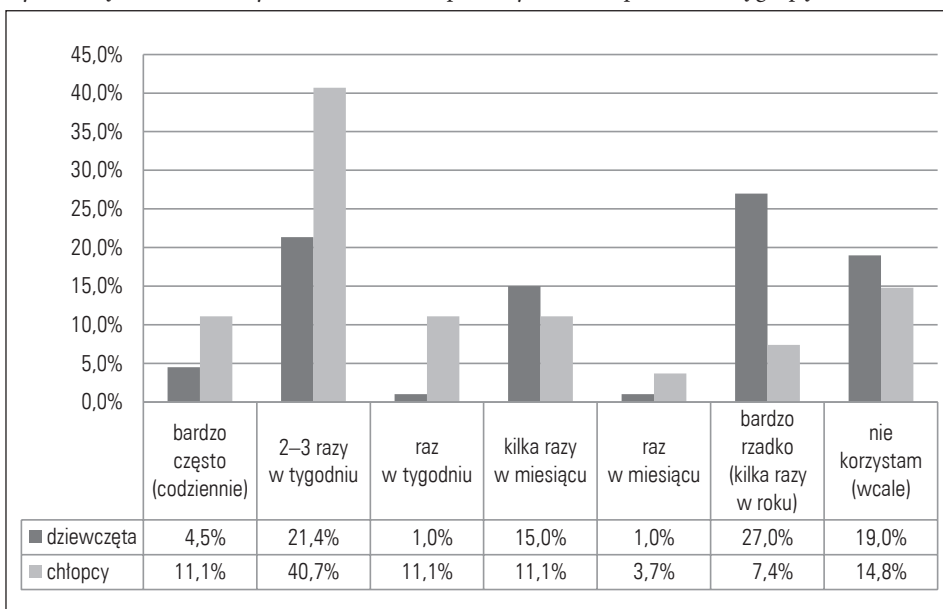
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Badani chłopcy stwierdzili, że blisko połowa z nich korzysta z siłowni, a ok. 40% z boisk do gier zespołowych. Ponad 30% badanych bywa też na basenach. Natomiast badane dziewczęta korzystają głównie z basenów, ścieżek rowerowych (po ok. 30% badanych) i boisk do gier zespołowych.

Ważna dla kształtowania sprawności ruchowej badanych jest częstotliwość korzystania z wymienionych wcześniej obiektów i urządzeń sportowo-rekreacyjnych. W tej kwestii odpowiedzi badanych wskazują (ryc. 4) na duże różnice pomiędzy chłopcami a dziewczętami. Spośród chłopców, którzy ćwiczą na obiektach, aż 63% robi to przynajmniej raz w tygodniu, przy czym prawie codziennie ćwiczy ponad 11%. Natomiast w przypadku dziewcząt te wskaźniki są wyraźnie niższe i wynoszą odpowiednio niecałe 27% oraz 4,5%.

Jednym z celów badania zbiorowości uczniów była odpowiedź na pytanie, jakie są główne ograniczenia w korzystaniu przez młodzież z istniejącej w Gliwicach bazy sportowo-rekreacyjnej. Trudno o jednoznaczną odpowiedź, gdyż aż połowa ankietowanych twierdzi, że nie bywa na basenach, siłowniach czy innych obiektach, ponieważ brak im czasu. Równocześnie, jak to stwierdzono już wcześniej, badani przeznaczają dużo swojego wolnego czasu na przeglądanie stron internetowych, oglądanie telewizji czy inne zajęcia niepoprawiające ich sprawności fizycznej. Istotnym ograniczeniem nie

Ryc. 4. Częstotliwość korzystania z obiektów sportowych Gliwic przez badaną grupę uczniów



Źródło: opracowanie własne

jest z pewnością brak finansów na korzystanie z obiektów. Na taką przyczynę wskazało tylko 14% badanych. Znikomy procent (ok. 5% ogółu badanych) twierdzi też, że nie korzysta z basenów, siłowni czy klubów fitness, ponieważ nie ma w pobliżu miejsca zamieszkania interesujących ich obiektów. Natomiast spora grupa (aż 28% ogółu badanych) przyznaje, że nie korzysta z obiektów sportowo-rekreacyjnych znajdujących się w mieście, bo po prostu nie ma takiej chęci. Te zaś, jak się wydaje, zależne są od osobistych motywacji człowieka i ukształtowanych w rodzinach wzorców dotyczących stylu życia (Mroczkowska, 2011). Interesujące w tym kontekście były odpowiedzi uczniów związane z zajęciami szkolnymi z wychowania fizycznego. Wprawdzie ponad 90% badanych ćwiczy na lekcjach WF, ale prawie 45% robi to niechętnie. Niewiele dziewcząt i chłopców korzysta też z pozalekcyjnych zajęć sportowo-rekreacyjnych oferowanych przez szkołę. Blisko 1/3 badanych w ogóle nie wiedziała o takich zajęciach, a tylko 12% brało w nich udział.

Z pewnością dla kształtowania prospośnościowych zachowań młodzieży ważne są wzorce obecne w ich domach. Z uzyskanych w ankiecie informacji wynika, że tylko 11% badanych ma rodziców, którzy ćwiczą stale i poprawiają sprawność ruchową, a 1/3 czyni to sporadycznie. Natomiast prawie połowa nie dba o tę sprawność w ogóle.

Korzystanie z urządzeń i obiektów udostępnianych mieszkańcom to nie jedyna możliwość dbania o zdrowie, którą ma gliwicka młodzież. Wiele badanych osób, o czym wspomniano już wcześniej, ćwiczy indywidualnie w domu lub uprawia różne sporty w okresie wakacji czy przerwy międzysemestralnej. Wyjeżdża na obozy specjalistyczne, obozy wędrówne lub praktykuje inne formy zajęć aktywnych. W badaniach pytano młodzież o jej wyjazdy turystyczno-wypoczynkowe w ciągu ostatniego roku. Uzyskane odpowiedzi pozwalają stwierdzić, że większość wyjeżdżała poza Gliwice wiele razy w roku. W sumie aż

22% badanych było na jedno- lub kilkudniowych wyjazdach od 6 do 10 razy. Nierzadkie wśród badanych były też wyjazdy zagraniczne. Brało w nich udział ok. 40% badanych, spośród których ponad 1/5 była na takich wyjazdach jeden raz, a pozostali dwa razy lub więcej razy. Ankietowani podawali też w swoich odpowiedziach, że większość (prawie 64% ogółu) spędziła ostatnie wakacje w górach lub nad morzem. Były to zarówno wyjazdy z rodzicami (34% wyjeżdżających), jak i pobyty z kolegami lub koleżankami (ok. 22%), a nieliczne osoby (ok. 4% badanych) spędziły część wakacji na zorganizowanych obozach młodzieżowych.

Dla badanej młodzieży Gliwic ulubionymi miejscami spotkań z przyjaciółmi czy pobytów rekreacyjnych są w tym mieście parki, kąpieliska oraz tereny leśne. W ostatnim roku w takich miejscach przebywało aż 86% badanych. W ankietach podawano, że 31% badanych odwiedza Park Chopina, a od 12 do 16% było w Parku Chrobrego, na kąpielisku w Czechowicach i na kilku placach miejskich. Blisko 1/5 badanych lubi wyjeżdżać poza miasto (Pławniowice, Dzierżno, Chechło czy Bargłówka).

Planując dalszy rozwój obiektów sportowo-rekreacyjnych w Gliwicach, warto wziąć pod uwagę motywacje młodzieży do podejmowania aktywności fizycznej. Badania pokazują, że ćwiczy się głównie dla osiągnięcia sportowej sylwetki i dobrej sprawności ruchowej. Te motywacje są najważniejsze dla 68% badanych dziewcząt i 35% chłopców. Dla ponad 42% ogółu ankietowanych uprawianie zajęć sportowych i wypoczynek ruchowy to bardzo ważne czynniki poprawy stanu zdrowia. Innymi powodami są: odstresowanie (33,6% badanych), moda i koledzy (prawie 10%) oraz traktowanie sportu jako pasji życiowej (ok. 15% – głównie chłopcy).

Wnioski

Przeprowadzone dla potrzeb tej pracy badania i wykonana analiza pozwalają stwierdzić, że współcześnie, mimo wzrastających możliwości prowadzenia aktywnego pod względem fizycznym stylu życia, pojawiło się wiele ograniczeń dla uprawiania sportu i rekreacji, zwłaszcza przez młodzież. Gliwice są dobrym przykładem miasta, gdzie w ostatnich latach powiększyła się wyraźnie i zmieniła strukturę baza obiektów umożliwiających aktywność fizyczną, ale równocześnie w budżecie czasu wolnego uczniów coraz więcej miejsca zajmują gry komputerowe, przeglądanie stron internetowych czy oglądanie filmów w telewizji. Miasto pozyskało w ostatnich latach sporo takich urządzeń sportowo-rekreacyjnych, na które istnieje największy popyt grup młodzieżowych, np. ścieżki rowerowe, baseny czy korty tenisowe, z których można łatwo korzystać tak ze względu na dostęp przestrzenny, jak i brak większych ograniczeń ekonomicznych. Nie poprawia to jednak znacząco samej aktywności fizycznej młodzieży. W preferencjach młodzieży dotyczących zagospodarowania czasu wolnego sport i rekreacja fizyczna znajdują się na dosyć odległych pozycjach, znacznie poza spotkaniami towarzyskimi, oglądaniem telewizji czy przeglądaniem stron internetowych. Dotyczy to w szczególności dziewcząt, które zajęcia aktywizujące fizycznie wskazały dopiero na piątym miejscu, gdy wśród chłopców znalazły się one na trzeciej pozycji. Tej sytuacji nie tłumaczą ani ograniczenia finansowe w dostępie do płatnych form sportu czy rekreacji (basen, siłownia, zajęcia fitness), ani też brak tego typu obiektów i urządzeń w pobliżu miejsca zamieszkania badanej młodzieży. Stoi ona obecnie przed wieloma różnymi możliwościami sposobów spędzania wolnego czasu i, jak pokazują badania, w podejmowaniu samodzielnych decyzji kieruje się bardziej

chęcią poznawania świata, ludzi czy różnych zdarzeń za pomocą nowych nośników informacji, niż dbałością o sprawność fizyczną i zdrowie. Jak się wydaje, sytuację można znacznie poprawić, odwołując się do sprawdzonych form pobudzania aktywności ruchowej ludzi młodych, takich jak organizowanie przez szkoły czy różne instytucje młodzieżowe imprez sportowych oraz zajęć rekreacyjnych. W grę wchodzić też mogą obozy młodzieżowe w czasie wakacji czy rajdy rowerowe, spływy kajakowe itp. Tego typu zajęcia były masowo organizowane i popularyzowane w czasach PRL-u. Służyły wprowadzić nie tylko celom sportowo-rekreacyjnym, ale wtedy aktywność sportowa młodzieży była większa niż obecnie.

Literatura

References

- Całka, E. (1986). Sport – rekreacja – turystyka. *Zeszyty Gliwickie*, 17, 369–383.
- Duś, E. (1990). Ogrodnictwo działkowe w Górnośląskim Okręgu Przemysłowym. *Geographia. Studia et Dissertationes*, 14, 93–117.
- Kowalczyk, A., Derek, M. (2010). *Zagospodarowanie turystyczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kurek, W. (red.). (2007). *Turystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mogila-Lisowska, J. (2010). Rekreacyjna aktywność ruchowa Polaków – uwarunkowania i styl uczestnictwa. *Studia i Monografie*. Warszawa: Akademia Wychowania Fizycznego w Warszawie.
- Mroczkowska, D. (red.). (2011). *Czas wolny. Refleksje, dylematy, perspektywy*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Nowak, F.P. (2010). *Aktywność fizyczna oraz inne zachowania zdrowotne w stylu życia menedżerów*. Opole: Wydawnictwo Politechniki Opolskiej.
- Pawlikowska-Piechotka, A. (2009). *Zagospodarowanie turystyczne i rekreacyjne*. Gdynia: Wydawnictwo Novae Res.
- Petryszyn, J. (2002). Rozwój demograficzny dużych miast Polski. W: J. Ślodziński (red.), *Demograficzne i społeczne aspekty rozwoju miast*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Stolarczyk, D., Bittner, K. (red.). (2015). *W kręgu kultury PRL. Sport*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu.
- Szajnowska-Wysocka, A. (2002). Urbanizacja demograficzna Gliwic. W: J. Ślodziński (red.), *Demograficzne i społeczne aspekty rozwoju miast*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Szujecki, K. (2014). *Życie sportowe w PRL*. Warszawa: Wydawnictwo Bellona.
- Wieczorek-Szymańska A. (2009). Koncepcja kapitału ludzkiego w teorii ekonomii – przegląd wybranych podejść. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, 17.
- Wronowska, D. (2005). Koncepcje kapitału ludzkiego – ujęcie historyczne. W: D. Kopycińska (red.), *Teoretyczne aspekty gospodarowania*. Szczecin: Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego.

Agata Kurek-Obrocka, mgr, Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego nr 1 w Gliwicach. Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Od ukończenia studiów nauczyciel przedmiotów ekonomicznych i matematyki w gliwickich szkołach ponadgimnazjalnych. Na Uniwersytecie Śląskim w Katowicach ukończyła studia podyplomowe w zakresie ICT, języków obcych oraz drugiego przedmiotu: matematyka. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się na badaniu aktywności fizycznej młodzieży szkolnej w mieście przemysłowym oraz determinantów tej aktywności.

Agata Kurek-Obrocka, MA in economics – University of Economics in Katowice; works at: Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego nr 1 in Gliwice (The Centre of Vocational and

Lifelong Training no 1); since graduating she has been teaching economics subjects and mathematics in secondary schools in Gliwice; completed post-graduate ICT, foreign languages and mathematics studies; her research attention is focused on studying young people's physical activity in an industrial city and its determinants.

Adres/Address:

Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego nr 1
ul. Kozielska 1
44-100 Gliwice, Polska
e-mail: pracownia47@wp.pl

KRZYSZTOF SALA

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

Rola turystyki w rozwoju obszarów transgranicznych na przykładzie Euroregionu Niemen

The Role of Tourism in the Development of Cross-Border Areas Based on the Example of the Neman Euroregion

Streszczenie: Celem niniejszej publikacji jest zaprezentowanie roli ruchu turystycznego jako czynnika determinującego rozwój obszarów transgranicznych. W artykule podano przyczyny, podstawy i uwarunkowania rozwoju turystyki transgranicznej. Opisano genezę, przyczyny powstania i podstawy formalne funkcjonowania euroregionów, a także scharakteryzowano znaczenie turystyki w aktywizacji gospodarczej obszarów nadgranicznych. Artykuł zawiera również dane statystyczne i ich analizę w odniesieniu do zmian, które zaszły w ostatnich latach. Jako przykład dla rozważań wykorzystano Euroregion Niemen. Publikacja stanowi też próbę prognozy przyszłej sytuacji w dziedzinie turystyki transgranicznej i roli tego euroregionu w przyszłości. Literatura dotycząca omawianej tematyki jest dość bogata. Artykuł powstał przy wykorzystaniu materiałów książkowych i prasowych, a także ogólnodostępnych danych statystycznych i informacji netograficznych. Metodą badawczą zastosowaną w artykule stała się krytyka piśmiennicza literatury obejmującej poruszaną tematykę. Podejście badawcze uwzględnia dane ilościowe i jakościowe dotyczące turystyki w obszarach transgranicznych. Narzędzie badawcze stanowiła analiza danych statystycznych. Wyniki badań wyraźnie wskazują na znaczącą rolę turystyki w aktywizacji gospodarczej wszystkich krajów obszaru transgranicznego. Wnioski, które można wysnuć na ich podstawie, wyraźnie wskazują na celowość istnienia i funkcjonowania euroregionów na obszarze Europy, a w szczególności omawianego Euroregionu Niemen. Sam euroregion stanowi czynnik pobudzający i rozwijający aktywność turystyczną.

Abstract: the purpose of this publication is to present the role of tourism as a factor in determining the development of cross-border areas. The article provides the reasons and basis for cross-border tourism development. It also describes the origins, causes and legal regulations regarding the functioning of euroregions, as well as characterises the importance of tourism in economic activation of border areas. The paper also contains statistical data and their analysis in the context of the changes that have taken place in recent years. Euroregion Neman serves as the source for considerations. The article also attempts at forecasting the future situation in cross-border tourism and the role of this Euroregion in the future. Literature on this subject is quite rich. The article was written with the use of books and press releases, as well as statistical data and Internet sources. Research method used in the article is a review of literature covering analysed topics. The research takes into account quantitative and qualitative data on

tourism in the cross-border areas. Analysis of statistical data constitutes the research tool of the article. Results of the research clearly indicate the important role of tourism in the economic activation of all countries of the cross-border area. Conclusions that can be drawn on their basis clearly indicate the desirability of the existence and functioning of Euroregions in Europe, and in particular of the Euroregion Neman. The euroregion itself is a factor stimulating and developing tourism activity.

Słowa kluczowe: euroregion; obszar transgraniczny; ruch turystyczny; turystyka

Keywords: Euroregion; tourist traffic; tourism; transborder area

Otrzymano: 18 października 2016

Recived: 18 October 2016

Zaakceptowano: 23 lutego 2017

Accepted: 23 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Sala, K. (2017). Rola turystyki w rozwoju obszarów transgranicznych na przykładzie Euroregionu Niemen. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 143–158. DOI: 10.24917/20833296.13.11

Wstęp

Turystyka stanowi jeden z największych fenomenów współczesnej gospodarki. Jej znaczenie w codziennym życiu jest trudne do przecenienia. Liczba uczestników ruchu turystycznego systematycznie wzrasta i przekroczyła już miliard osób na całym świecie. Turystyka wywiera istotny wpływ na wiele aspektów codziennego życia człowieka i kształtuje jego światopogląd. Jej wyjątkowość polega przede wszystkim na tym, że poznawaniu świata towarzyszą regeneracja sił psychicznych i fizycznych oraz kształtowanie osobowości. Przyczynia się to do wzmacniania więzi pomiędzy narodami, kreuje nowe miejsca pracy i dostarcza pokaźnych dochodów dla gospodarek wielu państw. Ważnym aspektem turystyki jest jej międzynarodowy charakter.

Celem niniejszej publikacji jest analiza roli ruchu turystycznego jako czynnika determinującego rozwój obszarów transgranicznych. Przedmiotem artykułu są przyczyny, podstawy i uwarunkowania rozwoju turystyki transgranicznej. Opisano w nim genezę, przyczyny powstania i podstawy formalne funkcjonowania euroregionów, a także scharakteryzowano znaczenie turystyki w aktywizacji gospodarczej obszarów nadgranicznych. Artykuł zawiera również dane statystyczne i ich analizę w odniesieniu do zmian, które zaszły w ostatnich latach. Jako przykład dla rozważań wykorzystano Euroregion Niemen. Publikacja stanowi też próbę prognozy przyszłej sytuacji w dziedzinie turystyki transgranicznej i roli tego euroregionu w przyszłości.

Literatura dotycząca omawianej tematyki jest dość obszerna. Artykuł powstał przy wykorzystaniu materiałów książkowych, artykułów prasowych, ogólnodostępnych danych statystycznych, jak również informacji netograficznych.

Metodą badawczą, którą zastosowano w artykule, była krytyka piśmiennicza literatury obejmującej poruszaną tematykę. Podejście badawcze uwzględnia dane ilościowe i jakościowe dotyczące turystyki w obszarach transgranicznych. Narzędzie badawcze stanowiła analiza danych statystycznych.

Korzenie i cele transgranicznych form współpracy w Europie

Idee współpracy lokalnych i regionalnych społeczności obszarów transgranicznych narodziły się w Europie Zachodniej w latach 50. XX w. Ich powstanie zbiegło się w czasie z początkami integracji krajów Europy Zachodniej i formowania EWG. Pionierami idei współpracy wykraczającej poza granice były regiony z pogranicza norwesko-szwedzko-fińskiego, holendersko-niemieckiego oraz niemiecko-francuskiego. W niektórych krajach zachodnioeuropejskich, takich jak Hiszpania, Portugalia i Grecja, rozpoczęto współpracę transgraniczną o wiele później, bo dopiero w latach 80. Stało się to możliwe dzięki przemianom politycznym i rozwojowi demokracji w tych krajach (Czekaj, 2007).

Jeszcze później, bo dopiero po 1989 r., doszło do zainicjowania podobnych procesów w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Odzyskanie suwerenności politycznej, transformacja gospodarki w kierunku gospodarki rynkowej, demokratyzacja państwa i budowa społeczeństwa obywatelskiego połączona z rozwojem samorządności lokalnej i rozwojem świadomości regionalnej stały się fundamentalnymi czynnikami wpływającymi na współpracę na granicach tych państw. Sytuacja wyglądała analogicznie również w przypadku Polski (Moraczewska, 2008).

Pierwszy euroregion obejmujący obszary Polski – Nysa – został powołany w 1991 r. W następnych latach liczba euroregionów systematycznie się zwiększała aż do 2003 r. Obecnie istnieje łącznie 16 euroregionów. Listę wszystkich utworzonych euroregionów w granicach Polski przedstawia tabela 1.

Tab. 1. Euroregiony na obszarze Polski w 2015 r.

Nazwa euroregionu	Rok utworzenia	Kraje członkowskie w momencie utworzenia
Nysa	1991	Polska, Niemcy, Czechy
Karpacki	1993	Polska, Słowacja, Ukraina, Węgry, Rumunia
Szprewa–Nysa–Bóbr	1993	Polska, Niemcy
Pro Europa Viadrina	1993	Polska, Niemcy
Tatry	1994	Polska, Słowacja
Bug	1995	Polska, Ukraina, Białoruś
Pomerania	1995	Polska, Niemcy, Szwecja
Glacensis	1996	Polska, Czechy
Niemen	1997	Polska, Litwa, Białoruś
Pradziad	1997	Polska, Czechy
Bałtyk	1998	Polska, Rosja, Litwa, Szwecja, Dania
Śląsk Cieszyński	1998	Polska, Czechy
Silesia	1998	Polska, Czechy
Beskidy	2000	Polska, Czechy, Słowacja
Puszcza Białowieska	2002	Polska, Białoruś
Łyna–Ława	2003	Polska, Rosja

Źródło: Czekaj (2007)

Wyczerpujące uzasadnienie potrzeby prowadzenia współpracy transgranicznej zawarto w preambule do *Europejskiej karty regionów granicznych i transgranicznych*: „Granice są «bliznami historii». Współpraca transgraniczna pomaga w łagodzeniu niekorzystnych skutków istnienia granic, a także w przezwyciężaniu skutków położenia terenów przygranicznych na narodowych obrzeżach państw oraz służy poprawie warunków życiowych osiadłej tam ludności. Współpraca ta obejmować powinna wszystkie dziedziny życia kulturalnego, społecznego i gospodarczego, a także rozwoju związanej z nimi infrastruktury” (*Europejska...*, 2004: 2).

Głównym zamierzeniem współpracy transgranicznej jest zniesienie barier i utrudnień wynikających z istnienia granic państwowych. Uwarunkowania historyczne i polityczne, takie jak obawa przed agresją militarną, faworyzowanie własnych narodowych struktur gospodarczych, miały zasadniczy wpływ na słabsze zaludnienie stref granicznych. Działalność gospodarcza, handel oraz ludność ciążyły ku centrom państw narodowych. Szlaki komunikacyjne biegly równolegle do granic. Granice naturalne, takie jak rzeki, jeziora, morza i góry, potęgowały znaczenie granicy jako zapory. Ideologie polityczne oraz ambicje oddzielnych bloków militarnych przekształciły granice państwowe w szczelne rubieże.

Szczególną formą współpracy transgranicznej, w której biorą udział społeczności lokalne i regionalne, jest współpraca w ramach euroregionów. Forma ta wyróżnia się najwyższym stopniem instytucjonalizacji struktur współdziałania ponadgranicznego. Współpraca transgraniczna nabiera cech współpracy euroregionalnej z chwilą wprowadzenia stałych, instytucjonalnych form współdziałania przez tworzenie stowarzyszeń (związków celowych), rad, sekretariatów, grup roboczych, komitetów zarządzających itp., a także licznych powiązań z wyspecjalizowanymi krajowymi i międzynarodowymi organami koordynacji współpracy transgranicznej (Klima, 2001).

Termin *euroregion* nie ma charakteru formalnego i nie występuje w oficjalnych dokumentach Unii Europejskiej oraz w większości umów międzypaństwowych odnoszących się do regionów prowadzących współpracę ponadgraniczną. *Euroregion* stanowi określenie raczej potoczne, lecz mocno już ugruntowane w literaturze i mass mediach oraz występujące coraz częściej w różnych oficjalnych dokumentach regionalnych i lokalnych związanych z formalizacją współpracy transgranicznej, zwłaszcza w krajach Europy Środkowej i Wschodniej.

Podstawowymi celami współpracy w euroregionie są rozwój społeczno-gospodarczy i stała poprawa warunków życia mieszkańców. Współpraca pomaga w pozyskiwaniu środków unijnych przeznaczonych na projekty transgraniczne. Ułatwia też nawiązywanie kontaktów gospodarczych, kulturalnych i sportowych, a także rozwój turystyki na obszarze państw członkowskich.

Euroregion Niemen jako obszar turystyczny

Inicjatywa utworzenia Euroregionu Niemen jako obszaru współpracy transgranicznej Polski, Rosji, Litwy i Białorusi znalazła swój wyraz w deklaracji III Bałtyckiego Forum Gospodarczego, które odbyło się w lutym 1995 r. w Wigrach koło Suwałk. Inicjatywę tę poprzedziło zawarcie przez wojewodę suwalskiego dwóch porozumień transgranicznych z (Zduński, 2002):

- przewodniczącym administracji obwodu kaliningradzkiego (Rosja) w 1992 r.,
- województwem grodzieńskim (Białoruś) w 1994 r.

Euroregion został powołany w dniu 6 czerwca 1997 r. w wyniku podpisania w Augustowie porozumienia o utworzeniu Związku Transgranicznego Euroregionu Niemen. W kilka miesięcy później, w dniu 27 listopada 1997 r., zarejestrowano Stowarzyszenie Gmin Polskich Euroregionu Niemen, a w skład komitetu założycielskiego stowarzyszenia weszły gminy Olecko i Puńsk oraz miasto Suwałki. Obecnie stowarzyszenie nosi nazwę Stowarzyszenie „Euroregion Niemen”. 4 kwietnia 2002 r. do euroregionu przystąpiła strona rosyjska. Ze względu na częste zmiany dokładne dane na temat powierzchni, liczby ludności czy też liczby gmin członkowskich euroregionu mają charakter przybliżony. Specyfika omawianego euroregionu wynika z faktu przynależności do organizacji zarówno państw członkowskich Unii Europejskiej, jak również Białorusi i Rosji, które nawet nie zabiegają o akcesję do unijnych struktur.

Członkami euroregionu w poszczególnych krajach są:

- po stronie polskiej – Stowarzyszenie „Euroregion Niemen” zrzeszające województwo podlaskie, jedną organizację pozarządową, 38 gmin i 6 powiatów z województwa podlaskiego i warmińsko-mazurskiego
- po stronie białoruskiej – obwód grodzieński,
- po stronie litewskiej – Instytucja Publiczna Biuro Euroregionu Niemen w Mariampolu zrzeszające 15 samorządów z województw: alytuskiego, mariampolskiego i wileńskiego,
- po stronie rosyjskiej – rejony: Czerniachowski, Oziersk, Niestierow, Gusiew i Krasnoznamieński.

Władzami Związku Transgranicznego są:

- Rada Związku,
- Prezydium Rady Związku,
- Sekretariat Związku,
- Komisja Rewizyjna.

Najważniejszymi obszarami współpracy państw członkowskich omawianego euroregionu są:

- rozwój gospodarczy,
- rozwój turystyki,
- edukacja, szkolenia, rynek pracy,
- ochrona środowiska,
- rozwój kultury i spraw społecznych,
- rozwój transportu.

Euroregion Niemen jako położony w północno-wschodniej części Polski, a także obejmujący część terenu Litwy, Białorusi i Rosji, należy do obszarów o szczególnych walorach turystycznych w Europie. Polska część euroregionu leży w strefie Zielonych Płuc Polski (Kondracki, 2001). Atrakcyjność turystyczna euroregionu budowana jest w głównej mierze na podstawie walorów naturalnych i krajobrazowych, a także historyczno-kulturowych. Na waloryzację euroregionu składają się także unikalne w skali Europy obszary bagienne, wielkie puszcze i kompleksy leśne, duże jeziora, czyste powietrze, jak również zróżnicowane zasoby dziedzictwa kulturowego.

Dużą atrakcją naturalną jest spora lesistość regionu, wpływająca na czystość powietrza. Sąsiedztwo kompleksów leśnych i jezior łagodzi surowy kontynentalny klimat. Na terenie euroregionu znajduje się kilka transgranicznych kompleksów leśnych. Położony kompleks Puszczy Augustowskiej, łącznie z przygranicznymi lasami litewskimi

i białoruskimi, stanowi około 250 000 ha powierzchni (Trojanowska-Strzęboszewska, 2005). Przez puszcę przechodzą liczne szlaki turystyczne: piesze, rowerowe, kajakowe. Puszcza Romnicka stanowi unikatowy transgraniczny kompleks lasów iglastych o charakterze tajgi. Podobnie jak w przypadku Puszczy Augustowskiej istnieją tu warunki do rozwoju turystyki aktywnej, alternatywnej, a nawet questingu. Bogactwo flory i fauny umożliwia rozwój ekoturystyki.

Kluczowym walorem naturalnym jest występowanie jezior z czystsza wodą niż w innych rejonach pojeziernych naszego kraju, z na ogół dostępnymi brzegami. Są tu wody pierwszej klasy czystości (np. jeziora: Aszarynis, Białe Wigierskie, Szurpiły, Jęglówek, Szelment Wielki, Hańcza, Staw Wojciechowski, Busznica, Długie, Białe Filipowskie, Długie Sejneńskie, Dmitrowo, Brożane). Jeziora stwarzają warunki rozwoju turystyki wypoczynkowej i aktywnej, w szczególności kąpeli, plażowania, uprawiania sportów wodnych i wędkarstwa. Jezioro Wigry oraz transgranicznie położone jeziora Gaładuś, Gołdap i Wisztynieckie mają wybitne walory pod względem możliwości uprawiania żeglarstwa. To ostatnie jezioro jest też szczególnie cenione przez miłośników wędkarstwa (Kruczek, 2008).

Istotną wartość przyrodniczą, rekreacyjną i historyczną stanowią obszary i otuliny parków narodowych, parków krajobrazowych, doliny Niemen, Narwi, Bugu i Biebrzy wraz z transgranicznym Kanałem Augustowskim (Mydel, Balon, 2002). Szczególne walory przyrodnicze euroregionu objęto różnymi formami ochrony. W polskiej części Związku Transgranicznego leżą 4 parki narodowe: Białowiecki, Biebrzański, Narwiański i Wigierski, stanowiące 31% powierzchni wszystkich parków narodowych w Polsce. Do tego należy doliczyć 14 parków krajobrazowych, liczne użytki ekologiczne, obszary chronionego krajobrazu i pomniki przyrody. Na terenie Litwy w obrębie Euroregionu Niemen leżą 2 parki narodowe: Dzukijski i Trocki Historyczny, na obszarze Białorusi położony jest Park Narodowy „Puszcza Białowiecka” oraz znajduje się blisko 200 rezerwatów. W rosyjskiej części Euroregionu Niemen występują jedynie tzw. zakazniki, czyli obszary służące ochronie zwierzyny łownej, oraz pomniki przyrody. Najbardziej unikalne walory przyrodnicze w całym obszarze transgranicznym reprezentuje Białowiecki Park Narodowy, od 1979 wpisany na *Listę światowego dziedzictwa UNESCO*. Od 1992 znacząca część Puszczy Białowieckiej funkcjonuje jako transgraniczny, polsko-białoruski Obiekt Dziedzictwa Światowego UNESCO. Waloryzacja środowiska naturalnego na tym terenie stwarza warunki rozwoju turystyki wiejskiej, krajoznawczej i uzdrowiskowej. Bardzo dobrze rozwija się turystyka aktywna: kajakowa, rowerowa, piesza czy konna. Różnorodność kulturowa umożliwia rozwój turystyki historycznej i kulturowej. Bogactwo walorów i atrakcji można poznać w licznych muzeach, skansenach i galeriach (Szczepanowski, 2013).

Spośród walorów kulturowych w polskiej części na pierwszy plan wysuwa się unikatowy zabytek – Kanał Augustowski. W związku z dużym zainteresowaniem turystów planowane jest utworzenie Parku Kulturowego Kanału Augustowskiego. Do innych walorów kulturowych polskiej części euroregionu zalicza się zespół pokamedulski w Wigrach, zespół poddominikański w Sejnach oraz kompleks zabudowy miejskiej klasycystycznej wzdłuż ulicy Kościuszki w Suwałkach, z kościołem pw. Świętego Aleksandra. Rejon ten to też swoisty tygiel kulturowy – mieszkają tu Polacy, Litwini, starowierzy, Cyganie, muzułmanie, żydzi, ewangelicy – który przyciąga turystów bogactwem i różnorodnością kultury ludowej.

Wpływ turystyki na rozwój Euroregionu Niemen

Turystyka stanowi jeden z najważniejszych czynników kształtujących sytuację gospodarczą, a także współpracę pomiędzy krajami członkowskimi Euroregionu Niemen. W związku z atrakcyjnymi walorami turystycznymi omawianego obszaru, odgrywa ona istotną rolę w aktywizacji gospodarczej, tworzeniu nowych miejsc pracy czy rozwoju przedsiębiorczości. Do inwestycji dokonanych w euroregionie, wpływających bezpośrednio na turystykę i możliwość osiągnięcia korzyści gospodarczych we wszystkich obszarach transgranicznych zaliczyć można:

- częściową odbudowę i modernizację Kanału Augustowskiego,
- wytyczenie transgranicznych szlaków kajakowych, rowerowych i pieszych,
- utworzenie Centrum Informacji Turystycznej Euroregionu oraz punktów informacyjnych na przejściach granicznych,
- organizację festiwali kultury pogranicza,
- opracowywanie wspólnych wydawnictw turystycznych, map, folderów,
- stworzenie programu ochrony zlewni rzeki Niemen i innych programów ekologicznych.

Do inwestycji pośrednio wpływających na turystykę obszarów transgranicznych zaliczyć możemy utworzenie:

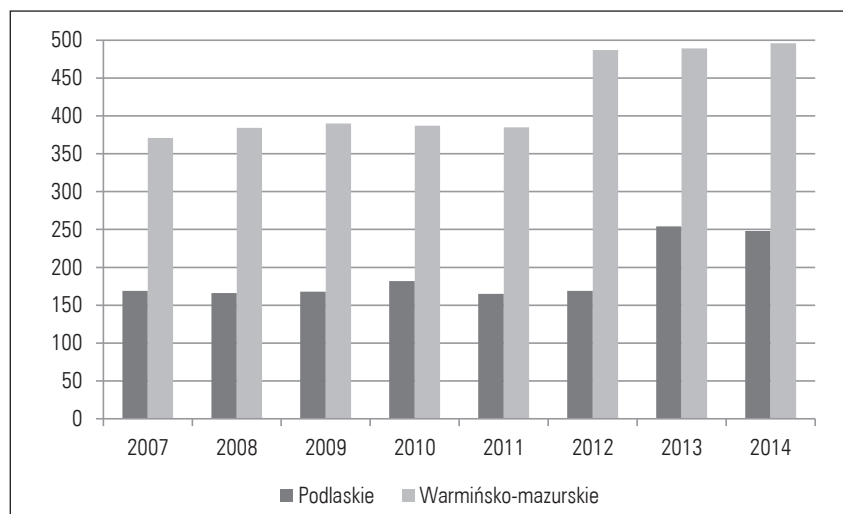
- Stowarzyszenia Izb Gospodarczych ERN,
- zintegrowanej bazy danych biznesowych,
- wolnych obszarów celnych,
- stref ekonomicznych,
- targów i wystaw transgranicznych
- Instytutu Demokracji Lokalnej Euroregionu,
- Centrum Koordynacji Przestrzennej „Niemen”,
- nowych przejść granicznych oraz modernizację infrastruktury transportowej.

Wpływ turystyki na rozwój gospodarczy polskiej części Euroregionu Niemen

Wpływ turystyki na sytuację gospodarczą omawianego euroregionu można przedstawić przez analizę kilku czynników. Jeden z nich stanowi poziom rozwoju infrastruktury turystycznej, w tym przede wszystkim obiektów noclegowych. Wzrost aktywności turystycznej przekłada się na zmiany w bazie noclegowej. Liczę obiektów noclegowych w polskiej części omawianego związku transgranicznego przedstawia rycina 1.

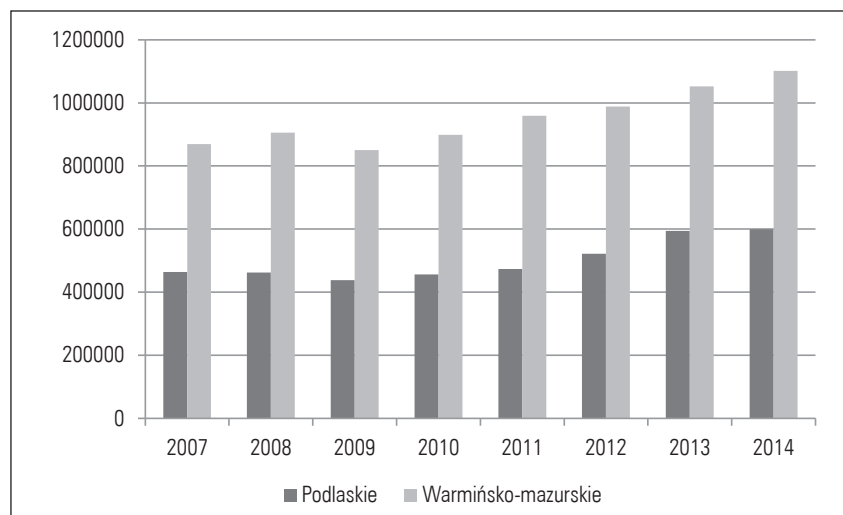
Analiza danych zamieszczonych na rycinie 1 pozwala stwierdzić, że w województwie warmińsko-mazurskim liczba obiektów noclegowych rosła od 2007 r., a w województwie podlaskim – od 2010 r. Świadczyć to może o pozytywnych tendencjach w zakresie turystyki przyjazdowej i zainteresowaniu ofertą pobytową. Region warmińsko-mazurski wyróżnia się na tle innych województw w Polsce pod względem liczby miejsc noclegowych, szczególnie sezonowych. Obiekty noclegowe Warmii i Mazur to przede wszystkim hotele, gospodarstwa agroturystyczne, pensjonaty i motele. Przyrost obiektów noclegowych to wymierne korzyści dla gospodarki, przede wszystkim wzrost liczby miejsc pracy i dochodów z tytułu odprowadzanych podatków.

Ryc. 1. Liczba obiektów noclegowych wg GUS w województwach podlaskim i warmińsko-mazurskim w latach 2007–2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Ryc. 2. Liczba turystów korzystających z bazy noclegowej w województwach podlaskim i warmińsko-mazurskim w latach 2007–2014

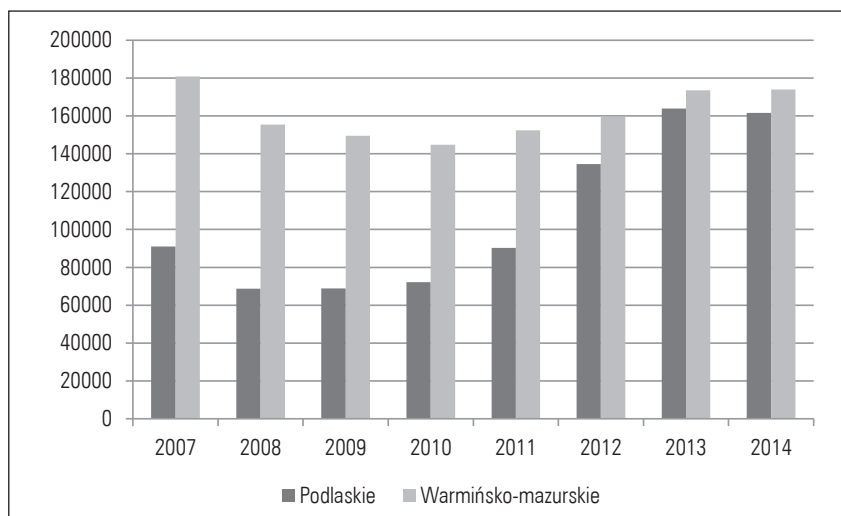


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Dla uzupełnienia obrazu sytuacji bazy noclegowej należy przeanalizować jej wykorzystanie. Liczbę turystów w obiektach noclegowych regionów podlaskiego i warmińsko-mazurskiego przedstawia rycina 2.

Dane zamieszczone na rycinie 2 wskazują zmienne tendencje w zakresie liczby turystów w obiektach noclegowych badanego obszaru. Po wyraźnym spadku w 2009 r. zaobserwować możemy systematyczny wzrost liczby turystów w bazie noclegowej w regionach

Ryc. 3. Liczba turystów zagranicznych korzystających z bazy noclegowej w województwach podlaskim i warmińsko-mazurskim w latach 2007–2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

podlaskim i warmińsko-mazurskim od 2011 r. Taka tendencja powoduje pozytywne skutki w zakresie obłożenia obiektów i wzrost dochodów z turystyki.

Kolejnym istotnym czynnikiem, który należy poddać analizie, jest struktura turystyki przyjazdowej. Struktura turystów odwiedzających polską część Euroregionu Niemen jest wielonarodowa, z przewagą obywateli Litwy i Niemiec. Znaczący ruch w turystyce przyjazdowej jest również udziałem obywateli Białorusi, Rosji, Finlandii oraz Estonii. Liczbę turystów zagranicznych najliczniej odwiedzających Podlasie oraz Warmię i Mazury przedstawia rycina 3.

Dane zamieszczone na rycinie 3 pokazują systematyczny wzrost liczby turystów zagranicznych w obiektach noclegowych omawianych regionów od 2011 r. Wyraźny spadek, który nastąpił w 2008 r. w województwie podlaskim i w 2009 w województwie warmińsko-mazurskim, był związany z pojawieniem się symptomów kryzysu gospodarczego.

Wzrost przyjazdów turystów zagranicznych powoduje korzystne skutki w zakresie osiągniętych dochodów z turystyki. Dla pełnego zobrazowania korzyści z zagranicznej turystyki przyjazdowej warto poddać analizie motywy przyjazdów i wydatki turystów (tab. 2).

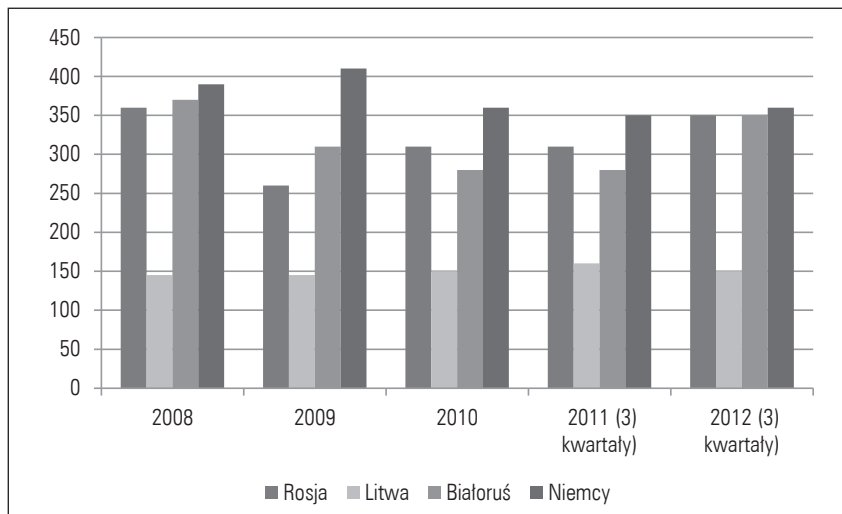
W przypadku turystów z Niemiec dominuje motyw odwiedzin związany z turystyką sentymentalną oraz typowo turystyczny, związany z wypoczynkiem. Na dalszych miejscach zidentyfikowano motywy biznesowe oraz zakupy. W przypadku Litwinów dominują motywy służbowe oraz typowo turystyczne. Duża grupa Litwinów korzysta również z tranzytu. Turyści litewscy najczęściej odwiedzają w Polsce województwo podlaskie (0,4 mln turystów z Litwy), stanowiąc około 30% ogółu turystów zagranicznych przyjeżdżających do tego województwa. Można to wytłumaczyć tym, że właśnie w województwie podlaskim turyści z Litwy najczęściej przekraczają granicę, podróżując do Polski. Na Polskę przypada ok. 10% wyjazdów zagranicznych Litwinów.

Tab. 2. Główne cele przyjazdów turystów zagranicznych z wybranych krajów do Polski w % w latach 2011, 2012 i 2015

Cele	Turyści z Rosji i Białorusi			Turyści z Litwy			Turyści z Niemiec		
	2011	2012	2015	2011	2012	2015	2011	2012	2015
służbowe	30,0	27,0	42,0	38,0	37,0	47,4	22,0	19,0	10,3
turystyczne	8,0	9,0	15,7	25,0	23,0	24,8	30,0	32,0	22,4
odwiedziny	14,0	12,0	13,1	11,0	14,0	16,8	22,0	16,0	60,7
transzyt	6,0	8,0	8,0	14,0	16,0	4,6	3,0	8,0	1,2
zakupy	29,0	33,0	18,9	6,0	5,0	3,6	5,0	6,0	2,0
inne	13,0	11,0	2,3	6,0	5,0	2,7	8,0	19,0	3,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki (<http://www.msport.gov.pl/statystyka-turystyka>)

Ryc. 4. Przeciętne wydatki w dolarach na 1 dzień pobytu turystów zagranicznych z wybranych krajów odwiedzających województwa podlaskie i warmińsko-mazurskie w latach 2008–2012



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Instytutu Turystyki

Rosjanie i Białorusini przyjeżdżają głównie w celach służbowych oraz na zakupy. Motywy przyjazdów nie ulegają zmianie w badanym przedziale czasowym.

Istotnym zagadnieniem powiązanym z turystyką zagraniczną, a wpływającym na sytuację gospodarczą omawianego euroregionu są dochody z turystyki pochodzące z wydatków turystów zagranicznych. Przeciętne wydatki na 1 dzień pobytu turystów zagranicznych najczęściej odwiedzających polską część Euroregionu Niemen przedstawia rycina 4.

Zamieszczone dane wskazują na to, że największe wydatki turystyczne w badanym okresie przypadają na turystów z Niemiec, Rosji i Białorusi. Wyraźnie najmniej wydają turyści z Litwy. Przyczyn tego stanu rzeczy należy upatrywać w motywach przyjazdów powyższych grup turystów oraz długości ich pobytu. Turyści niemieccy zatrzymują się na dłuższe pobyty wakacyjne, co generuje wysokie wydatki, których beneficjentami są

głównie firmy turystyczne. Pobyty Rosjan i Białorusinów są krótsze, a ich wydatki są związane z zakupami i interesami. Niskie wydatki Litwinów w tym zestawieniu wynikają głównie z dużego odsetka przejazdów tranzytowych, które nie przyczyniają się do znaczących wydatków turystycznych. Można również zaobserwować wahania wydatków turystycznych turystów zagranicznych w badanym okresie. Występuje tendencja wzrostowa wydatków turystycznych w przypadku Niemców, Rosjan i Białorusinów od 2011 r. Poziom wydatków turystycznych ma kolosalny wpływ na sytuację gospodarczą omawianych regionów. Dlatego warto podejmować działania służące zwiększaniu ich poziomu z korzyścią dla wielu grup interesariuszy w omawianych regionach.

Wpływ turystyki na rozwój gospodarczy zagranicznej części Euroregionu Niemen

Turystyka wywiera również pozytywny wpływ na gospodarkę obszarów znajdujących się na terytoriach pozostałych krajów członkowskich Euroregionu Niemen. Wyraźnie jest to odczuwalne w przypadku Litwy. Rejony Mariampolski i Alytuski, znajdujące się na terenie Euroregionu Niemen, należą obok wybrzeża Bałtyku do najczęściej odwiedzanych obszarów Litwy. Największym zainteresowaniem turystów cieszą się:

- Pojezierze Wileńskie wraz z uzdrowiskiem Druskienniki,
- Wilno wraz zabytkami wpisanymi na *Listę UNESCO*,
- Troki wraz z pojezierzem i Trockim Historycznym Parkiem Narodowym.

Turyści zagraniczni przybywający na Litwę przede wszystkim odwiedzają krewnych i znajomych, poza tym przyjeżdżają w celach krajoznawczych i zdrowotnych. Podobne motywy występują również wśród turystów z Polski. Polska aktywnie współpracuje z Litwą w zakresie gospodarki i turystyki już od połowy lat 90. Na podstawie podpisanej umowy w dniu 20 listopada 2002 r. została powołana Polsko-Litewska Podkomisja ds. Turystyki. Terytorium Litwy jest łatwo dostępne dla zagranicznych turystów. Członkostwo Litwy w UE dodatkowo korzystnie wpływa na ruch turystyczny. Litwa dysponuje również dobrze rozwiniętą infrastrukturą turystyczną, zwłaszcza w porównaniu z infrastrukturą rosyjską i białoruską. Jest najczęściej odwiedzanym krajem w Euroregionie Niemen. Liczbę polskich turystów odwiedzających Litwę i pozostałe kraje Euroregionu Niemen pokazuje rycina 5.

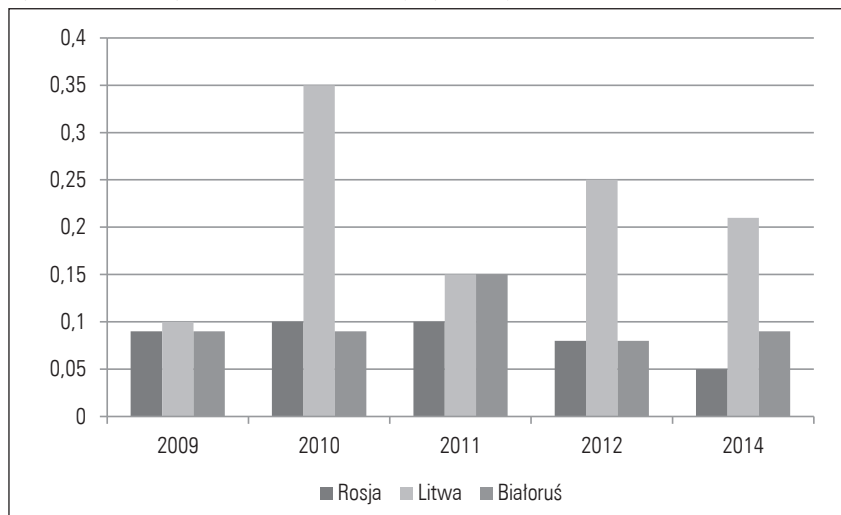
Analiza danych zamieszczonych na rycinie 6 pokazuje, że wyraźnie najwięcej polskich turystów wyjeżdża na Litwę. Taka sytuacja jest uwarunkowana wieloma czynnikami. Wynikają one przede wszystkim z dostępności komunikacyjnej, rozwiniętej bazy noclegowej i odmiennej niż w przypadku Rosji i Białorusi polityki turystycznej. Duży wpływ na ruch turystyczny mają ułatwienia w przekraczaniu granicy, związane z członkostwem w UE.

Natomiast w przypadku Białorusi i Rosji liczba turystów utrzymuje się na podobnym, znacznie niższym niż w przypadku Litwy poziomie i nie przekracza 150 tys. osób rocznie. Według danych Instytutu Turystyki w 2011 r. 10% wszystkich podróży Polaków do Rosji i Białorusi miało charakter służbowy.

Liczba obiektów noclegowych na Litwie w 1997 r., a więc w momencie powstania Euroregionu Niemen, wynosiła 503, w tym hoteli – 182. Liczbę obiektów noclegowych i hoteli na Litwie w latach 2009–2014 przedstawia rycina 6.

Analiza danych przedstawionych na rycinie 7 wskazuje jednoznacznie na rosnący trend w zakresie liczby obiektów noclegowych i hoteli na Litwie w latach 2009–2014.

Ryc. 5. Liczba turystów z Polski odwiedzających Rosję, Litwę i Białoruś w latach 2009–2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki

Ryc. 6. Liczba obiektów noclegowych i hoteli na Litwie w latach 2009–2014

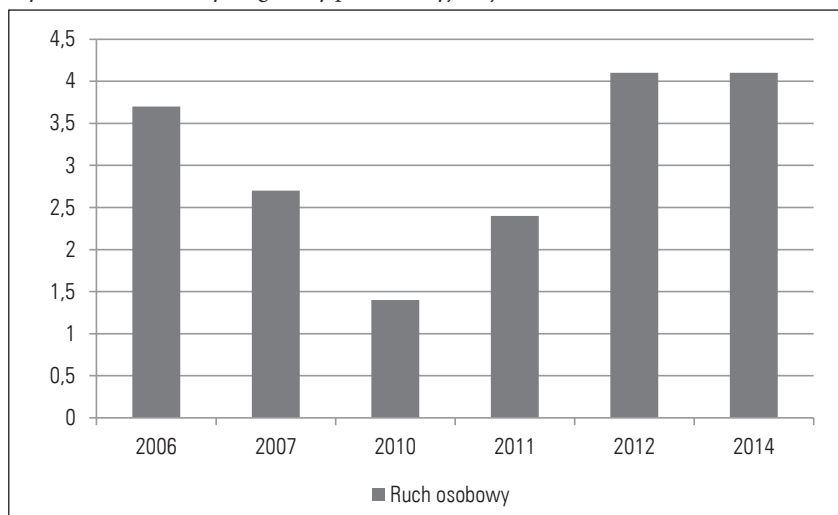


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z www.stat.gov.lt

Świadczyć to może o pozytywnym wpływie ruchu turystycznego na rozwój infrastruktury turystycznej, a także na gospodarkę. Korzyści z tego tytułu dla gospodarki litewskiej są analogiczne jak w przypadku Polski.

Dla dokładniejszego zobrazowania wpływu bazy noclegowej na sytuację gospodarczą obszaru transgranicznego warto poddać analizie dane dotyczące obiektów noclegowych położonych w rejonach wchodzących w skład litewskiej części Euroregionu Niemen. Dane dotyczące bazy noclegowej zostały przedstawione w tabeli 3.

Ryc. 7. Ruch osobowy na granicy polsko-rosyjskiej w latach 2006-2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych pozyskanych z www.strazgraniczna.pl

Tab. 3. Baza noclegowa, zatrudnienie w usługach noclegowych oraz dochody z usług noclegowych i towarzyszących w litewskiej części Euroregionu Niemen w latach 2011–2013

Rejon	Baza noclegowa			Zatrudnienie			Dochody (w tys. Lt)		
	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2010	2011	2012
alytuski	99	84	95	2063	2123	2157	154,0	174,0	182,0
mariampolski	15	15	18	127	139	129	7,0	7,4	7,9
wileński	194	204	273	3015	3396	3441	239,0	259,0	305,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych www.stat.gov.lt.

Analiza danych zamieszczonych w tabeli 3 pokazuje, że rośnie liczba obiektów noclegowych, zwiększają się zatrudnienie i osiągane z tego tytułu dochody. Świadczy to o pozytywnych skutkach dla gospodarki wynikających z ruchu turystycznego. Szczególnie jest to zauważalne w rejonie stołecznym. Nieznaczne wahania możemy zaobserwować w wypadku rejonów słabiej rozwiniętych – Mariampolskiego i Alytuskiego.

Białoruś jest jednym z najrzadziej odwiedzanych przez Polaków i innych turystów zagranicznych krajem. Główną tego przyczyną jest dosyć jednostronne i wybiórcze przedstawianie kraju w mediach oraz zwykła niewiedza dotycząca jego walorów turystycznych. Dodatkowo dostęp do kraju utrudnia obowiązek posiadania wizy. Taka sytuacja nie pozostaje bez wpływu na ruch turystyczny i osiągane z tego tytułu dochody.

Na obszarze Białorusi w skład Euroregionu Niemen wchodzi obwód grodzieński. Jest to obszar o wyjątkowej atrakcyjności turystycznej, łączący w sobie walory naturalne z walorami antropogenicznymi (Małecka, 2004). Blisko 25% mieszkańców obwodu stanowi ludność polska. Największym zainteresowaniem turystów cieszą się:

- Grodno wraz z zabytkami,
- zespół zamkowy w Mirze, wpisany na *Listę UNESCO*,
- tereny Puszczy Białowieskiej,
- Kanał Augustowski.

Wpływ turystyki na rozwój gospodarczy białoruskiej części Euroregionu Niemen warto przeanalizować na podstawie poziomu rozwoju bazy noclegowej (tab. 4).

Tab. 4. Baza noclegowa obwodu grodzieńskiego w latach 2008–2013

Obwód grodzieński	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Liczba hoteli	28,0	40,0	42,0	49,0	58,0	57,0
Liczba pokoi	1209,0	1372,0	1429,0	1486,0	1579,0	1589,0
Liczba gości (w tys.)	124,0	141,8	139,6	158,0	162,9	159,9,0
Dochody (w mld rubli)	6,9	16,0	17,8	28,0	55,7	75,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ze strony www.stat.gov.by.

Analiza danych zawartych w tabeli 4 pokazuje, że również na Białorusi panuje tendencja wzrostowa w zakresie liczby hoteli, liczby gości i dochodów osiągniętych z tytułu świadczonych usług w hotelach.

Jednym z przykładów pozytywnego oddziaływania turystyki na gospodarkę w obszarze transgranicznym jest Kanał Augustowski. Dzięki współpracy w ramach euroregionu w czerwcu 2005 r. została podpisana umowa pomiędzy rządami Polski i Białorusi, dotycząca współpracy przy rekonstrukcji granicznego odcinka kanału. Duże znaczenie dla ruchu turystycznego miało otwarcie pierwszego kajakowego przejścia granicznego na służbie Kurzyniec, które nastąpiło 30 kwietnia 2005 r. Od kilku lat wiosną organizowany jest Międzynarodowy Spływ Kajakowy Kanałem Augustowskim i rzeką Niemen z Augustowa do Druskiennik. Rewitalizacja Kanału Augustowskiego wpłynęła znacząco na poprawę sytuacji gospodarczej w regionie.

Rejony Czerniachowski, Gusiew, Oziorsk i Krasnoznamieńsk obwodu kaliningradzkiego Federacji Rosyjskiej weszły w skład Euroregionu Niemen dopiero w 2002 r. Stało się to możliwe dzięki zacieśnieniu współpracy na szczeblu samorządowym, jak również dzięki współpracy gmin i miejscowości po obu stronach granicy (Kulesza, 2003). Przykładem może służyć współpraca miast partnerskich Gołdap i Gusiew w zakresie wymiany turystycznej. Przedstawiciele branży turystycznej obu regionów spotykają się na organizowanych przez obie strony targach turystycznych. Efektem tych spotkań jest znaczny wzrost zainteresowania przygraniczną wymianą turystyczną. Dominującym celem wyjazdów Polaków do obwodu kaliningradzkiego i Rosjan do regionu warmińsko-mazurskiego są zakupy. Liczbę osób przekraczających granicę z obwodem kaliningradzkim przedstawia rycina 7.

Dane zamieszczone na rycinie 7 wskazują na rosnący trend w ruchu granicznym od 2010 r. Ruch graniczny przynosi gospodarkom obu stron wymierne korzyści, gdyż zwiększa poziom wymiany handlowej. W 2013 r. Rosjanie wydali w Polsce 238 mln zł, a Polacy w Rosji 143,2 mln zł. W 2012 było to odpowiednio 170,0 mln i 128,6 mln zł.

Poza korzyściami handlowymi rejony obwodu kaliningradzkiego mają do zaoferowania wiele innych walorów. Rejony wchodzące w skład związku transgranicznego odznaczają się dużymi walorami naturalnymi (Puszcza Romnicka), jak również antropogenicznymi (zamki pokrzyżackie, budowle sakralne różnych wyznań). Ogromną szansą dla rozwoju regionalnej turystyki może być zagospodarowanie Kanału Mazurskiego, położonego na obszarach o wybitnych walorach przyrodniczo-krajobrazowych (Żukowski, 2006).

Podsumowanie

Turystyka odgrywa szczególną rolę w aktywizacji i rozwoju regionów transgranicznych. Wniosek, który można sformułować na koniec artykułu, to stwierdzenie, że turystyka stanowi istotny bodziec wpływający na kondycję gospodarczą obszarów transgranicznych Euroregionu Niemen. Dzięki turystyce rozwija się infrastruktura turystyczna, poprawia dostępność komunikacyjna, powstają nowe miejsca pracy, rosną uzyskiwane dochody, wydatki i liczba turystów.

W przypadku Euroregionu Niemen znaczące zmiany, które zaszły pod wpływem turystyki w gospodarce, są już wyraźnie zauważalne. Dalszy wysiłek w kierunku zacieśniania współpracy i intensyfikacji ruchu turystycznego może poprawić wskaźniki rozwoju gospodarczego. Aby jednak do tego doszło, potrzebna jest wola współpracy wszystkich państw członkowskich. Dotyczy to w szczególności Białorusi i Rosji. Ułatwienia w przekraczaniu granicy, zmiana polityki turystycznej oraz zwiększenie nakładów na promocję mogłyby zaowocować zwiększeniem korzyści gospodarczych uzyskiwanych dzięki turystyce.

Literatura

References

- Borys, T., Panasiewicz, Z. (1997). *Panorama euroregionów*. Jelenia Góra: Urząd Statystyczny w Jeleniej Górze.
- Czekaj, M. (red.) (2007). *Euroregiony na granicach Polski*. Wrocław: Urząd Statystyczny we Wrocławiu. *Euroregiony w granicach Polski 2007*. Pozyskano z: <http://wroclaw.stat.gov.pl/euroregiony-na-granicach-polski-2007-202/>.
- Europejska karta regionów granicznych i przygranicznych. Nowelizacja. (2004). Pozyskano z: <http://iso.karpacki.pl/pliki/EKRG200805032703.pdf>
- <http://pracownia.org.pl/dziki-zycie-numery-archiwalne,2139,article,2843>
- http://wtir.awf.krakow.pl/pdf/studenci/strony_st/projekty/litwa/jakub_gabrys.pdf
- http://wtir.awf.krakow.pl/pdf/studenci/strony_st/projekty/litwa/patrycja_serafin.pdf
- <http://www.niemen.org.pl>
- <http://www.stat.gov.by>
- <http://www.stat.gov.lt>
- <http://ww.stat.gov.pl>
- Klima, E. (2001). Euroregiony – czy regiony. W: A. Jewtuchowicz (red.), *Strategiczne problemy rozwoju regionów w procesie integracji europejskiej*, Zakład Ekonomiki Regionalnej i Ochrony Środowiska. Łódź: Uniwersytet Łódzki.
- Kondracki, J. (2001). *Geografia regionalna Polski*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kruczek, Z. (2008). *Polska. Geografia atrakcji turystycznych*. Kraków: Wydawnictwo Proksenia.
- Kulesza, E. (2003). *Współpraca transgraniczna jako czynnik rozwoju lokalnego na przykładzie gmin polskiego pogranicza z Rosją*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Malendowski, W., Szczepaniak M. (2000). Rola euroregionów w procesie integracji europejskiej. W: W. Malendowski, M. Szczepaniak (red.), *Euroregiony – mosty bez granic*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
- Małecka, E. (2004). *Euroregiony na granicach Polski 2003*. Wrocław: US Wrocław.
- Moraczewska, A. (2008). *Transformacja funkcji granic Polski*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Mydel, R., Balon, J. (2002). *Atlas Polski*. Tom 2, Kraków: Oficyna Wydawnicza Fogra.

- Szczepanowski, A.E. (2013). *Walory i atrakcje turystyczne województwa podlaskiego. Tom II. Walory przyrodnicze*. Białystok: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku.
- Trojanowska-Strzemboszeńska, M., (2005). Krótka charakterystyka granic wschodnich III RP. W: J. Kurczewska, H. Bojar (red.), *Granice na pograniczach*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, 29–33.
- Zdulski, M. (2002), *Polskie doświadczenia we współpracy transgranicznej*. Realizacja Funduszu Małych Projektów PHARE CBC Jelenia Góra.
- Żukowski, A. (2006), *Polska wobec obwodu kaliningradzkiego Federacji Rosyjskiej*, Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.

Krzysztof Sala, dr, adiunkt, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Wydział Humanistyczny, Instytut Politologii, Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej. Absolwent kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze (specjalność: studia europejskie) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie (studia magisterskie) zakończonych dyplomem na podstawie pracy *Realizacja polityki ekorozwoju w krajach skandynawskich*, podyplomowych studiów w zakresie zarządzania jakością i ochroną środowiska w Wyższej Szkole Zarządzania i Bankowości w Krakowie oraz Kolegium Zarządzania i Finansów Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, zakończonych uzyskaniem tytułu doktora nauk ekonomicznych na podstawie rozprawy *Nowe rodzaje turystyki jako przejaw postmodernizmu zachowań konsumenckich w Polsce*. Ma wieloletnie doświadczenie w praktyce gospodarczej na różnych stanowiskach zawodowych. Ma doświadczenie w pracy naukowo-dydaktycznej zdobyte na uczelniach publicznych i prywatnych. Do głównych obszarów zainteresowań zalicza politykę gospodarczą i turystyczną Polski i Unii Europejskiej, przedsiębiorczość w sektorze małych i średnich firm oraz zarządzanie strategiczne.

Krzysztof Sala, PhD, Assistant Professor, Pedagogical University of Cracow, Faculty of Humanities, Institute of Political Science, Department of Economics and Economic Policy. He has graduated of International Economic Relations (specialisation European Studies) at the Cracow University of Economics (MA) with a paper entitled *Implementation of the policy of sustainable development in the Nordic countries*, postgraduate studies in the field of quality management and environmental protection at School of Management and Banking in Krakow and the College of Management and Finance School of Economics in Warsaw, leading to a doctoral degree in economic sciences for the thesis *New types of tourism as a manifestation of postmodern consumer behavior in Poland*. He is experienced in business. He has experience in research and academic work gained at public and private universities. The main areas of his interest include economic policy and tourism of Poland and European Union, entrepreneurship in small and medium-sized businesses, and strategic management.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Wydział Humanistyczny
Instytut Politologii
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: krzysztofosal@onet.pl

FRANCISZEK MRÓZ, KAMILA ZIÓLKOWSKA-WEISS

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

Wpływ przedsiębiorczości mieszkańców i władz samorządowych na podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu na przykładzie gminy Susiec (Roztocze Środkowe)

The Influence of Entrepreneurship of Residents and Local Government Authorities on Increasing Tourist Attractiveness of the Region Based on the Example of Susiec Commune (Central Roztocze)

Streszczenie: Gmina Susiec zaliczana jest do najbardziej atrakcyjnych pod względem walorów turystycznych obszarów w województwie lubelskim. W VI edycji konkursu „7 nowych cudów Polski” organizowanego w 2016 r. przez redakcję „National Geographic Traveler” położony na terenie gminy Susiec rezerwat przyrody „Nad Tanwią” – popularnie nazywany roztoczańskimi szumami – zdobył w głosowaniu VI miejsce. Fakt ten jest m.in. rezultatem rosnącej popularności turystyki na Roztoczu, a także pokłosiem działań podejmowanych w ostatnich latach przez mieszkańców i władze samorządowe gmin Roztocza Środkowego – działań mających na celu stałe podnoszenie atrakcyjności turystycznej regionu i rozwój różnych rodzajów turystyki. Celem badań, zasygnalizowanym w tytule opracowania, była analiza i ocena przemian w sektorze usług turystycznych, jakie zaszły na omawianym obszarze w latach 2000–2016, a także analiza działań przedsiębiorczych podejmowanych zarówno przez władze samorządowe, lokalne organizacje i stowarzyszenia turystyczne, jak i mieszkańców gminy Susiec w celu rozwoju turystyki. W pracy dokonano oceny atrakcyjności turystycznej gminy Susiec według metod przyjętych w literaturze przedmiotu. Zaprezentowano również wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród turystów odpoczywających w gminie Susiec w okresie wakacji 2016 r. Celem tych badań była m.in. ocena wpływu postaw przedsiębiorczych mieszkańców i władz samorządowych na rozwój turystyki i podniesienie atrakcyjności turystycznej gminy Susiec. Prezentowane opracowanie jest rezultatem badań terenowych prowadzonych na terenie gminy Susiec w latach 2008–2016, a także badań ankietowych, które przeprowadzano w Suścu od lipca do września 2016 r. W przedstawieniu wyników badań posłużono się przede wszystkim metodą opisowo-analityczną, dynamiczno-porównawczą, kartograficznymi metodami prezentacji (kartodiagramem) oraz metodami statystycznymi.

Abstract: Susiec commune belongs to the most attractive regions in the Lubelskie province taking into account its tourist values. In the 6th edition of the contest “7 New Wonders of Poland” organised in 2016 by editors of “National Geographic Traveler”, the nature reserve “Nad Tanwią” – commonly known as Roztocze rustles – located within the area of the commune of Susiec got the sixth place in the voting.

This fact is a result of, among others, the growing popularity of tourism in the Roztocze and the aftermath of the activities undertaken during the recent years by the inhabitants and local government authorities of the communes of the Central Roztocze – the actions aimed at constantly raising the tourist attractiveness of the region and development of various forms of tourism. The objective of the research referred to in the title of the study was to get to know the transformations in the tourism sector services that took place within the examined area in the period from 2000 to 2016 and an analysis of the entrepreneurial activities undertaken by both local government authorities and tourist associations, as well as the inhabitants of the commune of Susiec for the purposes of development of tourism. Assessment of the tourist attractiveness of the Susiec commune according to the methods applied in the subject literature has been conducted in the study. Results of the surveys carried out among tourists relaxing in the commune of Susiec during summer holidays in 2016 have also been presented. The goal of this research was, among others, to assess the influence of the entrepreneurial attitudes of the inhabitants and local government authorities on development of tourism and raising the tourist attractiveness of the Susiec commune. The presented study constitutes a result of the inhouse and field works that have been carried out regularly within the area of the commune of Susiec since 2008. To present the results mainly the following methods have been applied: a descriptive and analytical method, a dynamic comparative method and statistical methods.

Słowa kluczowe: gmina Susiec; przedsiębiorczość; Roztocze; turystyka; zagospodarowanie turystyczne

Keywords: entrepreneurship; Roztocze; Susiec commune; tourism; tourism management

Otrzymano: 11 grudnia 2016

Received: 11 December 2016

Zaakceptowano: 7 marca 2017

Accepted: 7 March 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Mróz, F., Ziółkowska-Weiss, K. (2017). Wpływ przedsiębiorczości mieszkańców i władz samorządowych na podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu na przykładzie gminy Susiec (Roztocze Środkowe). *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 159–179. DOI: 10.24917/20833296.13.12

Wstęp

Położona na terenie Roztocza Środkowego gmina Susiec zaliczana jest do najbardziej atrakcyjnych turystycznie obszarów w województwie lubelskim. Po analizie krajowych destynacji turystycznych z ostatnich lat, widać wyraźny trend rosnącej popularności podróży i wypoczynku na terenie Roztocza. Region ten w folderach informacyjnych promuje się jako „niezwykła kraina, pełna nieskażonej przyrody i słońca, najbardziej słoneczna kraina Polski, gdzie lato trwa nieprzerwanie ponad 100 dni. Roztocze to uzdrowisko, które leczy ciało i duszę, mineralne wody i leśne pełne zdrowia powietrze pomogą każdemu odzyskać siły i nabrać radości życia” (*Informator turystyczny*, 2011). W VI edycji konkursu „7 nowych cudów Polski” organizowanego w 2016 r. przez redakcję „National Geographic Traveler” położony na terenie gminy Susiec rezerwat przyrody „Nad Tanwią” – popularnie nazywany roztoczańskimi szumami – zdobył w głosowaniu VI miejsce z 7,08% oddanych głosów. W 2008 r. rezerwat ten zdobył także prestiżowy tytuł „Cudu przyrody polskiej” w plebiscycie organizowanym przez ogólnopolski dziennik „Rzeczpospolita”. Fakty te są bezspornie rezultatem rosnącej popularności turystyki

na Roztoczu, ale także pokłosiem działań podejmowanych w ostatnich latach przez mieszkańców i władze samorządowe gmin Roztocza Środkowego – działań mających na celu stałe podnoszenie atrakcyjności turystycznej regionu i rozwój różnych rodzajów turystyki.

Celem badań, zasygnalizowanym w tytule opracowania, była analiza i ocena przemian w sektorze usług turystycznych, jakie zaszły na badanym obszarze w latach 2000–2016, a także analiza działań przedsiębiorczych podejmowanych zarówno przez władze samorządowe, lokalne organizacje i stowarzyszenia turystyczne, jak i mieszkańców gminy Susiec w celu rozwoju turystyki.

W pracy dokonano oceny atrakcyjności turystycznej gminy Susiec według metod przyjętych w literaturze przedmiotu. Zaprezentowano również wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród turystów odpoczywających w gminie Susiec w okresie wakacji 2016 r. Celem tych badań była m.in. ocena wpływu postaw przedsiębiorczych mieszkańców i władz samorządowych na rozwój turystyki i podniesienie atrakcyjności turystycznej gminy Susiec.

Prezentowane opracowanie jest rezultatem badań terenowych prowadzonych na terenie gminy Susiec w latach 2008–2016, a także badań ankietowych, które przeprowadzono w Suścu od lipca do września 2016 r. W przedstawieniu wyników badań posłużono się przede wszystkim metodą opisowo-analityczną, dynamiczno-porównawczą, kartograficznymi metodami prezentacji (kartodiagramem) oraz metodami statystycznymi.

Atrakcyjność turystyczna gminy Susiec

Gmina Susiec jest gminą wiejską położoną w województwie lubelskim, w powiecie tomaszowskim, na pograniczu trzech regionów fizycznogeograficznych: Roztocza Środkowego, Równiny Biłgorajskiej i Płaskowyżu Tarnogrodzkiego. Powierzchnia gminy wynosi 190,52 km², a 31 grudnia 2016 r. na terenie gminy zameldowanych było 7869 osób (*Statystyczne vademecum...*, 2016; *Ewidencja ludności gminy Susiec na dzień 31.12.2016 r.*). Obszar gminy Susiec należy do terenów najchętniej odwiedzanych przez turystów w województwie lubelskim. O ich dużej atrakcyjności turystycznej decydują przede wszystkim walory przyrodnicze (las, liczne progi skalne tworzące wodospady, wąwozy o stromych zboczach, wydmy i torfowiska), rozwinięta baza noclegowa, bardzo dobrze rozbudowana sieć szlaków turystycznych i ścieżek rowerowych oraz dobra dostępność komunikacyjna. Obszar Roztocza Środkowego, w tym gmina Susiec, charakteryzuje się największym w Polsce wskaźnikiem dni ze słońcem. Z kolei w okresie zimy zalegająca długo pokrywa śnieżna stwarza bardzo dobre warunki do narciarstwa biegowego i organizacji kuligów.

Gmina Susiec położna jest na skraju Parku Krajobrazowego Puszczy Solskiej oraz Krasnobrodzkiego Parku Krajobrazowego. Na obszarze gminy znajdują się trzy rezerваты przyrody: „Nad Tanwią” (rezerwat krajobrazowy, którego główną atrakcją są wspomniane szumy (szypoty) – 24 uroczyska progi skalne na Tanwi powstałe w wyniku ruchów tektonicznych), „Czartowe Pole” (rezerwat leśny słynący również z progów skalnych na rzece Sopot i ruin papierni Zamojskich) oraz rezerwat torfowiskowy „Nowiny” o powierzchni 3,8 ha, chroniący torfowiskowe śródleśne bagna i roślinność wodną (*Ochrona środowiska i leśnictwo w województwie lubelskim w latach 2008–2012, 2013*). Turyści odwiedzający gminę mogą również zobaczyć pomnik przyrody – wodospad na rzece Jeleń – najwyższy (1,5 m wysokości) wodospad na Roztoczu Środkowym, malowniczy staw młyński nazywany

„Morskim Okiem”, kamieniołom w Nowinach oraz wzgórze „Kościółek” w widłach rzeki Tanew i Jeleń, gdzie do XVIII w. znajdowała się cerkiew greckokatolicka i klasztor bazylianów. Ekoturystów i turystów ukierunkowanych na walory przyrodnicze interesują także ekosystemy czterech rzek przepływających przez teren gminy: Tanwi, Jelenia, Sopotu i Potoku Łosinieckiego. Wśród walorów kulturowych gminy Susiec na uwagę zasługują kościoły pw. św. Jana Nepomucena w Suścu wzniesiony w latach 1862–1868, kościół pw. opieki św. Józefa i św. Michała Archanioła w Łosińcu (dawna cerkiew), a także miejsce pamięci narodowej – cmentarz wojenny i teren byłego obozu NKWD w Błudku (Pawłowski, 2011). Do nowych walorów kulturowych gminy należy zaliczyć otwarte w 2016 r. Muzeum Pożarnictwa w Oseredku (www.muzeum.susiec.pl). Na uwagę zasługuje również bogaty – a co istotne dla turystów – stale rozbudowywany kalendarz imprez turystycznych, sportowych, kulturowych, historycznych i edukacyjnych. Do imprez cieszących się największą frekwencją wśród turystów i lokalnych mieszkańców należą przede wszystkim: Jarmark Susiecki, w ramach którego organizowane są Sportowa Majówka i Bieg Nad Tanwią (maj), Otwarcie Letniska w Majdanie Sopockim (początek lipca), Transgraniczny Festiwal Pieśni o Roztoczu (ostatni weekend lipca), Dożynki Gminno-Parafialne (koniec sierpnia), Święto Pieczonego Ziemniaka (wrzesień), Rocznica Bitwy pod Łosińcem (wrzesień) oraz Integracyjny Festiwal Piosenki Ludowej na Roztoczu (wrzesień).

Warto również wspomnieć, że w Suścu urodził się Sylwester Chęciński – scenarzysta i reżyser wielu filmów, z których największą oglądalność zyskała komediowa trylogia: *Sami swoi*, *Nie ma mocnych* i *Kochaj albo rzuć*. W 2009 r. w Suścu odsłonięto drewniane figury przedstawiające Pawlaka i Kargula – głównych bohaterów komedii Sylwestra Chęcińskiego.

Dostępność komunikacyjna w turystyce najczęściej charakteryzowana jest w aspekcie dostępności zewnętrznej (spoza regionu do miejsca docelowego) i wewnętrznej (poruszaniu się po miejscu docelowym). Dostępność komunikacyjną zewnętrzną gminy Susiec należy ocenić dobrze. Przez teren gminy przebiega droga powiatowa nr 2546L pomiędzy Józefowem a Tomaszowem Lubelskim oraz drogi powiatowe w kierunku Cieszanowa i Narola. Susiec jest położony w odległości 15 km od drogi krajowej nr 17, prowadzącej z Warszawy do drogowego przejścia granicznego Polski z Ukrainą w Hrebennem (tzw. Szosy Lubelskiej), a także 65 km od autostrady A4 (Jarosław – węzeł Wierzbna) i 125 km od Portu Lotniczego „Rzeszów-Jasionka” i 120 km od Portu Lotniczego Lublin SA w Świdniku. Warto również zaznaczyć atrakcyjne położenie gminy względem obiektów wpisanych na *Listę światowego dziedzictwa UNESCO* – tj. Starego Miasta z niepowtarzalną, renesansową architekturą w Zamościu (50 km), Starego Miasta z Wysokim Zamkiem i archikatedralnym soborem św. Jura we Lwowie (110 km) oraz drewnianych cerkwi w Radrużu (45 km) i w Chotyńcu (55 km). Na terenie gminy Susiec znajduje się stacja obsługiwana przez Przewozy Regionalne. Niestety, pociągi Regio, kursujące na trasie Lublin – Zamość – Susiec – Bełżec – Jarosław (i z powrotem), zatrzymują się w Suścu tylko w okresie weekendu majowego oraz w wakacje. Dostępność turystyczna wewnętrzna gminy Susiec jest bardzo dobra, a to za sprawą gęstej sieci szlaków turystycznych i ścieżek rowerowych.

Baza turystyczna gminy Susiec jest również bardzo dobrze rozwinięta. Na terenie gminy w 2010 r. zarejestrowano 724 miejsca noclegowe (*Turystyka w województwie lubelskim*, 2010). Należy jednak zwrócić uwagę na stale rosnącą bazę noclegową funkcjonującą

w ramach Roztoczańskiego Stowarzyszenie Agroturystyczne w Suścu. W 2002 r. Roztoczańskie Stowarzyszenie Agroturystyczne oferowało ponad 1000 miejsc noclegowych w 42 obiektach (dane uzyskane od Krzysztofa Łagowskiego – prezesa Zarządu Roztoczańskiego Stowarzyszenie Agroturystyczne w Suścu). Obok obiektów zrzeszonych w stowarzyszeniu na terenie gminy Susiec funkcjonują jeszcze obiekty noclegowe niezrzeszone – dlatego łączną liczbę miejsc noclegowych można ocenić na znacznie większą. Według szacunków prezesa Zarządu Roztoczańskiego Stowarzyszenie Agroturystyczne w Suścu, Krzysztofa Łagowskiego, baza noclegowa gminy to 1300 łóżek. Warto również podkreślić, że w ostatnich latach na terenie gminy widoczne są inwestycje w bazę turystyczną przez indywidulane osoby pracujące za granicą.

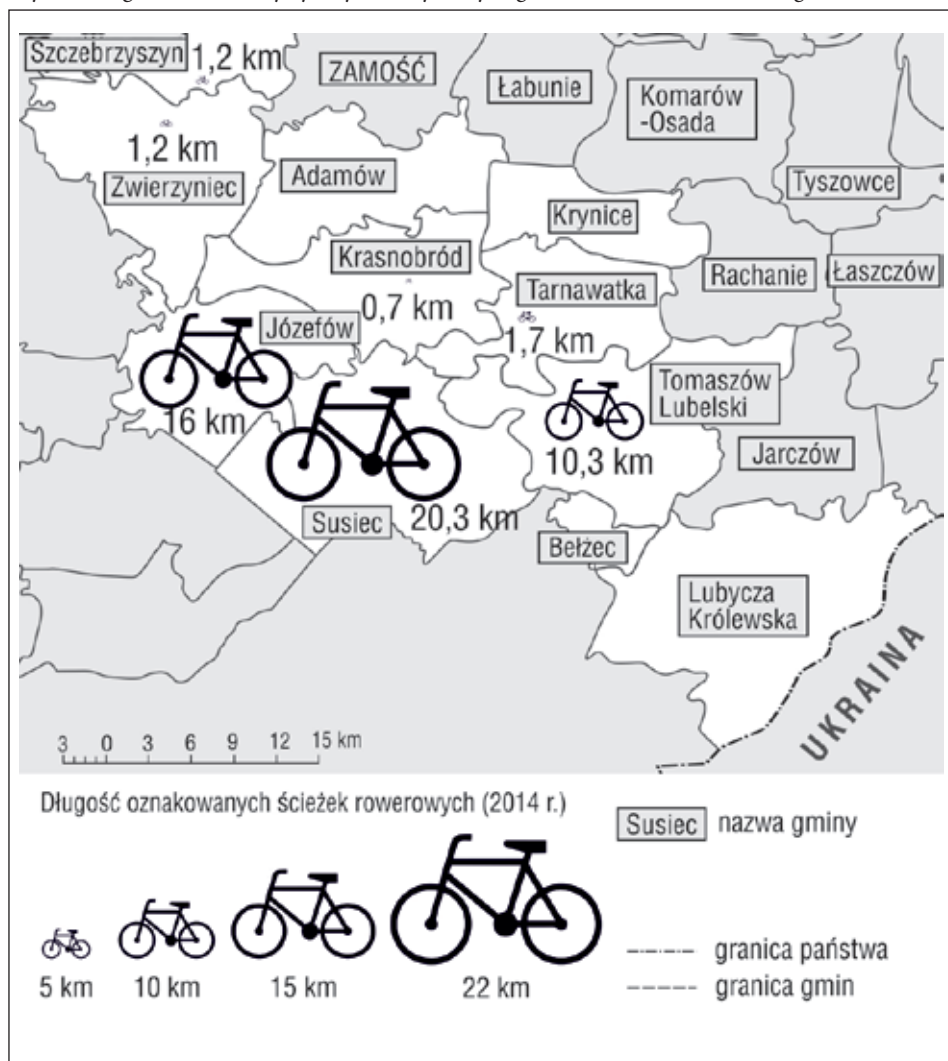
Przez gminę Susiec prowadzi najpopularniejsze na Roztoczu rowerowe szlaki turystyczne o randze krajowej i regionalnej. Na szczególną uwagę zasługuje Wschodni Szlak Rowerowy „Green Velo”, który jest obecnie najdłuższą rowerową trasą w Polsce (ponad 2000 km), a także Centralny Szlak Rowerowy Roztocza i Roztoczański Szlak Rowerowy (Susiec – Krasnobród – Zwierzyniec). Popularne wśród rowerzystów odpoczywających na Roztoczu są również szlaki rowerowe lokalne, utworzone w ostatnich latach w gminie Susiec: Rybnica – Maziły, Szlak Łosiów (Susiec – Tomaszów Lubelski) oraz Susiec – Borowe Młyny (tab. 1). W Suścu w sezonie turystycznym funkcjonują wypożyczalnie rowerów – m.in. w Ośrodku Wypoczynkowym „Roztoczanka” i w Pensjonacie Szkoleniowo-Wypoczynkowym „Sosnowe Zacisze”. Warto podkreślić, że w gminie rejestruje się najdłuższą sieć ścieżek rowerowych wśród wszystkich gmin Roztocza Środkowego – w 2015 r. było 20,3 km tras rowerowych (ryc. 1). Rozwinięta sieć szlaków pieszych doskonale nadaje się do coraz to popularniejszych w Polsce wędrówek nordic walking. W sezonie turystycznym kajakarzy i miłośników turystyki kajakowej przyciągają spływy po rzece Tanew, na bardzo malowniczym odcinku Pary – Rebizanty. Z kolei w zimie na terenach leśnych wytyczane są tory narciarskie do biegów w stylu klasycznym. Bardzo wysoko należy także ocenić bazę informacyjną gminy – dotyczy to zarówno dobrze opracowanych tablic informacyjnych, jak i punktu informacji turystycznej funkcjonującego w Gminnym Ośrodku Kultury w Suścu.

Do najczęściej stosowanych w literaturze przedmiotu metod w ocenie środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki jest metoda bonitacji punktowej. Pomimo że w metodzie tej tkwi także subiektywizm, wynikający zarówno z doboru subiektywnych cech składowych i skal wartości, jak i z wiedzy i indywidualnych upodobań turysty, pozwala ona na uzyskanie obiektywnego wyniku syntetycznego i wydzielenie obszarów o największej atrakcyjności turystycznej badanego regionu (Cabaj, Kruczek, 2007). W prezentowanym opracowaniu do oceny atrakcyjności środowiska przyrodniczego i antropogenicznego gminy Susiec dla potrzeb turystyki wykorzystano metodę bonitacji punktowej opracowaną przez J. Warsznińską (1971), w której autorka przyjęła punktację wybranych cech środowiska (tab. 1) (Cabaj, Kruczek, 2007).

Współczynnik atrakcyjności turystycznej¹ gminy Susiec wynosi 0,54, co oznacza, że jest to – wg metody J. Warsznińskiej – obszar o dużej atrakcyjności turystycznej.

¹ Współczynnik atrakcyjności turystycznej oblicza się, sumując punkty przyznane za występowanie wybranych cech środowiska geograficznego (elementów środowiska w ujęciu krajoobrazowo-rekreacyjnym, elementów specjalistycznych, elementów krajoznawczych i punktów dodatkowych) i dzieląc je przez maksymalną, teoretycznie możliwą do przydzielenia sumę punktów. Wartość współczynnika atrakcyjności waha się od 0 do 1, przy czym wartość 1 oznacza maksymalny teoretyczny stopień atrakcyjności, 0 – zupełny brak

Ryc. 1. Długość ścieżek turystycznych w wybranych gminach Roztocza Środkowego w 2014 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Statystyczne vademecum samorządowca 2015* (2016)

Uwzględniając w ocenie dostępność komunikacyjną i zagospodarowanie turystyczne, gmina Susiec jest obszarem o dużych walorach turystycznych, dostępnym komunikacyjnie z zagospodarowaniem turystycznym częściowym (Warszyńska, 1971).

atrakcyjności. Wartościom współczynnika przypisano oceny słowne: ponad 0,7 – miejscowość/gmina szczególnie atrakcyjna turystycznie; 0,4–0,7 – miejscowość/gmina o dużej atrakcyjności turystycznej; 0,2–0,4 – miejscowość/gmina o średniej atrakcyjności turystycznej; poniżej 0,2 – miejscowość/gmina o małej atrakcyjności turystycznej. Patrz: Warszyńska (1971: 107–108); Cabaj, Kruczek (2007: 28).

Tab. 1. Wybrane szlaki turystyczne i ścieżki rowerowe w gminie Susiec

Nazwa szlaku	Przebieg szlaku/kolor znakowania	Długość szlaku [km]	Długość szlaku na terenie gminy Susiec [km]
Szlak Szumów (pieszy)	Susiec PKP – wodospad na rzece Jeleń – Zamczysko – rezerwat przyrody „Nad Tanwią” – Rebizanty – Sikliwce – Susiec PKP (znaki niebieskie)	16,9	16,9
Szlak Południowy (pieszy)	Susiec PKP – wodospad na rzece Jeleń – rezerwat przyrody „Nad Tanwią” – Rebizanty – Korkosze – Huta Szumy – Narol (znaki żółte)	17,0	10,0
Szlak Walk Partyzanckich (pieszy)	Tomaszów Lubelski – Pasieki – Łosiniec (cmentarz wojenny) – Wólka Łosiniecka – Susiec – wzgórze Kościółek (Zamczysko) – Borowe Młyny – Osuchy – Sigła – Górecko Kościelne – Margole – Aleksandrów – Majdan Nowy – Zanie – Budziarze – Bidaczów Stary (znaki czarne)	143,0	22,0
Szlak im. Władysławy Podobińskiej (pieszy)	Susiec PKP – Łasochy – wzniesienie Wapielnia – Szur – Krasnobród – Suchowola – Lipsko – Zamość PKP (znaki zielone)	56,5	7,5
Szlak Krawędziowy (pieszy)	Susiec – Oseredek – Błudek – Nowiny – rezerwat „Czartowe Pole” – Pardysówka – Józefów – Górecko Kościelne – Rezerwat „Szum” – Górecko Stare – Florianka – Sochy – Zwierzyniec (znaki czerwone)	54,0	17,0
Szlak Rowerowy Polski Wschodniej Green Velo	Elbląg – Zwierzyniec – Susiec – Narol – Horyniec Zdrój – Końskie	ponad 2000	
Centralny Szlak Rowerowy	Kraśnik – Szczepreszyn – Zwierzyniec – Górecko Kościelne – Józefów – Susiec – Narol – Hrebennie (znaki czerwone)	179,0	21,0
Roztoczański Szlak Rowerowy	Zwierzyniec – Krasnobród – Majdan Sopocki	38,0	
Trasa Rowerowa Ziemi Józefowskiej [na Roztoczu]	Józefów – rezerwat „Czartowe Pole” – Majdan Sopocki – Górecko Kościelne – Józefów	74,0	
Szlak Łosiowy (rowerowy)	Susiec – Tomaszów Lubelski	16,5	11,5
Szlak rowerowy do Borowych Młynów	Susiec – Borowe Młyny – Susiec	11,0	8,0
Szlak rowerowy Rybnica – Maziły	Rybnica – Maziły	5,0	
Ścieżka spacerowa w rezerwacie „Czartowe Pole”	Rezerwat przyrody „Czartowe Pole”	1,3	1,3

Ścieżka przyrodniczo-dydaktyczna Nadleśnictwa Józefów „Nad Tanwią”	Rezerwat przyrody „Nad Tanwią”	3,0	3,0
Ścieżka spacerowa	Rebizanty – Susiec (znaki zielone)	2,8	2,8
Ścieżka rowerowa (wydzielony pas jezdni)	Tomaszów Lubelski – Susiec – Rebizanty – Paary	20,0	15,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie: www.turystyka.susiec.pl/szlaki,piesze.php?readmore=71; *Turystyka w województwie lubelskim w 2010 r.* (2011); *Mapa turystyczna: Susiec. Rowerem po Roztoczu.* (2015); *Susiec. Rowerem po Roztoczu...* (2016)

Tab. 2. Metoda oceny atrakcyjności środowiska geograficznego wg J. Warszzyńskiej oraz ocena środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki gminy Susiec

Cecha	Liczba punktów	Liczba punktów w ocenie środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki gminy Susiec
Wysokość bezwzględna (maks. 5 pkt)		
Ponad 800 m n.p.m.	5	–
500–800 m n.p.m.	3	–
300–500 m n.p.m.	1	1
Poniżej 300 m n.p.m.	1	–
Wysokość względna (maks. 5 pkt)		
Ponad 1000 m	5	–
500–1000 m	4	–
300–500 m	3	–
100–300 m	2	2
50–100 m	1	–
Poniżej 50 m	0	–
Atrakcyjność wód powierzchniowych (maks. 5 pkt)		
Wody stojące o klasie czystości I i II klasy, temp. ponad 18°C, z plażami i możliwością uprawiania sportów wodnych; także cieki o klasie czystości I i II, o przepływie ponad 20 m ³ /s, temp. ponad 18°C, z naturalnymi kąpieliskami i plażami	5	5
Cieki o klasie czystości I i II, o przepływie 10–20 m ³ /s, temp. ponad 18°C, z możliwością budowy naturalnych basenów przepływowych	4	–
Cieki o klasie czystości I i II, o przepływie 5–10 m ³ /s, temp. ponad 18°C, z możliwością budowy naturalnych basenów przepływowych	3	–

Cieki o klasie czystości I i II, przepływ poniżej 5 m ³ /s, temp. poniżej 18°C, z naturalnymi kąpieliskami i plażami	2	–
Cieki o małym znaczeniu dla rekreacji ze względu na mały przepływ (poniżej 5 m ³ /s) i zanieczyszczenie – III klasa czystości	1	–
Lesistość (maks. 5 pkt)		
Powyżej 50% powierzchni ogólnej	5	5
30–50% powierzchni ogólnej	4	–
20–30% powierzchni ogólnej	3	–
10–20% powierzchni ogólnej	2	–
2–10% powierzchni ogólnej	1	–
Poniżej 2% powierzchni ogólnej	0	–
Walory specjalistyczne (maks. 21 pkt)		
Warunki do uprawiania sportów wodnych	1–3	3
Warunki do uprawiania myślistwa	1–3	1
Warunki do uprawiania wędkarstwa	1–3	3
Warunki do uprawiania narciarstwa	1–3	1
Warunki do uprawiania turystyki wysokogórskiej	1–3	–
Warunki do uprawiania taternictwa	1–3	–
Istnienie cieplic, wód mineralnych	1–3	–
Walory krajoznawcze (maks. 14 pkt)		
Istnienie obiektów zabytkowych grupy 0	3	–
Istnienie obiektów zabytkowych grupy I i II	2	–
Istnienie obiektów zabytkowych grupy III i IV	1	1
Zespoły folklorystyczne o szczególnie bogatej treści i formie	3	–
Występowanie pojedynczych elementów folklorystycznych	1–2	2
Występowanie obiektów kultu narodowego w skali regionalnej, krajowej i międzynarodowej (ze szczególnym uwzględnieniem miejsc męczeństwa i walki o wolność narodu)	1–3	2
Ośrodki o silnej koncentracji obiektów krajoznawczych o znaczeniu w skali krajowej i międzynarodowej	3	–
Punkty dodatkowe (maks. 8 pkt)		
Korzystna ekspozycja stoków	1	1
Szczególne właściwości mezo- i mikroklimatyczne	1	1

Szczególne wartości wód w uatrakcyjnieniu krajobrazu	1	1
Zespoły krajobrazowe, w których wszystkie uwzględnione cechy środowiska występują w dużym nasileniu	1	1
Istnienie osobliwości krajobrazowych, takich jak: turnie, wodospady, doliny przełomowe, grotty itp.	1	1
Występowanie rzadkich gatunków flory i fauny	1	1
Istnienie parków narodowych oraz rezerwatów dostępnych dla ruchu turystycznego	1	1
Równoczesne występowanie elementów środowiska naturalnego o wysokich walorach turystycznych oraz obiektów krajoznawczych	1	1
SUMA	63	34

Źródło: Warszńska (1971: 105–111); por. Cabaj, Kruczek (2007: 27–28); *Ochrona środowiska i leśnictwo...* (2013)

Przedsiębiorczość władz samorządowych i mieszkańców gminy Roztocze a podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu

Przedsiębiorczość jest powszechnie traktowana jako jeden z podstawowych czynników rozwoju społecznego i gospodarczego w układach przestrzennych o różnej skali (krajowych, regionalnych, lokalnych). Szczególnego znaczenia nabiera ona w Polsce i innych krajach europejskich transformujących swoje gospodarki, zwłaszcza w warunkach kryzysu gospodarczego, gdyż odgrywa dużą rolę w utrzymaniu dynamiki i przyspieszeniu wzrostu gospodarczego oraz łagodzeniu skutków bezrobocia strukturalnego (Płaziak, Rachwał, 2015). Jak wskazali Z. Ziolo i T. Rachwał (2012), wynika to z faktu coraz większej roli przedsiębiorcy, podejmującego określone decyzje dotyczące lokalizacji i kierunków rozwoju przedsiębiorstwa, które przez swoje relacje w układach przestrzennych wpływają na rozwój bądź recesję tych układów. Procesy przemian społeczno-gospodarczych i kulturowych w różnego typu układach przestrzennych są związane z podejmowaniem określonych decyzji, u podstaw których leży przedsiębiorczość konkretnych osób czy zespołów, w tym przedsiębiorców i przedstawicieli władz samorządowych i centralnych.

Turystyka jest obecnie główną szansą rozwoju społeczno-gospodarczego gminy Susiec. Zarówno władze samorządowe, jak i lokalni przedsiębiorcy oraz mieszkańcy gminy dostrzegają w rozwoju turystyki możliwość wzrostu swojej pozycji konkurencyjnej. Kluczowym w tym zakresie krokiem jest wzrost postaw przedsiębiorczych firm, władz samorządowych oraz mieszkańców gminy, aktywność indywidualna i podnoszenie konkurencyjności oferowanych produktów turystycznych (Ziolo, 2016). Działalność przedsiębiorcza skierowana na rozwój turystyki powinna zakładać wprowadzenie innowacji, a więc działań stosujących nowe rozwiązania, zwłaszcza w organizowaniu

i budowie (rozbudowie) infrastruktury turystycznej, technicznej i usługowej, w tworzeniu i sprzedaży markowych produktów turystycznych, szukaniu nowych odbiorców (turystów), promocji walorów turystycznych Roztocza (w kraju i za granicą), poprawie jakości obsługi ruchu turystycznego (szkolenia personelu obsługi ruchu turystycznego), poprawie dostępności komunikacyjnej oraz wzbogacaniu kalendarza imprez turystycznych.

Biorąc pod uwagę przyjęte w literaturze przedmiotu rodzaje przedsiębiorczości: przedsiębiorczość gospodarcza, intelektualna, administracyjna – realizowana w sektorze publicznym – i społeczna (Oniszczyk-Jastrzębek, 2011) przyjrzymy się postawom przedsiębiorczym w zakresie rozwoju turystyki w gminie Susiec.

Od 2007 r. gmina należy do Lokalnej Organizacji Turystycznej „Roztocze” – stowarzyszenia powstałego w 2007 r., skupiającego samorządy (powiat tomaszowski, gminy: Bełżec, Krynice, Lubycza Królewska, Susiec i Tarnawatka oraz miasto i gmina: Cieszanów, Narol, Tomaszów Lubelski i Tyszowce), przedsiębiorców, organizacje pozarządowe i osoby fizyczne. Głównym celem LOT „Roztocze” jest m.in. „kreowanie wizerunku regionu turystycznego Roztocza poprzez wspieranie działań na rzecz rozwoju turystyki i promocję” (www.roztozczewita.pl). Z gminy Susiec do organizacji należy Roztoczańskie Stowarzyszenie Agroturystyczne w Suścu, a także przedsiębiorcy: Ośrodek Wczasowy „Roztoczanka” w Suścu, Pensjonat Szkoleniowo-Wypoczynkowy „Sosnowe Zacisze”, Agroturystyka „Stokrotka” w Suścu, Agroturystyka „Kędrawka” w Ciotuszy Nowej, Domki „Nad Potokiem” w Rybnicy, „Aga” Pokoje Gościnne w Suścu, Agroturystyka „Wypoczynek u Piotra” w Nowinach oraz Kajaki w Suścu.

Ciekawym pomysłem Lokalnej Organizacji Turystycznej Roztocze są „Dukaty z Roztocza”: 7 gryfinów w Tyszowcach, 7 florianów w Narolu, 7 szypotów w Suścu i 7 tomaszów w Tomaszowie Lubelskim.

Według badań ankietowych przeprowadzonych przez Lokalną Organizację Turystyczną i partnerów, Susiec należy do najpopularniejszych baz wypadowych turystów rowerowych – po Zwierzyńcu i Krasnobrodzie (*Roztocze w oczach rowerzystów*, 2016). W ostatnim dziesięcioleciu na terenie gminy przeprowadzono szereg inwestycji związanych z rozbudową bazy turystycznej dla rowerzystów. Projekty zostały głównie zrealizowane przez władze samorządowe gminy, ale włączyły się w nie również inne podmioty. LOT Roztocze wspólnie z Roztoczańskim Stowarzyszeniem Agroturystycznym w Suścu i Stowarzyszeniem Rowerowe Roztocze promowali 2016 r. jako „Rowerowy Rok Roztocza”, organizując wiele rajdów i imprez rowerowych. 9 lutego 2016 r. z inicjatywy wójta gminy Susiec – Zbigniewa Naklickiego – odbyło się spotkanie przedstawicieli władz samorządowych i przedsiębiorców, a jego celem było podsumowanie wydania przewodnika i zestawu dziewięciu map pod tytułem „Rowerem po Roztoczu”. W trakcie zebrania zaproponowano szereg ciekawych i innowacyjnych projektów służących dalszemu rozwojowi turystyki rowerowej na Roztoczu, m.in. powstanie „Roztoczańskiej Wypożyczalni Rowerowej” z możliwością wypożyczenia rowerów i pozostawienia w innym miejscu, z transportem osób, rowerów i bagażu (*Rowerowa koalicja na Roztoczu*, 2016). Bardzo ważnym wydarzeniem, które w znaczący sposób podniosło atrakcyjność turystyczną regionu, było otwarcie Szlaku Rowerowego Polski Wschodniej Green Velo w 2015 r.

W ostatnim dziesięcioleciu władze samorządowe gminy Susiec zrealizowały szereg inwestycji związanych z rozbudową infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej. Do największych projektów zaliczyć należy budowę i zagospodarowanie terenów wokół zalewu w Majdanie Sopockim. Całkowity koszt inwestycji wyniósł 3 411 584, 99 zł, przy wsparciu finansowym tej inwestycji w postaci środków unijnych w kwocie 2 236 500, 11 zł². Ważną inwestycją podnoszącą bezpieczeństwo i komfort podróżowania rowerzystów była budowa ścieżki rowerowej prowadzącej z Suśca do parkingu w Rebizantach przy rezerwacie „Nad Tanwią”. W okresach programowania 2004–2006 i 2006–2013 władze samorządowe gminy Susiec zrealizowały ponadto inne projekty związane z turystyką – m.in. budowę wieży widokowej w Suścu, oznakowanie i budowę infrastruktury Szlaku Geoturystycznego Rostocza Środkowego. Wartość projektów „turystycznych” wykonanych w tym okresie w gminie Susiec to 6 457 049,07 zł (wartość dofinansowania: 4 691 013,49 zł).

W 2015 r. ze środków gminy Susiec wykonano szereg remontów ulic w Suścu, wykonano tablice informacyjno-kierunkowe z Suśca do rezerwatu „Nad Tanwią” oraz do zalewu w Majdanie Sopockim, zbudowano budki strażnicze przy rzece Tanew, zrealizowano prace wykończeniowe przy parkingu w Rebizantach i przy moście na rzece Tanew, przeprowadzono remont pomostów i schodów w rezerwacie „Nad Tanwią”, a także balustrad w kamieniołomach w Nowinach (www.susiec.pl). We wrześniu 2015 r. na stadionie GOSiR w Suścu otwarto „PZU Trasy Zdrowia” z wieloma stacjami do gimnastyki. Projekt został zrealizowany przez gminę Susiec w ramach projektu „PZU Trasy Zdrowia” współfinansowanego przez Fundację PZU Zdrowie (www.turystyka.susiec.pl).

W podniesieniu atrakcyjności turystycznej gminy Susiec zwłaszcza w aspekcie walorów kulturowych bardzo ważnym projektem była budowa budynku Muzeum Pożarnictwa w Oseredku. Muzeum gromadzi obecnie ponad 400 eksponatów. Całkowity koszt budowy obiektu wyniósł 1 030,6 tys. zł. W 2016 r. ze środków gminy Susiec dokonano poprawy bazy informacyjnej. W siedmiu miejscach na terenie gminy postawiono tablice informacyjne o tematyce historycznej i geograficznej.

Bardzo dobrym przykładem postaw przedsiębiorczych lokalnych mieszkańców (przedsiębiorczości gospodarczej i intelektualnej) jest działalność wspomnianego już Rostoczańskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego w Suścu. Celem stowarzyszenia są działania na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej i agroturystyki na terenie Rostocza, a także ochrona i promocja interesów zrzeszonych członków (www.susiec.com.pl).

Doskonałym materiałem promocyjnym Rostocza jest wydawany od 2012 r. Magazyn Turystyczny „Magiczne Rostocze”. Opracowanie wydaje Biuro Turystyczne QUAND we współpracy z Lokalną Organizacją Turystyczną Rostocze oraz rostoczańskimi samorządami, Rostoczańskim Parkiem Narodowym, nadleśnictwami i wieloma przedsiębiorcami. W magazynie zamieszczane są informacje o walorach turystycznych regionu, mapy, reklamy przedsiębiorców branży turystycznej, opisy szlaków turystycznych, praktyczne informacje dla odwiedzających oraz kalendarium wydarzeń kulturalnych. Warto podkreślić, że magazyn jest dostępny bezpłatnie w obiektach bazy noclegowej i gastronomicznej, punktach informacji turystycznej oraz w wybranych marketach na Rostoczcu. W 2016 r. nakład magazynu wyniósł 80 tys. egzemplarzy.

² Podsumowanie pracy Rady Gminy Susiec (2010–2014). Pozyskano z: www.susiec.pl/images/docs/podsumowanie.pdf.

Przedsiębiorczość władz samorządowych i mieszkańców gminy Roztocze a podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu w ocenie respondentów

Metodyka badań

W 2016 r. autorzy prezentowanego opracowania przeprowadzili badania ankietowe, których celem była ocena wpływu postaw przedsiębiorczych mieszkańców i władz samorządowych na rozwój turystyki i podniesienie atrakcyjności turystycznej gminy Susiec przez turystów odpoczywających w gminie Susiec. W badaniach wykorzystano kwestionariusz ankiety, który składał się ze wstępu, metryczki oraz 22 pytań zamkniętych – zarówno z odpowiedziami ilościowymi, jak i kategorialnymi (kafeteria dysjunktywna: respondent mógł wskazać jedną z możliwych odpowiedzi i koniunktywna: respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź). Badania pilotażowe zostały przeprowadzone w czerwcu 2016 r., a ich głównym celem była weryfikacja przygotowanej ankiety. Właściwe badania ankietowe przeprowadzano od 1 lipca do 15 września 2016 r. w trzech miejscach w gminie Susiec: w rezerwacie przyrody „Nad Tanwią”, w Ośrodku Wypoczynkowym „Roztoczanka” w Suścu oraz na wieży widokowej w Suścu. Badaniami ankietowymi objęto w sumie 162 turystów wypoczywających na terenie gminy Susiec. Metoda próby badawczej to nielosowy dobór celowy. Zgromadzone podczas badań materiały zostały uporządkowane i poddane procedurze sprawdzenia, w wyniku której wyeliminowano cztery kwestionariusze ze względu na tylko częściowe ich wypełnienie przez respondentów. Zebrane materiały zostały opracowane statystycznie w formie graficznej oraz w formie tablic wynikowych.

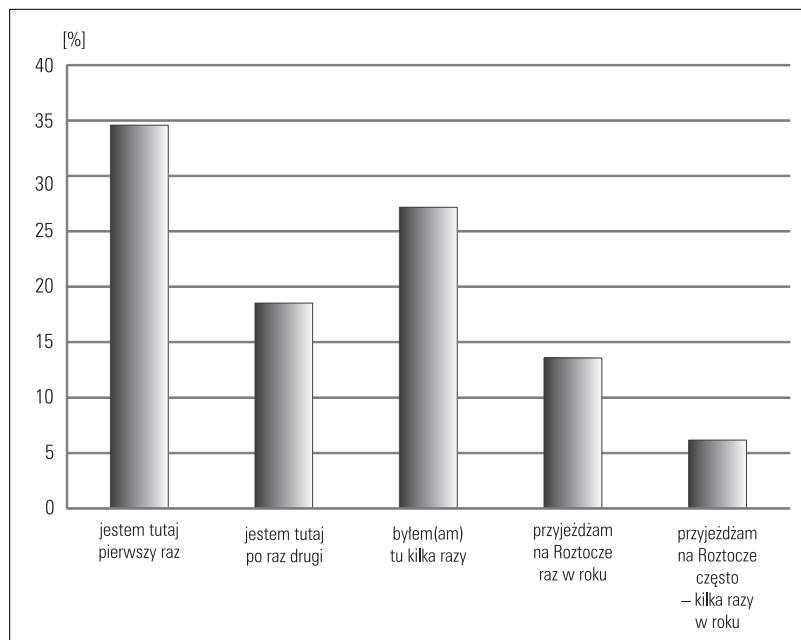
Wyniki i analiza badań ankietowych

Ponad połowę ogółu badanych (55%) stanowiły kobiety, 45% stanowili mężczyźni. Najlicniejszą grupę wiekową byli respondenci w wieku 36–45 lat (37% ogółu) oraz w wieku 25–35 lat (28% ogółu) (tab. 4). Ponad połowa (51%) respondentów, oceniając swoją sytuację materialną, określiła, że jest ona dobra, zaś 14% badanych, że jest ona bardzo dobra. Tylko 2 ankietowanych oceniło swoją sytuację materialną jako bardzo złą, żadna osoba nie zadeklarowała, że jest zła. Ponad 35% respondentów zamieszkiwało województwo podkarpackie, a nieco ponad 30% ogółu – województwo lubelskie. Ankietowani zamieszkiwali również województwa: śląskie (12 osób), mazowieckie (12 osób), małopolskie (10 osób) oraz wielkopolskie i pomorskie (po 2 osoby).

Ponad 1/3 respondentów wskazała, że po raz pierwszy przyjechała do gminy Susiec i na Roztocze w celach turystycznych. Z kolei o tym, że Roztocze jest regionem, który potrafi zauroczyć wielu turystów, świadczyć może, że ponad 13% (21 osób) badanych przyjeżdża na Roztocze co najmniej raz w roku. Wśród ankietowanych są również osoby, które stanowią 6% wszystkich ankietowanych (10 osób), odwiedzające Roztocze kilka razy w roku. Odpowiedzi na to pytanie przedstawiono na rycinie 2.

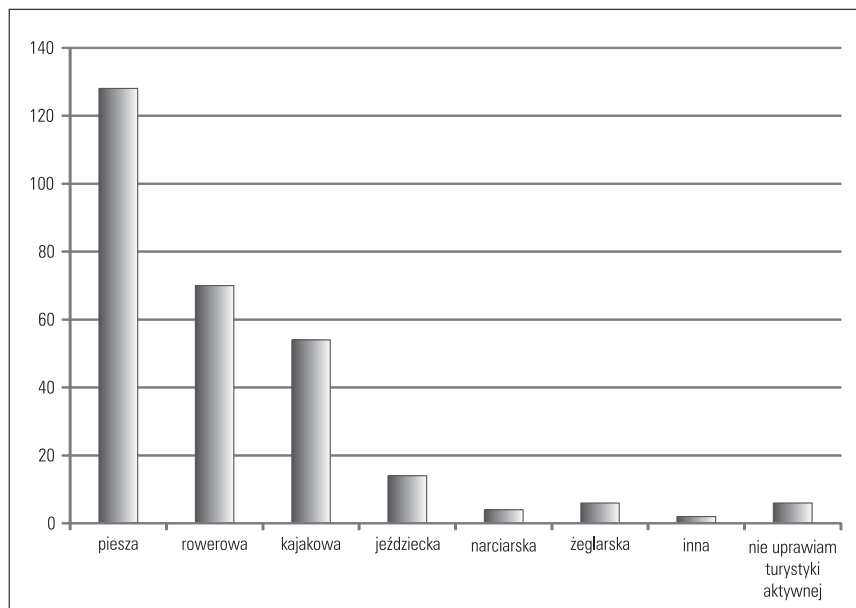
Autorów opracowania interesowało, w jaki sposób ankietowani spędzają swój czas oraz jaki rodzaj turystyki uprawiają, będąc na Roztoczu. Najbardziej preferowanym rodzajem turystyki aktywnej wśród badanej grupy respondentów jest turystyka piesza – którą wskazało 129 respondentów. W pytaniu tym ankietowani mogli udzielić maksymalnie 3 odpowiedzi, wybierając poszczególne aktywności turystyczne, które uprawiają podczas

Ryc. 2. Rozkład odpowiedzi badanych na pytanie: „Który raz przyjechał(a) Pan(i) na Roztocze w celach turystycznych?”



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ryc. 3. Rozkład odpowiedzi badanych na pytanie: „Jaki rodzaj turystyki aktywnej najczęściej Pan(i) uprawia przebywając na Roztoczu?”



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

przebywania na Rostoczu. Druga pod względem popularności jest turystyka rowerowa (70 udzielonych odpowiedzi), a następnie turystyka kajakowa (53 respondentów) oraz turystyka jeździecka – 12 odpowiedzi. Wyniki poszczególnych rodzajów aktywności turystycznych wybieranych przez respondentów przedstawia rycina 3.

Kolejne pytanie zadane w kwestionariuszu ankietowym przez autorów tekstu dotyczyło oceny atrakcyjności turystycznej gminy Susiec (ryc. 4). Ankietowani mieli do wyboru skalę od 1 do 6, w której oceniali walory turystyczne, przyporządkowując odpowiednią skalę, gdzie 1 oznaczała ocenę bardzo niską, a 6 – ocenę bardzo wysoką. Respondenci wysoko ocenili atrakcyjność turystyczną gminy – 49% z nich (79 osób) oceniło walory turystyczne gminy Susiec na 5, po 20% ankietowanych (20 osób) na ocenę 4 i 6. Pięć osób (3%) postawiło najniższą ocenę – 1, a jedynie 8% pytanym (13 osób) oceniało atrakcyjność gminy Susiec na 3. Najwyżej atrakcyjność turystyczną gminy Susiec oceniło 20% respondentów (32 osoby), zaznaczając w kwestionariuszu ankietowym ocenę 6.

Autorzy w kwestionariuszu ankietowym zapytali także o ocenę przedsiębiorczości mieszkańców gminy Susiec w zakresie turystyki (ryc. 5). Podobnie jak w pytaniu poprzednim, respondenci mieli do wyboru skalę ocen od 1 do 6, gdzie 1 to ocena bardzo niska, 6 – ocena bardzo wysoka. Po 32% spośród ankietowanych (52 osoby) postawiło ocenę 4 i 5. Bardzo wysoką ocenę postawiło 21% respondentów (34 osoby), a tylko 2% ankietowanych (3 osoby) oceniło najniżej przedsiębiorczość mieszkańców gminy Susiec, zaznaczając w odpowiedziach ocenę 1.

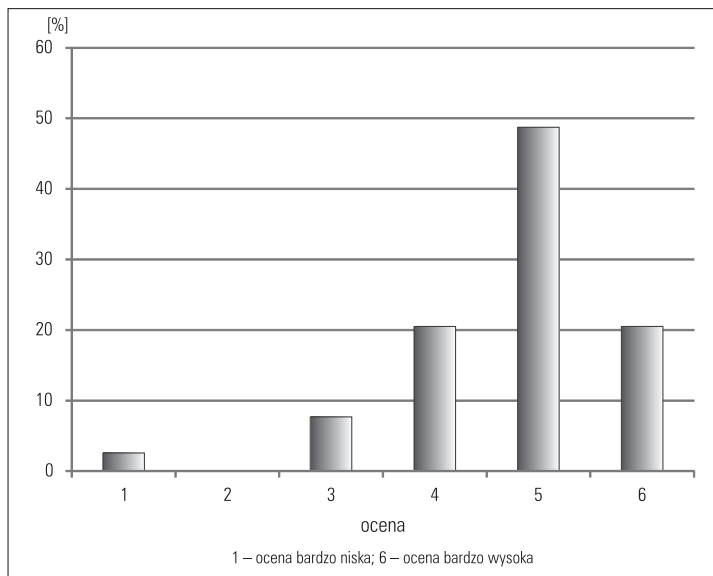
Autorów badania interesowało również, jak ankietowani oceniają przedsiębiorczość władz samorządowych gminy Susiec. Rozkład odpowiedzi na to pytanie ilustruje rycina 6. Tak jak w dwóch poprzednich pytaniach, respondenci mieli do wyboru skalę ocen od 1 do 6, gdzie 1 to ocena bardzo niska, 6 – ocena bardzo wysoka. Najwyższą ocenę władzom samorządowym w zakresie przedsiębiorczości dla gminy Susiec postawiło 23% pytanym (52 osoby), podczas gdy 3% ankietowanych (5 osób) nie podziela tego zdania i prace samorządowców oceniło na najniższą ocenę: 1. Prace władz lokalnych bardzo dobrze oceniało 37% respondentów (60 osób), a dobrze 29% ankietowanych (47 osób).

Autorzy prezentowanego opracowania w kwestionariuszu ankietowym zadali respondentom pytania otwarte. Jedno z nich dotyczyło tego, co według ankietowanych jest największym rozczarowaniem na Rostoczu. Do najczęściej udzielanych odpowiedzi należały następujące kwestie: brak bazy gastronomicznej i noclegowej, złe drogi, mała liczba sklepów oraz zanieczyszczone miejsca turystyczne (pełne kosze na śmieci).

Drugie otwarte pytanie zadane respondentom w kwestionariuszu ankietowym brzmiało: „Co najbardziej urzeka Panią/Pana na Rostoczu?”. Wśród najczęściej udzielonych odpowiedzi na to pytania znalazły się następujące odpowiedzi: piękne lasy, cisza i spokój, zielone tereny, mało turystów, piękne widoki, czysty klimat, malownicze krajobrazy, przyroda, mili mieszkańcy gminy oraz dobre, nowe ścieżki rowerowe.

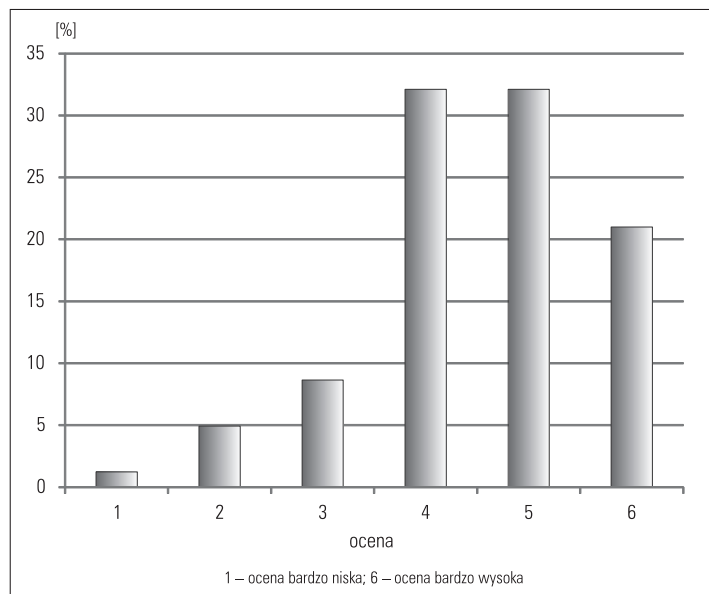
Inne otwarte pytanie brzmiało: „Co według Pani/Pana jest największym atutem rozwoju turystyki w gminie Susiec?”. Najczęściej udzielanymi odpowiedziami na to pytanie były: trasy spacerowe, kąpieliska, ścieżki rowerowe, walory przyrodnicze, szlaki turystyczne oraz czyste, nieskażone powietrze. Ostatnie pytanie otwarte miało na celu sprawdzić, co według ankietowanych należy uczynić, aby zwiększyć atrakcyjność turystyczną gminy Susiec. W tym pytaniu respondenci najczęściej udzielali następujących odpowiedzi: lepiej promować i reklamować region na terenie całego kraju, poprawić i rozbudować bazę gastronomiczną oraz noclegową, zorganizować wakacyjną sprzedaż produktów

Ryc. 4. Rozkład odpowiedzi badanych na pytanie: „Jak ocenia Pan(i) atrakcyjność turystyczną gminy Susiec? (w skali 1 do 6, gdzie 1 to ocena bardzo niska, 6 – ocena bardzo wysoka)”



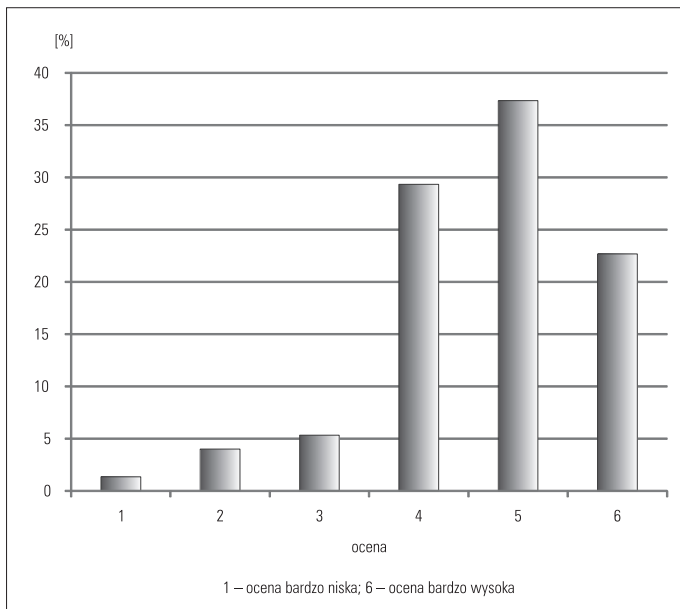
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ryc. 5. Rozkład odpowiedzi badanych na pytanie: „Jak ocenia Pan(i) przedsiębiorczość mieszkańców gminy Susiec w zakresie turystyki? (w skali 1 do 6, gdzie 1 to ocena bardzo niska, 6 – ocena bardzo wysoka)”



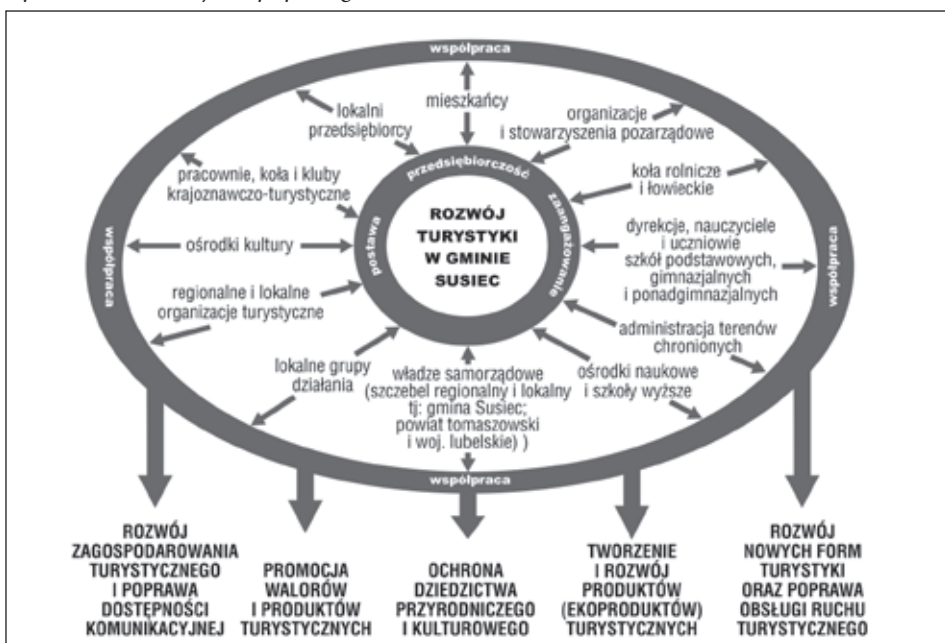
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ryc. 6. Rozkład odpowiedzi badanych na pytanie: „Jak ocenia Pan(i) przedsiębiorczość władz samorządowych gminy Susiec w zakresie turystyki? (w skali 1 do 6, gdzie 1 to ocena bardzo niska, 6 – ocena bardzo wysoka)”



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ryc. 7. Model rozwoju turystyki w gminie Susiec



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

regionalnych, zwiększyć liczbę atrakcji dla rodzin z małymi dziećmi, polepszyć komunikację publiczną w regionie, zbudować kąpieliska oraz zorganizować w sezonie atrakcje dla turystów, np. koncerty, festyny.

Autorzy tekstu na potrzeby artykułu konstruowali model rozwoju turystyki w gminie Susiec (ryc. 7). Aby ten rozwój mógł przebiegać sprawnie i dobrze, potrzebna jest współpraca zarówno mieszkańców gminy, jak i władz samorządowych na szczeblu regionalnym oraz lokalnym. Potrzebne jest zaangażowanie lokalnych ośrodków kultury i krajoznawczych, ośrodków nauki i szkół wyższych oraz organizacji i stowarzyszeń pozarządowych. Mówiąc o rozwoju turystyki, ważna jest postawa lokalnych grup działania, dyrekcji i nauczycieli szkół a także regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych, które swoim zaangażowaniem oraz wsparciem lokalnych przedsiębiorców i mieszkańców gminy zachęcają do działania i promocji gminy Susiec. Praca wszystkich poszczególnych grup oraz osób może się przyczynić do stworzenia i rozwoju markowego produktu turystycznego, a także rozwoju zagospodarowania turystycznego (np. przez tworzenie nowych miejsc noclegowych, punktów gastronomicznych). Ważna jest promocja walorów i produktów turystycznych powstających na opisywanym terenie oraz zapewnienie ich dostępności turystom odwiedzającym gminę Susiec.

Zakończenie

Przeprowadzone w ostatnim dziesięcioleciu w gminie Susiec inwestycje i inicjatywy ukierunkowane na podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu skutkują stopniowo rosnącym ruchem turystycznym. W miesiącach wakacyjnych w 2016 r., przy najcenniejszych walorach turystycznych Roztocza Środkowego, odnotowano rekordową liczbę turystów. Wpływ na to miało szereg czynników, z których najczęściej wskazanymi przez respondentów były niestabilna sytuacja geopolityczna w Europie i obawy przed zamachami w krajach Europy Zachodniej i Południowej, otwarcie Wschodniego Szlaku Rowerowego Green Velo, a także wprowadzenie programu „500+”.

Władze samorządowe i przedsiębiorcy w gminie Susiec w dalszym planowaniu rozwoju turystyki powinni uwzględniać jeden z kluczowych parametrów, jakim jest „pojemność turystyczna” – tj. „granice odporności środowiska przyrodniczego, regionu recepcji i infrastruktury turystycznej na działalność turystyczną” (Zaręba, 2000: 15) W odniesieniu do gminy Susiec ważne jest, aby strategia rozwoju gminy była ukierunkowana na rozwój turystyki zrównoważonej (głównie ekoturystyki) i turystyki aktywnej, z precyzyjnym określeniem pojemności turystycznej: ekologicznej, kulturowo-społecznej i psychologicznej. (Zaręba, 2000). Ustalenie pojemności turystycznej gminy wymaga kompleksowej analizy specyfiki poszczególnych elementów środowiska geograficznego, specyfiki kulturowej regionu, walorów przyrodniczych, stanu zagospodarowania turystycznego, dostępności komunikacyjnej oraz motywów podróżowania turystów.

Setki turystów odwiedzających rezerwat „Nad Tanwią” w pogodne wakacyjne weekendy 2016 r. z jednej strony zapewne ucieszyły gospodarzy i mieszkańców gminy Susiec, z drugiej jednak strony dały poważny sygnał, że pojemność turystyczna rezerwatu osiąga graniczny poziom. Konieczne wydaje się więc w miejscach atrakcyjnych turystycznie stałe monitorowanie i kontrolowanie skutków ruchu turystycznego, zwłaszcza w okresach jego największego natężenia, tj. w trakcie długich weekendów oraz w miesiącach wakacyjnych. Odpowiednie i sprawne zarządzanie ruchem turystycznym przekłada się na zadowolenie

klienta i nie powoduje przekroczenia psychologicznej i ekologicznej pojemności turystycznej. Jeśli jednak ta granica zostanie przekroczona, to turyści szukający na Roztoczu ciszy i niekażonej przyrody wyjadą mocno niezadowoleni i zapewne ponownie już tutaj nie powrócą³.

Literatura

References

- Cabaj, W., Kruczek Z. (2007). *Podstawy geografii turystycznej*. Kraków: Wydawnictwo „Proksenia”.
Ewidencja ludności gminy Susiec na dzień 31.12.2016 r., Gmina Susiec.
Informator turystyczny. Roztocze 2011. (2011). Lokalna Grupa Działania „Roztocze Tomaszowskie”.
Magiczne Roztocze 2016. Magazyn turystyczny. *Kalendarium. Informacje praktyczne*. (2016). Zamość.
Mapa turystyczna: Susiec. Rowerem po Roztoczu. (2015). Rzeszów: Wydawnictwo Turystyczne Paweł Wład.
Ochrona środowiska i leśnictwo w województwie lubelskim w latach 2008–2012. (2013). Urząd Statystyczny w Lublinie, 126–127.
Oniszczyk-Jastrzębek, A. (2011). Otoczenie a przedsiębiorczość w warunkach globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 42–57.
Pawłowski, A. (2011). *Roztocze Polskie i Ukraińskie*. Przewodnik. Pruszków: Oficyna Wydawnicza Rewasz, 161–166.
Płaziak, M., Rachwał, T. (2015). „Przedsiębiorczy region” – zarys koncepcji w świetle analizy roli przedsiębiorczości w krajowej strategii rozwoju regionalnego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 37–49.
Podsumowanie pracy Rady Gminy Susiec (2010–2014). Pozyskano z: www.susiec.pl/images/docs/podsumowanie.pdf
Rowerowa koalicja na Roztoczu. *Biuletyn Lokalnej Organizacji Turystycznej Roztocze*, 183 (1).
Roztocze w oczach rowerzystów. *Biuletyn Lokalnej Organizacji Turystycznej Roztocze*, 186 (1).
Statystyczne vademecum samorządowca 2015. Gmina wiejska Susiec. (2016) Urząd Statystyczny w Lublinie. Pozyskano z: http://stat.gov.pl/vademecum/vademecum_lubelskie/portrety_gmin/powiat_tomaszowski/gmina_susiec.pdf
Susiec. Rowerem po Roztoczu. Informator turystyczny. Trasy rowerowe – noclegi – mapa gminy. (2016). Rzeszów: Wydawnictwo Turystyczne Paweł Wład.
Turystyka w województwie lubelskim w 2010 roku. (2011). Lublin: Urząd Statystyczny w Lublinie.
Warszyńska, J. (1971). Waloryzacja miejscowości z punktu widzenia atrakcyjności turystycznej (zarys metody). *Prace Geograficzne*, 27, 103–114.
Włodarczyk, B. (2009). Przemiany form aktywności turystycznej. Przykład krawędzi Wyżyny Łódzkiej. *Szlakami Nauki*, 29, 23.
www.muzeum.susiec.pl
www.roztozczewita.pl
www.susiec.pl/realizacje
www.susiec.com.pl/o-nas
www.turystyka.susiec.pl/news2.php?readmore=167
Zaręba, D. (2000). *Ekoturystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
Zioło, Z. (2016). Przedsiębiorczość w rozwoju układów lokalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 16, 6–17.
Zioło, Z., Rachwał, T. (2012). Entrepreneurship in Geographical Research. In: P. Churski (ed.), *Contemporary Issues in Polish Geography*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 135–155.

³ Autorzy składają serdeczne podziękowanie za udzielenie cennych informacji i pomoc w przygotowaniu niniejszego artykułu panu Zbigniewowi Naklickiemu – wójtowi Gminy Susiec – oraz panu Krzysztofowi Łagowskiemu – prezesowi Zarządu Roztoczańskiego Stowarzyszenia Agroturystycznego w Suścu.

Franciszek Mróz, dr. Urodzony w 1975 r. w Przeworsku, geograf społeczno-ekonomiczny, pracownik naukowo-dydaktyczny (adiunkt) w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Wykładowca w Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie. Tytuł doktora nauk o Ziemi w zakresie geografii otrzymał w 2006 r. na podstawie rozprawy doktorskiej *Geneza i typologia sanktuariów pańskich w Polsce*, przygotowanej pod kierunkiem prof. dr. hab. Antoniego Jackowskiego w Instytucie Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ. W 1999 r. ukończył w Częstochowie Studium Podyplomowe „Pielgrzymki. Turystyka religijna”. Konsultant w Radzie ds. Migracji, Turystyki i Pielgrzymek Konferencji Episkopatu Polski. Członek Archicofradia Universal del Apóstol Santiago. Instruktor Krajoznawstwa Polski. W latach 2012–2014 prezes, a obecnie zastępca prezesa Bractwa św. Jakuba w Więclawicach Starych. Członek Zespołu Konsultacyjnego ds. Przygotowania Planu Działań na rzecz Rozwoju Turystyki Religijnej w Krakowie do roku 2020 powołanego przez Prezydenta Miasta Krakowa. Obecnie jego zainteresowania badawcze koncentrują się m.in. wokół zagadnień związanych z pielgrzymowaniem, turystyką religijną i turystyką kulturową w Polsce, genezą i funkcjonowaniem ośrodków pielgrzymkowych w Europie, a także europejskimi szlakami kulturowymi ze szczególnym uwzględnieniem Camino de Santiago – Drogi św. Jakuba. Jest autorem ponad 90 publikacji naukowych i ponad 50 publikacji popularno-naukowych z tego zakresu, a także redaktorem 12 prac zbiorowych. Od 2008 r. jest współorganizatorem corocznych międzynarodowych konferencji naukowych poświęconych problematyce historii i funkcjonowania Drogi św. Jakuba w Europie. Jest szczęśliwym mężem i ojcem trójki wspaniałych dzieci: Piotra (15 lat), Michała (13 lat) i Anny (8 lat). Interesuje się krajoznawstwem, fotografią i sportem.

Franciszek Mróz, PhD. Socio-economic geographer born in 1975 in Przeworsk, an academic (Assistant Professor) at the Department of Tourism and Regional Research of the Institute of Geography at the Pedagogical University of Cracow. Lecturer at the Pontifical University of John Paul II in Cracow. In 2006 he received the title of Doctor of Earth Sciences (PhD) in geography based on a doctoral dissertation entitled *Origins and Typology of Sanctuaries in Poland*, written under the supervision of Professor Antoni Jackowski, PhD, of the Institute of Geography and Spatial Management at the Jagiellonian University. In 1999 he completed post-graduate studies in Częstochowa in the field of “Pilgrimages. Religious Tourism.” Consultant in the Migration, Tourism and Pilgrimage Council of the Polish Episcopal Conference. Member of Archicofradia Universal del Apóstol Santiago. Instructor of Polish cultural and regional studies. Chairman (during the period of 2012–2014) and currently Vice-Chairman of the Brotherhood of St. James in Więclawice Stare. Member of the Consultation Team for the preparation of the Action Plan for the development of religious tourism in Cracow until 2020, nominated by the Mayor of Cracow. His present research interests are concentrated on, for example, issues related to pilgrimages, religious and cultural tourism in Poland, origins and functioning of pilgrimage centres in Europe, and European cultural routes, especially Camino de Santiago – the Way of St. James. He is the author of more than 90 publications and more than 50 popular science publications from this field as well as an editor of 12 collaborative publications. Since 2008, he has been the co-organiser of annual international scientific conferences devoted to the history and functioning of the Way of St. James in Europe. He is also a happy husband and the father of three wonderful kids: Piotr (15), Michał (13) and Anna (8). He is interested in cultural and regional studies, photography and sports.

Kamila Ziółkowska-Weiss, dr. Absolwentka kulturoznawstwa z historią sztuki na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz geografii na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. Ukończyła podyplomowe studia na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie na kierunku zarządzanie turystyką międzynarodową. Adiunkt w Zakładzie Turystyki i Badań Regionalnych Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Czynny pilot wycieczek. Autorka kilkunastu 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 at the Pedagogical University of 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 at the Pedagogical University of 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 the 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: fmroz@wp.pl
e-mail: kamilacamela@wp.pl

Wpływ przedsiębiorczości
na rozwój podmiotów gospodarczych

CZĘŚĆ 2

PART 2

The Impact of Entrepreneurship
on the Development of Business Entities

ZBIGNIEW MAKIEŁA

Uniwersytet Jagielloński, Kraków, Polska ■ Jagiellonian University in Kraków, Poland

Przedsiębiorczość i innowacyjność akademicka w Polsce

Academic Entrepreneurship and Innovation in Poland

Streszczenie: Celem zmian w strukturze szkolnictwa wyższego w Polsce powinno być uruchomienie mechanizmów konkurencyjności, a zasadniczym podmiotem procesu zmian jest przedsiębiorczy uniwersytet. Powstanie przedsiębiorczego uniwersytetu daje szansę społeczności akademickiej na komercjalizację badań naukowych. Bez znaczącego wzrostu innowacji przedsiębiorczość akademicka będzie uwięziona w stagnacji. Jednak przestawienie przedsiębiorczości akademickiej na tory innowacyjności jest bardzo trudnym zadaniem, ponieważ środowisko akademickie charakteryzuje bardzo niski poziom przedsiębiorczości. Zmiany w funkcjonowaniu wyższych uczelni w Polsce zachodzą powoli i są opóźniane przez tradycyjne, biurokratyczne struktury organizacyjne uczelni, niechęć władz uczelni do stosowania elastycznych metod zarządzania oraz brak rynkowych instrumentów wsparcia przedsiębiorczości akademickiej. Narzędziem pobudzania przedsiębiorczości akademickiej jest tworzenie warunków do rozwoju i wspieranie innowacyjnych przedsiębiorstw typu spin-off oraz spin-out. Innowacyjne akademickie przedsiębiorstwa wymagają znaczących nakładów inwestycyjnych, których zwrot obciążony jest bardzo wysokim ryzykiem. Jest to jedna z przyczyn spowolnienia procesu rozwoju innowacyjności akademickiej. Celem głównym niniejszego opracowania była ocena poziomu efektywności zarządzania uniwersytetem przez wskazanie, w jaki sposób lepiej niż dotychczas wykorzystać największą wartość uczelni, którą są jej pracownicy, studenci i absolwenci oraz posiadana przez nich wiedza. Dla zapewnienia właściwej realizacji celu głównego sformułowano również cele szczegółowe. Realizacja postawionych w pracy celów wymagała rozwiązania kilku problemów badawczych. Głównym problemem stała się ocena poziomu efektywności organizacyjnej uniwersytetów przez porównanie do najlepszych (benchmarking wyników). Wiązało się to ze stworzeniem modelu zarządzania uniwersytetem i określeniem, jakie wymiary i kryteria powinien tworzyć model zapewniający ocenę efektywności organizacyjnej. Należało wskazać kluczowe czynniki w efektywności organizacyjnej (kosztowej i finansowej). Istotnym elementem przy ocenie efektywności organizacyjnej było również nakreślenie obszarów efektywności i kryteriów przyjętych do stosowania.

Abstract: the aim of changes in the structure of higher education in Poland should be encouraging competitiveness processes, and the essence of changes is creating an entrepreneurial university. The creation of an entrepreneurial university gives the academic community the possibility of commercialisation of research. Without a significant increase in innovation, academic entrepreneurship will be trapped in stagnation. Focusing academic entrepreneurship on innovation is a very difficult task, because the academic environment is characterised by a very low level of entrepreneurship. Changes in the functioning of institutions of higher education in Poland occur at a slow pace and are even further delayed by the traditional bureaucratic structure of the university, the university authorities reluctance to use flexible

methods of management, lack of market instruments to support academic entrepreneurship. A tool for stimulating academic entrepreneurship is to create conditions for the development and support of innovative spin-off and spin-out business. Innovative academic enterprises require significant capital investment whose return is burdened with very high risk. This is one of the reasons for the slowdown of the process of innovation development of academia. The main aim of the study is to assess the level of university management effectiveness by showing how the highest value of the university, its employees, students, graduates and their knowledge, is better than ever before. In order to ensure proper fulfillment of the main objective, specific objectives have also been formulated. Implementing the objectives of the study requires addressing several research problems. The main problem is to assess the level of organizational efficiency of universities by comparing to the best (benchmarking results). This involves creating a model for managing the university and determining what dimensions and criteria should be created for a model that evaluates organisational effectiveness. Key factors in organisational effectiveness (cost and financial) had to be defined. It is also important to evaluate the effectiveness of the organisation and the criteria adopted for the evaluation of organisational effectiveness.

Słowa kluczowe: innowacyjność akademicka; przedsiębiorczość; przedsiębiorczy uniwersytet; przedsiębiorstwa spin-off; start-upy;

Keywords: academic innovation; entrepreneurial university; entrepreneurship spin-off enterprises; startups

Otrzymano: 19 listopada 2016

Received: 19 November 2016

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Makieła, Z. (2017). Przedsiębiorczość i innowacyjność akademicka w Polsce. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 183–195. DOI: 10.24917/20833296.13.13

Wstęp

„Innowacyjność gospodarki każdego kraju jest ściśle powiązana z poziomem i dynamiką rozwoju nauki i edukacji. Im wyższy poziom rozwoju szkolnictwa, tym wyższe miejsce w poziomie innowacyjności zajmuje dane państwo, bez względu na to, na jakie rankingi się powołujemy. W globalnym rankingu innowacyjności państw w 2015 roku sporządzonym przez ekspertów z Uniwersytetu Cornella Polska zajęła 39 miejsce; najwyżej, na 32 miejscu, oceniono uwarunkowania instytucjonalne innowacyjności w naszym kraju (polityka ekonomiczna, regulacje środowiska, otoczenie biznesu), a dopiero na 68 miejscu – wpływ wiedzy na rozwój gospodarczy (PNB). Wśród czynników determinujących poziom i dynamikę innowacyjności najsilniejszych gospodarczo państw świata poczesne miejsce zajmują efekty funkcjonowania edukacji i nauki, zwłaszcza szkolnictwa wyższego w tych krajach, bez których nie ma rozwoju innowacji. Jedynym sposobem na budowę prawdziwie innowacyjnej gospodarki jest skonstruowanie pomostu między światem nauki a biznesu, które oddziela tzw. dolina śmierci” (Wawak, 2017: 7).

Przedsiębiorczość i innowacyjność akademicka w Polsce, rozumiane jako nowa forma aktywności środowiska wyższych uczelni, są przedmiotem dyskusji o nowym modelu funkcjonowania uczelni w warunkach globalizacji. „Przedsiębiorczość akademicka jest specyficznym rodzajem przedsiębiorczości, koncentrującym się na kreatywnych postawach środowiska naukowego i wykorzystaniu ich efektów w praktyce gospodarczej”

(Poznańska, 2014). Celem dyskusji na temat przedsiębiorczości i innowacyjności akademickiej jest to, czy działania uczelni wyższych, jej pracowników naukowych, doktorantów, studentów, absolwentów, mają na celu komercjalizację wyników ich badań naukowych, czyli praktycznego wykorzystania dorobku naukowego w biznesie. Taki wniosek dotyczący konieczności współpracy tych środowisk wynika z wymiany opinii między wszystkimi uczestnikami a beneficjentami proinnowacyjnych działań w naszym kraju. Ich zdaniem ma to służyć do wypracowania konkretnych rozwiązań współpracy nauki z gospodarką, przyspieszających proces transformacji polskiej gospodarki w kierunku modelu innowacyjnego. Proces ten został zapoczątkowany i wzmocniony ustawą *Prawo o szkolnictwie wyższym*¹, w której przedsiębiorczość akademicka jest regulowana prawnie. Już w artyku 4 ust. 4 tej ustawy czytamy: „Uczelnie współpracują z otoczeniem społeczno-gospodarczym, w szczególności w zakresie prowadzenia badań naukowych i prac rozwojowych na rzecz podmiotów gospodarczych, w wyodrębnionych formach działalności, w tym w drodze utworzenia spółki celowej, o której mowa w art. 86a, a także przez udział przedstawicieli pracodawców w opracowywaniu programów kształcenia i w procesie dydaktycznym” (Enders, Musselin, 2008: 18).

Celem głównym niniejszego opracowania stała się ocena poziomu efektywności zarządzania uniwersytetem przez wskazanie, w jaki sposób lepiej niż dotychczas wykorzystać największą wartość uczelni, którą stanowią jej pracownicy, studenci i absolwenci oraz posiadana przez nich wiedza.

Dla zapewnienia właściwej realizacji celu głównego sformułowano również cele szczegółowe:

- wskazanie na konieczność dyskusji i refleksji nad funkcjonowaniem uczelni, nad wdrażaniem zmian, których zadaniem jest aktywność innowacyjna środowiska akademickiego,
- uruchomienie procesu komercjalizacji badań naukowych,
- wzmocnienie pozycji konkurencyjnej polskich uczelni na tle innowacyjnych uczelni w skali globalnej.

Realizacja postawionych w pracy celów wymagała rozwiązania kilku problemów badawczych. Głównym problemem stała się ocena poziomu efektywności organizacyjnej uniwersytetów przez porównanie do najlepszych (benchmarking wyników). Wiązało się to ze stworzeniem modelu zarządzania uniwersytetem i określeniem, jakie wymiary i kryteria powinien tworzyć model zapewniający ocenę efektywności organizacyjnej. Należało wskazać kluczowe czynniki w efektywności organizacyjnej (kosztowej i finansowej). Istotnym elementem przy ocenie efektywności organizacyjnej było również nakreślenie obszarów efektywności i kryteriów przyjętych do stosowania.

Uniwersytet przedsiębiorczy/innowacyjny, uniwersytet uczący się

Refleksje nad zachodzącymi zmianami uniwersytetu jako szkoły wyższej o charakterze akademickim obejmują wiele poziomów, np. skutki powszechnego dostępu do studiów wyższych, niskiego poziomu wiedzy absolwentów szkół średnich, zróżnicowanego poziomu kształcenia w szkołach wyższych, a także zapewnienie wysokiej jakości kształcenia, dostosowanie ofert kształcenia do rynku pracy, niedobory finansowania nauki,

¹ Ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym z dnia 27 lipca 2005 r. (Dz.U. Nr 164, poz. 1365, z późn. zm).

ograniczenie patologii w procesie awansu naukowego itp. Kierunek dyskusji dotyczy w mniejszym stopniu istoty zmian samej szkoły wyższej o charakterze akademickim. Zmiana wizerunku uczelni jest niejednoznacznie oceniana przez znaczną część środowiska naukowego. Zaniepokojenie budzi także pogarszająca się ocena szkół wyższych przez odbiorców usług edukacyjnych. Spowodowane jest to m.in. niewłaściwym nadzorem nad funkcjonowaniem niektórych uczelni publicznych i niepublicznych oraz nieprzestrzeganiem procedur formalno-prawnych w tych szkołach wyższych (Wawak, 2012). Elementem dyskusji nad funkcjonowaniem szkoły wyższej jest również to, w jaki sposób lepiej niż dotychczas wykorzystać największą wartość uczelni, którą stanowią jej pracownicy, studenci, absolwenci oraz posiadana przez nich wiedza. Pod wpływem wyzwań współczesnego świata i gospodarki opartej na wiedzy istnieje przekonanie o potrzebie tworzenia uniwersytetu trzeciej generacji (Wisseman, 2005), uniwersytetu przedsiębiorczego/innovacyjnego (Andrzejczak, 2015).

W kontekście rozważań nad uniwersytetem przedsiębiorczym/innovacyjnym, uniwersytetem uczącym się, należy postawić hipotezę: Czy uniwersytet/szkoła wyższa to swoiste przedsiębiorstwo, które może i powinno być dobrze zorganizowane i zarządzane?

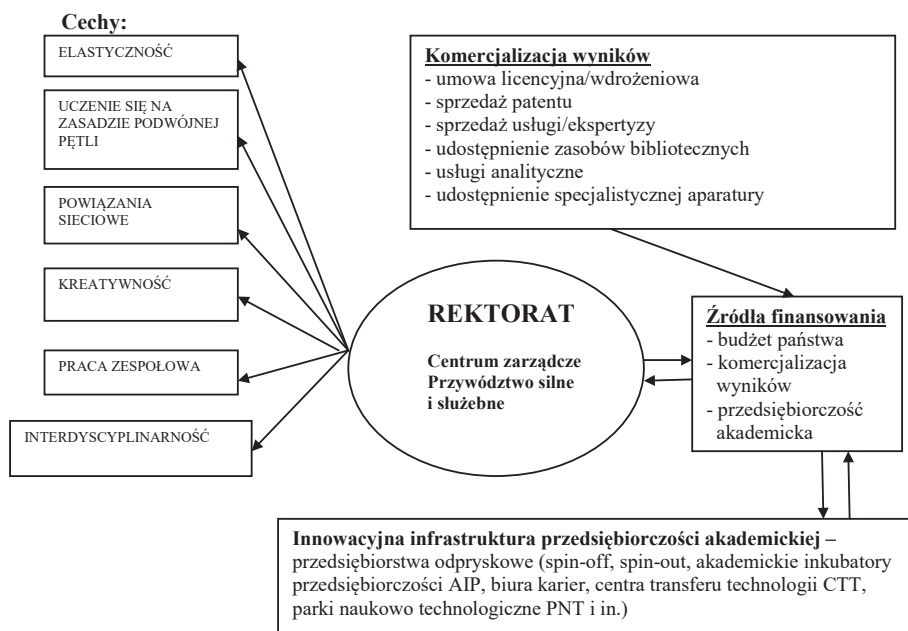
Odpowiedzią na tak postawione pytanie jest m.in. deklaracja z Glasgow² z 2005 r., zatytułowana *Silne uniwersytety dla silnej Europy, dokument Europejskiego Stowarzyszenia Uniwersytetów* (European University Association), w której czytamy m.in.: „Europa potrzebuje silnych i twórczych uniwersytetów jako głównych aktorów kształtujących europejskie społeczeństwo wiedzy przez umożliwienie szerokiego dostępu do studiów, przez rozwój oferty kształcenia ustawicznego oraz przez promocję jakości i doskonałości w nauczaniu, uczeniu się, badaniach naukowych i działaniach innowacyjnych”.

W kontekście wyzwań stawianych przed środowiskiem akademickim istotne są rozważania nad modelem uniwersytetu. Wypracowanie nowego modelu uniwersytetu jest poważnym wyzwaniem dla środowiska akademickiego oraz jego otoczenia/środowiska wewnętrznego i zewnętrznego. Otoczenie uniwersytetu jako organizacji obejmuje całość zjawisk, procesów i instytucji kształtujących jego relacje, możliwości rozwoju, zakres działalności i perspektywy rozwojowe. Środowisko wewnętrzne składa się z warunków i sił wewnątrz uniwersytetu. W jego centrum stoją rektor i senat uczelni, a poza nim – pracownicy, doktoranci, studenci, absolwenci oraz kultura całej organizacji.

Środowisko zewnętrzne uniwersytetu określane jest jako otoczenie, wszystko to, co z zewnątrz uczelni może na nią wpływać. Granica dzieląca uniwersytet od otoczenia zewnętrznego nie zawsze jest precyzyjna i wyraźnie określona. Przykładem są podmioty wspierania przedsiębiorczości akademickiej (AIP, parki technologiczne, klastry), które funkcjonalnie są silnie powiązane z uczelnią, ale w ujęciu organizacyjnym są raczej elementem jej otoczenia. Na otoczenie zewnętrzne składają się system polityczno-prawny, system kulturowy oraz konkurencyjny system międzynarodowy. W strukturze otoczenia zewnętrznego należy wyróżnić otoczenie bliższe uczelni, które obejmuje klientów uczelni (uczniowie szkół średnich, pracownicy przedsiębiorstw), sojuszników strategicznych (uczelnie partnerskie, centra badawczo-rozwojowe, samorządy terytorialne), organizacje społeczne (stowarzyszenia, fundacje), podmioty współpracujące (organizacje pracodawców, banki, przedsiębiorstwa).

² Deklaracja z Glasgow określa działania, które zapewnią odpowiedni wkład uniwersytetów w budowanie Europy jako głównego aktora na arenie światowej. Ten plan działań jest kontynuacją inicjatyw będących wynikiem decyzji podjętych przez EUA w Salamance (2001) i w Grazu (2003).

Ryc. 1. Uniwersytet przedsiębiorczy/innowacyjny, uniwersytet uczący się



Źródło: opracowanie własne

Najistotniejszym atrybutem uczelni opartej na wiedzy jest silne i służebne wobec społeczności akademickiej centrum zarządcze. Jego zadaniem jest koordynowanie aktywności jednostek będących w strukturze organizacyjnej uczelni, a formą działania powinno być elastyczne podejście do rozwiązywania wszelkich problemów i zapewnienie pracownikom możliwości samoorganizacji, charakterystycznej dla organizacji wiedzy.

Zarządzanie uniwersytetem

Innowacyjny uniwersytet w gospodarce opartej na wiedzy buduje swoją przewagę komparatywną przez umiejętność kreowania nowej wiedzy i wspierania jej przepływu oraz zdolność do ustawicznego uczenia się. Ten nowy model uczelni wyższej kształtuje się w odpowiedzi na potrzeby nowego paradygmatu gospodarki opartej na jak najbardziej efektywnym wykorzystaniu wiedzy (Wawak, 2017).

Innowacyjny uniwersytet opiera się na takich elementach, jak:

- korzyści z tworzenia wiedzy i stałego jej ulepszania,
- działalność polegająca na tworzeniu wiedzy (badania podstawowe), połączenie fazy tworzenia wiedzy z fazą wdrożenia innowacji,
- korzyści wynikające z komercjalizacji wiedzy,
- korzyści wynikające z ustawicznego kształcenia i awansu naukowego pracowników,
- korzyści wynikające ze zorientowania uczelni na potrzeby globalne,
- korzyści wynikające z relacji wzajemnych zależności uczelni w sieci,
- korzyści związane z elastycznym zarządzaniem uczelnią.

Tak jak wspomniano wyżej, w procesie zarządzania innowacyjną uczelnią decydujące znaczenie ma centrum, czyli rektor i senat. Powinno ono uwzględniać zasady wzmacniające aktywność i elastyczność jednostek organizacyjnych. Do wiodących zasad, których stosowanie jest warunkiem zarządzania innowacyjnym uniwersytetem, należy zasada nadmiarowości (redundacja), interdyscyplinarności, elastyczności, samoorganizacji, samoregulacji i samokontroli (Leja, 2011).

Zasada nadmiarowości wskazuje, że nadmiar zbędnej lub szkodliwej ingerencji/regulacji pracy zespołów (np. zespołów naukowych, pojedynczych pracowników) prowadzi do niecelowego zużycia zasobów, bez możliwości uzyskania racjonalnych efektów, np. przydzielanie zespołom/pracownikom nowych zadań, nowego przedsięwzięcia badawczego, przy którym wymagana jest zmiana ról, kompetencji.

Zasada interdyscyplinarności opiera się na „burzeniu granic między dyscyplinami, a nie na sumowaniu wiedzy. Wyrazem tego jest prowadzenie badań „nad” wybranymi fragmentami otaczającej nas rzeczywistości i ujmowanie ich w perspektywie różnych dyscyplin” (Markowski, 2012).

Zasada elastyczności umożliwia, przy pomocy instrumentów ustawowych oraz instytucjonalnych nieobejmujących wszystkich zespołów/pracowników, wprowadzanie przez centrum zarządcze rozwiązań pogłębiających proces integracji uczelni. Elastyczność zapewnić można za pomocą procedur dotyczących mechanizmów postępowania na wypadek różnych scenariuszy. Elastyczność powinna cechować liderów, którzy wiedząc, że warunki rzeczywiste znacznie różnią się od zaplanowanych, powinni dokonywać relatywnie szybkich i oczekiwanych zmian. Potrzeba elastycznego podejścia do zarządzania uczelnią nie zwalnia centrum zarządczego z procesu ustalania celów i odpowiednich działań, by je osiągnąć.

Zasada samoorganizacji mówi, że menedżerowie powinni być elastyczni oraz powinni ułatwiać samoorganizowanie zespołów, a nie zajmować się ich organizowaniem. W zespole uczelnianym przyjąć też trzeba, że role mogą się zmieniać zależnie od okoliczności. Takie rozwiązania stanowią zerwanie z wzorcem hierarchicznym, a podstawą działania zespołu są dociekania, a nie z góry założony projekt.

Zasada samoregulacji³ umożliwia wykorzystanie wiedzy jawnej i ukrytej dla osiągnięcia założonych celów organizacji, zespołów badawczych, pracowników uczelni (Mańka, 2016). W ramach regulatorów wewnętrznych na podstawie konfiguracji informacji (nie tylko regulujących) pozyskiwanych z otoczenia w organizacji powinien powstać wewnętrzny system samoregulacji, rozumiany jako wyodrębniony strukturalnie zespół reguł, np. procedur postępowania, umożliwiający przetworzenie każdej informacji w decyzję kierowniczą (Szałucki, 2012).

Zasada samokontroli pozwala na budowanie pozytywnych relacji w zespole, tolerancji, otwartości i merytorycznej dyskusji⁴.

³ Samoregulacją nazywa się umiejętność wykorzystywania wiedzy o prawach rządzących ludzkim zachowaniem do zdobywania celów, których urzeczywistnienie pomoże nam osiągnąć satysfakcję. Jak wiadomo, same intencje w połączeniu z pozytywnym myśleniem są istotnymi fundamentami, lecz niestety, nie są wystarczające, by osiągnąć zamierzony cel. By zrealizować wyznaczone plany, trzeba skupić się przede wszystkim na działaniu, gdyż jedynie jasno sprecyzowane cele pozwolą nam na dążenie do samodoskonalenia i osiągania pożądaných rezultatów.

⁴ Z samokontrolą wiążą się interesujące zjawiska. Próby kontroli swoich myśli i uczuć skutkują zwykle narastaniem uczucia presji wewnętrznej na wykonywanie kontrolowanych zachowań i nasilaniem się tłumionych

Innowacyjna infrastruktura przedsiębiorczości akademickiej: start-upy, przedsiębiorstwa spin-off oraz spin-out

Dla rozwoju przedsiębiorczości akademickiej bardzo duże znaczenie ma potencjał innowacyjnych narzędzi przedsiębiorczości akademickiej, nazywanych innowacyjną infrastrukturą przedsiębiorczości akademickiej. Do narzędzi tych zaliczamy: programy i projekty wsparcia oraz instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości akademickiej, np. przedsiębiorstwa odpryskowe, takie jak spin-off, spin-out, akademickie inkubatory przedsiębiorczości AIP, biura karier, centra transferu technologii CTT, parki naukowo technologiczne PNT i inne (Makiela, 2016).

Geneza przedsiębiorstw odpryskowych spin-off oraz spin-out wiązana jest powszechnie z przedsiębiorczością akademicką, co nie jest jednak ujęciem precyzyjnym (Richert-Kazimierska, 2010). Spin-off, spin-out są także metodą, którą przedsiębiorstwo może wykorzystać do zbycia pewnych aktywów, oddziałów lub filii. Podczas gdy wybór konkretnej metody przez spółkę dominującą zależy od wielu czynników, ostatecznym celem jest zwiększenie wartości dla akcjonariuszy. Istotne znaczenie ma rozróżnienie przedsiębiorstw spin-off od przedsiębiorstw spin-out, ponieważ pozwala to zrozumieć ich istotę oraz koncepcję źródeł przewag konkurencyjnych obu rodzajów podmiotów (Dec, 2011).

Przedsiębiorstwa spin-off to nowe przedsiębiorstwa, założone przez co najmniej jednego pracownika instytucji naukowej lub badawczej, albo studenta bądź absolwenta uniwersytetu w celu komercjalizacji innowacyjnych pomysłów (wiedzy) lub technologii (Dec, 2011). Wśród nich wyróżnia się przedsiębiorstwa powstałe jako jednostki wydzielone z korporacji oraz wydzielone z placówek naukowych (Tamowicz, 2006). Przedsiębiorstwa spin-off są zwykle niezależne osobowo i kapitałowo od swojej uczelni, jednak często z nią współpracują na zasadach rynkowych.

Przedsiębiorstwa typu spin-out to nowe przedsiębiorstwa, które zostały założone przez co najmniej jednego pracownika instytucji naukowej lub badawczej, albo studenta bądź absolwenta uczelni oraz uczelnię lub jednostkę organizacyjną uczelni, powołaną do komercjalizacji dóbr intelektualnych uczelni, w celu komercjalizacji innowacyjnych pomysłów (wiedzy) lub technologii. Przedsiębiorstwa spin-out są zwykle powiązane osobowo i kapitałowo z Uczelnią, co w konsekwencji oznacza bliską współpracę obu stron (Turek, 2016).

Z przytoczonych definicji wynika, że założycielem spółki typu spin-off lub spin-out może być student, absolwent lub pracownik naukowy. Aby spółka założona przez studenta, absolwenta lub pracownika naukowego miała status przedsiębiorstwa spin-off czy spin-out, musi opierać się na własności intelektualnej, która powstała w ścisłym związku z nauką lub pracą założyciela przedsiębiorstwa w uniwersytecie lub jednostce naukowej. W konsekwencji działalność spin-off i spin-out ma najczęściej charakter innowacyjny, gdyż jej głównym celem jest wdrożenie w praktyce gospodarczej efektów prac badawczo-rozwojowych prowadzonych na uczelni (lub innej jednostce naukowej) (Dec, 2016). Wynika z tego, że przedsiębiorstwa spin-off oraz spin-out wyróżnia podmiot ją zakładający (pracownik naukowy, student lub absolwent uniwersytetu), a także to, że korzystają z dóbr intelektualnych uniwersytetu, które powinny stanowić o przewadze konkurencyjnej.

myśli. Tak dzieje się przede wszystkim w początkowych etapach wprowadzenia kontroli. Zjawisko to nazywane jest paradoksalnym efektem kontroli.

Istotnym czynnikiem różnicującym oba typy przedsiębiorstw jest związek, jaki mają one ze swoimi organizacjami macierzystymi. „W Dolinie Krzemowej panuje opinia, że jeśli nie wiesz, co chcesz sprzedawać, komu, za ile i jakimi kanałami, to znaczy, że jesteś start-upem. Nie jest to szczególnie wysoko zawieszona poprzeczka, więc nie powinno dziwić, że pojęcia startupu używamy (i nadużywamy) właściwie codziennie” (Giełzak, 2016: 39).

Start-upy kojarzą się z innowacyjnością akademicką, jeśli jednak nie tworzą unikalnej wartości, nie działają w warunkach skrajnej niepewności, stają się przeważnie zwykłymi przedsiębiorstwami. Panuje przekonanie, że start-upy są przedsiębiorstwami należącymi do kolejnej fazy rewolucji przemysłowej, rewolucji cyfrowej, gospodarki opartej na wiedzy. Głównym motywem decydującym o powstaniu tych przedsiębiorstw lub pracy w nich jest odmienna od korporacji kultura organizacyjna. Kultura organizacyjna start-upu to także osobiste priorytety, normy i wartości, jasne zasady okazywane na zewnątrz i wewnątrz startupu. Zarządzanie start-upem to angażowanie do działania swoich pracowników, klientów i dostawców. Należy pamiętać, że ludzie chętniej podążają za tym, co robisz, a nie za tym, co mówisz.

Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa ma ogromny wpływ na sposób zarządzania i kształtuje zachowanie pracowników w przedsiębiorstwie. Powinna ona wspierać organizację w osiąganiu celów, a nie stawać się źródłem przeszkód i barier w dalszym rozwoju. Rozwijając start-up, warto zastanowić się, jaką kulturę organizacyjną chcemy tworzyć i jakimi wartościami będziemy kierować się w przyszłości.

Źródła finansowania przedsiębiorczości akademickiej

„Procesy finansowania działalności gospodarczej można rozpatrywać na wielu płaszczyznach, w zależności od przyjętych kryteriów. Nie ma uniwersalnego sposobu finansowania przedsiębiorstwa, jaki można by zalecić w każdej sytuacji. Potrzeby finansowe uzależnione są od skali aktywności działalności gospodarczej, jak i również od wielkości popytu na jego produkty i usługi. Podjęcie decyzji o wyborze rodzaju finansowania powinno być poprzedzone właściwą analizą, biorącą pod uwagę korzyści i koszty oraz ryzyko i termin, w którym otrzymany zostanie kapitał. Dokonując wyboru, powinniśmy kierować się przede wszystkim celem, którego realizacji będą służyć uzyskane środki finansowe, a także możliwościami, które firma ma na danym etapie rozwoju.

Według tradycyjnego podziału wyróżniamy zewnętrzne i wewnętrzne źródła finansowania działalności. Większość przedsiębiorców, szczególnie tych zaczynających działalność gospodarczą, ogranicza się do zasobów własnych oraz kredytów bankowych. Mało rozpowszechnione są możliwości pozyskania środków finansowych w formie venture capital czy pomocy aniołów biznesu. Wymienić należy również Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, którego głównym celem jest rozwój polskiej gospodarki w oparciu o innowacyjne przedsiębiorstwa. Osiągnięcie tego celu jest możliwe przez inwestowanie w sferę badawczo-rozwojową (B+R) oraz wdrażanie innowacji. Obecnie więcej uwagi poświęca się również start-upom” (Strużycki, 2002: 232–235).

Kapitał własny ze względu na źródło pochodzenia dzielimy na kapitał wewnętrzny i zewnętrzny. Kapitał wewnętrzny tworzą: zysk netto, amortyzacja, przekształcenia w majątku oraz przekształcenia w kapitałach. Natomiast na kapitał zewnętrzny składają się: dopłaty współników, poszukiwanie nowych współników, fundusze venture capital i emisja na rynku pozagiełdowym.

Do kapitału obcego zaliczamy: kapitał długoterminowy (rezerwy, bankowe kredyty długoterminowe, poręczenia kredytowe, leasing, franchising, obligacje, dotacje i subwencje, środki z funduszy pomocowych), kapitał krótkoterminowy (bankowe kredyty krótkoterminowe, zobowiązania odnawialne, kredyt od dostawców, kredyty od odbiorców, faktoring, pożyczki z sektora pozabankowego oraz krótkoterminowe papiery dłużne) (Strużycki, 2002: 235).

W Polsce do najpopularniejszych źródeł kapitału należą środki własne (79%), dotacje UE (24%) i fundusze VC (22%). Interesujący jest także fakt, że połowa wszystkich startupów korzysta wyłącznie ze środków własnych. Takie przedsiębiorstwa określane są mianem bootstraperów⁵.

Wybierając strategię finansowania startupów, musimy brać pod uwagę nie tylko wady i zalety poszczególnych źródeł kapitału, ale również dopasowanie tych źródeł do fazy rozwoju firmy.

Pre-seed – najwcześniejszy etap

Najwcześniejszą fazą rozwoju start-upa jest faza pre-seed, związana z inicjacją pomysłu na biznes i wstępnym przygotowaniem do jego realizacji. Na tym etapie powstają wstępne koncepcje produktu, wyprzedzające stworzenie prototypu. Pierwsza faza życia start-upu wymaga umiarkowanie wysokiego, ale stałego zasilania kapitałem. Problem w tym, że na tak wczesnym etapie nie znajdziemy zbyt wielu chętnych oferentów kapitału. Przedsiębiorstwo musi szukać pieniędzy tam, gdzie są, u tych, którzy są gotowi nam zaufać, czyli tzw. FFF – Family, Friends, Fools⁶. W ten sposób określamy tych, którzy bardziej chcą pomóc, niż zarobić i nie będą pytać o rentowność czy możliwości wyjścia z inwestycji. Finansowanie tego etapu jest obciążone bardzo wysokim ryzykiem, w niektórych przypadkach zwrot z inwestycji jest możliwy po 5–7 latach, a w niestabilnej sytuacji finansowej na rynku – nawet po 10 latach. Inaczej jest w przypadku akceleratorów biznesu⁷, z założenia nastawionych na dłuższy okres mentoringu i dojrzwania biznesu, zanim osiągnie on skalowalność i wejdzie na ścieżkę szybkiego rozwoju. Ciekawą alternatywę dla finansowania tego etapu rozwoju start-upów może stanowić crowdfunding⁸, który staje się nowym źródłem wspomagania przedsiębiorczości akademickiej.

⁵ Dosłownie: 'tych, które się podciągają za własne sznurowadła'. Jest to możliwe dzięki temu, że opierają się one głównie na darmowej pracy swoich założycieli. Potwierdzają to najpopularniejsze w tej grupie wskaźniki zatrudnienia: między jedną osobą a trzema osobami. Ich poświęcenie bywa opłacalne: start-upy korzystające wyłącznie ze środków własnych szybciej niż pozostałe osiągają regularne przychody. Potwierdza to regułę, że bootstraperzy ostrożniej podchodzą do wydatków stałych (np. wynagrodzenia) oraz szybciej generują zysk, bo innych alternatyw, aby podtrzymać działalność firmy, po prostu nie mają.

⁶ Friends, Family, Founds (FFF) – środki własne, rodziny czy przyjaciół.

⁷ Akceleratorzy biznesu to innymi słowy programy mające wspierać biznes w sposób podobny do inkubatorów przedsiębiorczości. Dzięki nim można liczyć na wielopłaszczyznowe wsparcie przy zakładaniu własnych firm, a także w ich prowadzeniu. Przede wszystkim zakładają one pomoc w postaci przekazania wiedzy merytorycznej, ale też pomoc prawną i organizacyjną. Niestety, zarówno w Polsce, jak i w innych europejskich krajach akceleratorzy biznesu są jeszcze dość mało popularne. Zdecydowanie większą sławę zyskały w Stanach Zjednoczonych, gdzie to właśnie one pomogły w założeniu kilku, prężnie dziś działających firm. Największym akceleratorem biznesu na świecie jest Y Combinator.

⁸ Crowdfunding – forma finansowania różnego rodzaju projektów przez społeczność, która jest lub zostanie wokół tych projektów zorganizowana. Przedsięwzięcie jest w takim przypadku finansowane przez dużą liczbę drobnych, jednorazowych wpłat dokonywanych przez osoby zainteresowane projektem. Upowszechnienie

Seed – etap drugi

Na drugim etapie (seed) rozwoju start-up ma już prototyp własnego produktu lub nawet zaczął oferować gotowy produkt na rynku. Nakłady przedsiębiorstwa zwiększają się, własnych środków już nie wystarcza, a rozpoczęta działalność operacyjna wymaga zewnętrznego finansowania. W tej fazie start-up jeszcze nie przekroczył progu rentowności, a ewentualny zysk jest w całości reinwestowany. Duże ryzyko operacyjne oraz brak zyskowności zniechęcają inwestorów do finansowania start-upów, dlatego praktycznie niemożliwe jest zaciągnięcie kredytów lub pożyczek na tym etapie. Zatem pozyskiwane pieniądze, również w tej fazie, będą głównie pochodziły z kapitału własnego.

Na tym etapie start-up ma największe szanse na pozyskanie finansowania ze strony aniołów biznesu⁹ oraz z funduszy załączkowych¹⁰. Jeżeli przedsiębiorstwu nie udało się dostać wsparcia w fazie pre-seed, to na etapie seedu prawdopodobieństwo sukcesu jest znacznie większe, dlatego że indywidualni inwestorzy oraz fundusze mogą zobaczyć nie tylko samą ideę projektu, ale też już gotowy produkt i pierwsze wyniki działalności przedsiębiorstwa.

Early Stage – etap trzeci (wczesnego wzrostu)

Na etapie wczesnego wzrostu start-up nadal charakteryzuje się bardzo wysokim ryzykiem operacyjnym, ale już zaczyna zwiększać rentowność sprzedaży. Przedsiębiorstwo umacnia własną pozycję na rynku i ma przesłanki do dalszej ekspansji. W związku ze zwiększeniem nakładów na rozwój przedsiębiorstwo nadal pozyskuje środki finansowe ze źródeł zewnętrznych, ponieważ przy niskiej rentowności nie jest w stanie się samo-finansować.

Do dostępnych źródeł kapitału na tym etapie już zaliczają się m.in. banki komercyjne, jednak podchodzą one do finansowania start-upów we wczesnej fazie ze zwiększoną ostrożnością i wliczają ponoszone wysokie ryzyko w cenę kredytu. Kapitał obcy na tym etapie nadal jest bardzo drogi i mało dostępnym środkiem finansowania działalności

się internetu pozwala na łatwe informowanie o projektach i tworzenie wokół nich społeczności, co przyczyniło się do rozwoju zjawiska crowdfundingu. Określenie to jest zwykle używane w odniesieniu do zbiorów prowadzonych na stworzonych w tym celu platformach internetowych, rzadziej także przy pomocy serwisów społecznościowych lub blogów.

⁹ Anioł biznesu to prywatny inwestor, który dysponując odpowiednim doświadczeniem oraz kapitałem, wspiera wybrane małe i średnie przedsiębiorstwa zarówno merytorycznie, jak i finansowo, głównie w początkowej fazie ich rozwoju (start-up). Często inwestuje w te obszary, w które inni obawiają się wkraczać, oczekując w zamian udziałów w firmie i wpływu na strategiczne decyzje. Niektórzy inwestorzy działają też na zasadach non profit, dążąc jednocześnie do wspierania możliwie najlepszych biznesowo projektów. Aniołowie biznesu są najstarszym, największym i najczęściej używanym źródłem zewnętrznego finansowania przedsiębiorczości.

¹⁰ Fundusz załączkowy (fundusz inkubacyjny; ang. *seed-money* lub *seed capital*) to rodzaj inwestycji Capital Venture. Jako kategoria *private equity*, jest jednym z możliwych źródeł kapitału użytecznego dla przedsiębiorstw nienotowanych na giełdzie papierów wartościowych mających potrzebę uzyskania dodatkowego dofinansowania. Działalność funduszy kapitału załączkowego jest możliwa dzięki zasileniu kapitałowemu ze środków unijnych. Fundusze kapitału załączkowego to ciekawa propozycja dla początkujących firm. Maksymalna wysokość dotacji dla pojedynczego przedsiębiorcy to aż 200 tys. euro! Żeby sięgnąć po te środki, wystarczy właściwie tylko dobry pomysł na biznes. Fundusz pomoże założyć firmę, opracować biznesplan i strategię działania, udostępni lokal na siedzibę i oczywiście – dofinansuje rozwój nowego produktu lub usługi. W zamian obejmie nie więcej niż 50% udziałów. Fundusze dysponują obecnie łącznym budżetem prawie 500 mln zł.

start-upu. Oprócz aniołów biznesu i funduszy załączkowych o wsparcie finansowe w tej fazie można ubiegać się z funduszy Venture Capital.

Expansion i Late Stage – etap czwarty (ekspansja i stabilizacja)

Na etapie ekspansji i stabilizacji start-up cechuje się sprawdzonym modelem biznesowym i wysoką rentownością. Łatwiej jest wtedy pozyskać kapitał na dalszy rozwój, ponieważ ryzyko operacyjne i inwestycyjne zmniejszyło się. Finansowanie przestaje pochodzić w większym stopniu z kapitału własnego, gdyż kapitał obcy staje się bardziej dostępny. Na tych etapach dominuje finansowanie z kredytów bankowych i dłużnego kapitału pozabankowego oraz funduszy Venture Capital i Private Equity¹¹.

Istotnymi instytucjami wsparcia start-upów są w Polsce instytucje otoczenia biznesu. Polski system instytucji otoczenia biznesu jest bogaty zarówno ze względu na liczbę instytucji, jak i ze względu na ich różnorodność. Wyróżnia się trzy główne grupy wspominanych instytucji:

- ośrodki przedsiębiorczości – ich działalność to szeroka promocja i inkubacja przedsiębiorczości (często w grupach dyskryminowanych), dostarczanie usług wsparcia do małych firm i aktywizacja rozwoju regionów peryferyjnych lub dotkniętych kryzysem strukturalnym;
- ośrodki innowacji – zajmują się szeroką promocją i inkubacją innowacyjnej przedsiębiorczości, transferem technologii i dostarczaniem usług proinnowacyjnych, aktywizacją przedsiębiorczości akademickiej i współpracy nauki z biznesem;
- instytucje finansowe – ułatwiają dostęp do finansowania działalności nowo powstałych oraz małych firm bez historii kredytowej, a także zajmują się dostarczaniem usług finansowych dostosowanych do specyfiki innowacyjnych przedsięwzięć gospodarczych.

Zakończenie

Przedsiębiorczy, innowacyjny uniwersytet wymaga nowego modelu zarządzania, którego celem jest skuteczna współpraca z otoczeniem krajowym i międzynarodowym. To uczelnia, w której badania naukowe spełniają warunki komercjalizacji, pracownicy nauki, studenci, absolwenci są zmotywowani do podejmowania wyzwań konkurencyjnych, a przedsiębiorczość jest elementem kultury akademickiej.

Silne centrum zarządcze uniwersytetu powinno być elastyczne na inicjatywy oddolne, wzmacniać powiązania sieciowe podmiotów uniwersytetu z otoczeniem, wspierać zarządzanie poziome przez uczenie się na zasadzie podwójnej pętli, powinno być też otwarte na nowe formy organizacyjne. Zmienić powinno się postrzeganie roli centrum jako administratora zasobów uniwersytetu w kierunku podejścia menedżerskiego.

Sugerowane zmiany zarządzania uniwersytetem mają prowadzić do wzmocnienia postaw przedsiębiorczych i innowacyjnych pracowników, studentów i absolwentów,

¹¹ *Private equity* – szczególny rodzaj inwestycji kapitałowych stanowiących zewnętrzne źródło finansowania spółek niedopuszczonych do obrotu publicznego. Środki przekazywane spółkom mogą mieć charakter zarówno finansowania własnego, jak i hybrydowego, tj. połączenia finansowania własnego i dłużnego. Poza wkładem finansowym w ramach *private equity* spółka może otrzymać od inwestora wsparcie w zakresie zarządzania o różnorodnym charakterze (np. doradztwo prawne, podatkowe, organizacyjne).

uczynienia z postaw przedsiębiorczych obyczaju akademickiego. Dla realizacji tych założeń koniecznym jest wzmocnienie potencjału innowacyjnych narzędzi przedsiębiorczości akademickiej, nazywanych innowacyjną infrastrukturą przedsiębiorczości akademickiej, do której zaliczamy programy i projekty wsparcia, instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości akademickiej, np. przedsiębiorstwa odpryskowe (spin-off, spin-out, akademickie inkubatory przedsiębiorczości AIP, biura karier, centra transferu technologii CTT, parki naukowo technologiczne PNT i in.)

Przedsiębiorczy i innowacyjny uniwersytet powinien cechować się wskaźnikami określającymi poziom innowacyjności. Zaliczają się do nich m.in.: liczba patentów zarejestrowanych w Światowej Organizacji Własności Intelektualnej, stosunek zgłoszeń patentowych do dotacji, odsetek patentów o zasięgu międzynarodowym, całkowita liczba cytowań związanych z patentami, wskaźnik analizy wpływu patentu na dalszy rozwój badań, łączna liczba artykułów naukowych dotyczących wynalazków, liczba artykułów opracowanych przez naukowców z danej uczelni we współpracy z przemysłem.

Literatura

References

- Andrzejczak, A. (2015). Uniwersytet przedsiębiorczy i odpowiedzialny społecznie. *Edukacja Ekonomistów i Menadżerów*, 4(38).
- Clark, B.R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. Oxford: Pergamon, For IAU Press.
- Dec, D. (2011). *Firmy typu spin-off i spin-out. Poradnik dla osób chcących założyć działalność gospodarczą*. Szczecin.
- Dec, D. (2016, 1 listopada). *Od pomysłu do zysku – czyli spin-off/spin-out w teorii i praktyce*. Pozyskano z: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9SWGhbtkPWJ:kreatywnypredsiebiorca.vizja.pl/pl/pobierz-plik/id/13+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl&client=firefox-b-ab>
- Dudzikowa, M. (2012). Sytuacja problematyczna interdyscyplinarności w naukach społecznych i humanistycznych (z kryzysem w tle). W: A. Chmielewski, M. Dudzikowa, A. Grobler (red.), *Interdyscyplinarnie o interdyscyplinarności. Między ideą a praktyką*. Kraków: Impuls, 15-38.
- Enders, J., Musselin, CH. (2008). *Back to the future? the academic professions in the 21 st century*, OECD: Higher Education to 2030, Vol. 1: Demography.
- Giełzak, M. (2016, 1 listopada). *Źródła finansowania startupów*. Pozyskano z: <http://mamstartup.pl/inwestycje/9793/zrodla-finansowania-startupow-wprowadzenie>.
- Leja, K. (2011). *Koncepcje zarządzania współczesnym uniwersytetem*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.
- Mańka, M. (2016, 18 października). *Samoregulacja motywacji*. Pozyskano z: <http://www.treco.pl/wiedza/artykuly-szczegoly/id/706/page/75/samoregulacja-motywacji/>
- Makiela, Z. (2016). The Network Structure: the Menegement Infrastructure of an Innovative City and Region. W: J. Kaczmarek, K. Żmija (red.), *Expectations and Challenges of Modern Economy and Enterprises. Problems-Concepts-Activities*. Cracow: Cracow University of Economics, Fundation of the Cracow University of Economics.
- Makiela, Z. (2016). Instrumenty wsparcia przedsiębiorczości akademickiej. W: J. Kaczmarek, P. Litwa (red.), *Procesy rozwoju przedsiębiorstw w konkurencyjnym i innowacyjnym otoczeniu*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego.
- Markowski, M.P. (1997). *Efekt inskrypcji. Jacques Derrika i literatura*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Homini.
- Poznańska, K. (2014). Przedsiębiorczość akademicka – cechy i znaczenie w gospodarce światowej i polskiej. W: T. Kraśnicka (red.), *Innowacyjność współczesnych organizacji. Kierunki i wyniki badań, część II*. Katowice: Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.

- Richert-Kazimierska, A. (2010). Instytucjonalne formy wsparcia przedsiębiorczości akademickiej w Polsce. *eMentor*, 3(35).
- Strużycki, M., (2002). (red.). *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania europejskie*. Warszawa: Wydawnictwo Diffin.
- Szałucki, K. (2012). *Przedsiębiorstwa transportowe. Warunki i mechanizmy równowagi*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Tamowicz, P. (2006). *Przedsiębiorczość akademicka: spółki spin-off w Polsce*. Warszawa: Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Turek, A. (2016, 1 listopada). *Jak sprzedać patent i dobrze zarobić*. Pozyskano z: <http://innpoland.pl/113887,problemy-zpatentami>
- Wawak, T. (2012). *Jakość zarządzania w szkołach wyższych*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Wawak, T. (2017). *Zarządzanie w szkołach wyższych i innowacje w gospodarce*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Wisseman, J.G. (2005). *Technostarterzy – dlaczego i jak*. Warszawa: PARP.

Zbigniew Makiela, prof. dr hab., Uniwersytet Jagielloński, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania, Katedra Organizacji i Zarządzania. Profesor nauk ekonomicznych – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, dr hc Tarnopolskiego Instytutu Społecznych i Informatycznych Technologii, kierownik Katedry Organizacji i Zarządzania, przewodniczący Rady Instytutu Ekonomii, Finansów i Zarządzania, absolwent Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Autor kilkunastu książek i ponad 180 zwartych artykułów naukowych. Specjalizuje się w zakresie przedsiębiorczości i zarządzania innowacjami, gospodarka przestrzenna. Odniesienia: Medal Komisji Edukacji Narodowej i Złoty Krzyż Zasługi. Wyróżnienia: 4 Nagrody Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego, w latach 2007–2011. Rektor Państwowej Wyższej Szkoły Techniczno Ekonomicznej im. Ks. B. Markiewicza w Jarosławiu. Odebrał staż naukowy w Harvard University Extension School.

Zbigniew Makiela, prof. dr hab., Jagiellonian University in Kraków, Faculty of Management and Social Communication, Institute of Economics, Finance and Management, Department of Organization and Management. Professor of economics – Cracow University of Economics, Dr h.c. Tarnopil Institute for Social and Information Technology. Employed at the Jagiellonian University in Kraków, Faculty of Management and Social Communication, Institute of Economics, Finance and Management, Department of Organization and Management, graduated from the Pedagogical University of Cracow. The author of several books and more than 180 articles. Specialises in the field of entrepreneurship and innovation management, spatial economy. He was awarded with: Medal of the National Education Commission, Gold Cross of Merit, 4 awards of the Minister of Science and Higher Education, in the years 2007–2011. Rector of the B. Markiewicz State Higher School of Technology and Economics in Jarosław. He took part in an internship organised by the University of Harvard Extension School, session Executive Speaker Training taught by faculty from the Harvard Extension School as part of the program on Management of Higher Education Institutions (January/February 2010).

Adres/Address:

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania
Katedra Organizacji i Zarządzania
ul. prof. Stanisława Łojasiewicza 4
30-348 Kraków, Polska
e-mail: zbigniew.makiela@uj.edu.pl

DANUTA JANCZEWSKA
University of Social Sciences, Łódź, Poland

Business Model Concept Based on Knowledge in Microenterprise

Abstract: Modern business models describe the rules of activities on the market and include the elements of the creation of values for their clients. In the literature, there are examples of business models referring to large enterprises, which indicate key areas and conditions of their operation. Development of entrepreneurship in SMEs, especially in microenterprises is an aim of the Horizon 2020 Programme. Significant participation of SMEs in the economy and problems of entrepreneurship of microenterprises should be attractive for researchers. The goal of the article is the presentation of a business model developed for micro enterprises, based on knowledge as the primary resource. The report presents own researches conducted in the years 2015–2016 in microenterprises from the Mazowieckie, Łódzkie and Kujawsko-Pomorskie Voivodeships.

Keywords: business model; knowledge management; microenterprise

Received: 28 October 2016

Accepted: 26 February 2017

Suggested citation:

Janczewska, D. (2017). Business Model Concept Based on Knowledge in Microenterprise. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 196–204. DOI: 10.24917/20833296.13.14

Introduction

Each enterprise can be considered as a collection of unique resources, among which knowledge occupies one of the most important positions. In classical economic theory, knowledge is seen as external to the economic process (Baruk, 2006: 17). The new Resource Based View (RBV) emphasises that knowledge and the new technology associated with it increase the value of processes in the enterprise. According to the researchers, the paradigm shift of the development of the economy is now under way. It moves from the economy based on labour and capital to the new model based on the knowledge economy (Olechnicka, 2000: 37). According to the OECD definition, knowledge based economy (KBE) builds on the application of knowledge and information. An information revolution that has developed in business (Drucker, 2000: 103) has contributed to the creation

of new values in the enterprise, increased competence, and innovative skills. Concerning resource-based theory the company's competencies are specific resources that ensure the ability to overtake competitors in business areas (Wysocki, 2010: 71). Searching for the unique resources and skills of the microenterprise can become the basis for creating a business model that will allow meeting business goals. The form and structure of the business model should be flexible, conducive to its modifications and innovativeness (Rudny, 2013: 98). Assumptions for own research were formulated by literature research. The study was carried out in 2015–2016 on a group of 120 small and medium enterprises (SMEs), of which 40 were microenterprises. Two working hypotheses have been formulated and verified. The sample selection was deliberate and included companies whose managers were completing their master's studies at the Social Sciences Academy in Łódź, Brodnica and Garwolin.

Concept of value in a business model in the context of resource based theory

It is accepted in the literature that the idea of the business model was first used in a paper by Bellman and Clark in 1957, while Jones put the term first in the title of the article and its abstract in 1960 (Osterwalder, Pigneur, Tucci, 2005: 6). Building a business model requires a business idea to be structured, taking into account many important issues for doing business. Under operating conditions, the micro entrepreneur identifies the most important values in its business and relevant to their customers. Enterprise resources can be systematised according to many criteria. The most common division distinguishes between material and non-material resources. For management sciences, material resources are now considered less important (Godziszewski, 2011: 63–64). Obłój classifies resources from the standpoint of the enterprise function (Obłój, 2007: 116), dividing them into sources, operating and situational. Research conducted at the Warsaw School of Economics (Szkoła Główna Handlowa – SGH) showed that the development of the company is most influenced by financial resources, followed by human, material, informational and relational resources (Skowronek-Mielczarek, 2013: 53). The proposed resource typology can be attributed to each area of the company's activities such as management, technology and production, logistics and marketing. The SGH research has shown that the importance of resource type is determined by many criteria:

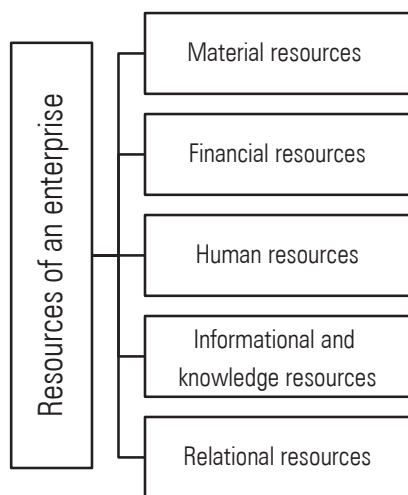
- the life cycle of an enterprise, specifically its development phase: growth versus maturity;
- legal form of the company;
- type of capital ownership (Polish vs. foreign);
- kind of activity;
- the range of action: national vs. International;
- company size related to business turnover or employment.

By the resource theory, we can look at individual categories of the enterprise value. Marcinkowska reports that the firm's intangible sources of value are becoming increasingly important for the value of the business (Marcinkowska, 2006: 197). At the same time, she highlights two groups of factors:

- factors related to the financial statements;
- factors not related to the financial statements, both internal and external.

Types of enterprise resources are shown in Figure 1.

Fig. 1. Types of enterprise resources



Source: Skowronek-Mielczarek (2013: 52)

This article will cover in-depth internal factors not related to financial statements that affect the value of an enterprise. Internal factors include:

- human capital, organisational culture;
- strategy;
- clients;
- products or services and their quality;
- innovation and R & D;
- brand;
- information, knowledge, intellectual potential;
- environmental impact.

The above-listed components should be visible and understandable to customers, and it would be best if they were accepted.

Concepts of business models in the literature of the subject

A business model is increasingly perceived and described as an alternative to organisational strategy, a tool to support enterprise development and strategic management. Afuah and Tucci state that: A business model is an organisation-wide method of increasing and utilising resources to provide customers with products and services the value of which outweigh that of the competition and simultaneously provide a profitable business (Afuah, Tucci, 2003). Slywotzky, Morrison and Andelman propose the division into twenty-two types of model (Slywotzky et al., 2000: 78–79).

One of the most famous models, Valuable, Rare, Inimitable and Well Organized Resources, or VRIO, described by Barney (Barney, 1991: 105–106), points out a technique for creating a business model. It involves searching for answers relevant to a given business:

- Question about value: Do their resources help the company take advantage of the environment and neutralise the risks?
- Question about rarity: Are similar resources currently owned by only a small number of competitors?
- Question about imitability: Will companies without such remedies have financial difficulties with their acquisition or creation?
- Question about organisation: Are other policies and procedures in the company organised in such a way as to support the use of its valuable, rare and difficult to imitate resources?

The essence of the VRIO model is to demonstrate that the company has unique advantages, the most important of these are thought to include intangible assets such as knowledge and core competencies (Godziszewski, 2006: 12). Falencikowski and Nogalski, conducting inductive and deductive studies, have shown that the business model is firmly associated with the company's resource theory, distinguishing conceptual resources consisting of customer value, competencies and resources, value chain, and source of revenue (Falencikowski, Nogalski, 2011: 94). It is also important to realise that defining the process of value creation should take into account both material and non-material resources (Bagrij, 2015: 10). What is helpful here is the resources approach, emphasising the advantage of intangible assets over tangible assets in building a competitive position. Knowledge is, therefore, an essential element of the business model. Concerning the relations and links between enterprises and the market, the following categories can be mentioned (Norris, West, 2001: 179):

- B2C (Business-to-Customer) is the most common type. In this case, companies are trying to gain individual customers. Since 1995 this has been the most developing model.
- B2B (Business-to-Business) is when businesses direct their goods and services to other firms. This type generates the largest cash flows.
- C2C (Customer-to-Customer) means the possibility of exchanging goods between consumers in an organised way, e.g. through online auctions.
- P2P (Peer-to-Peer) means using the Internet in such a way that users share files directly without having to send them over to the primary server.
- M-commerce (Mobile Commerce) refers to wireless devices through which we can make transactions. It uses a wireless connection in laptops, phones, and so on.

When discussing the concepts of business models, it is first of all necessary to point out the proposals of Osterwalder and Pigneur. The business model presented by these authors consists of nine components: customer segment, value proposition, distribution channels, relationship with their clients, revenue streams, key resources, key actions, key partners and cost structures. The concept of the Business Model Canvas (<http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>, accessed 1.12.2015) has become very popular and is currently used by many business practitioners. However, it has also been repeatedly criticised, for instance, due to the fact the concept does not take into account the dynamic aspect of the business model, so the approach to business idea formulation becomes static. According to Laudon and Traver, eight key elements that make up the business model and affect the effectiveness of the design should be distinguished (Laudon, Traver, 2012: 58–60). These are the following:

1. The proposition of values: Why should customers buy from you?
2. Income model: How will you make money?
3. Opportunity to enter the market: On what market you will be operating and what is its size?
4. Competition: Who else is active in this market?
5. Competitive advantage: What benefits will your company bring to the market?
6. Market strategy: How do you plan to promote your products to attract customers?
7. Organisational development: What type of corporate structure is needed to accomplish your business plan?
8. Leadership: What experiences and skills do business leaders need in the company?

There are many business models in the literature of the subject, which confirms the high interest of researchers in this problem. Among other things, the Business Model-Driven Enterprise concept has recently emerged, according to which shaping and changing business models are the core system for managing an organisation. According to this idea, there is no ideal business model, and once selected a model is not eternal. On the contrary, changes in the business model in the enterprise are natural, and the organisation that wants to succeed in the market should concentrate on it (Duczkowska-Piasecka, Poniatowska-Jaksch, Duczkowska-Małyś, 2013: 146). The model chosen for this research is the Laudon-Traver model, the assumptions of which were included in the study questionnaire.

Application of the Laudon-Traver business model to the analysis of the research results in microenterprises

The study was carried out in the years 2015–2016 on a group of SMEs from the Kujawsko-Pomorskie, Łódzkie and Mazowieckie Voivodeships. In total, the questionnaire was sent to 120 SME enterprises, of which 40 defined their status as a microbusiness. The sample was deliberate. The criterion was, conducting business for at least one year. The participants were the students of the MA course at the Social Academy of Science in Łódź, using the method of direct contact with the entrepreneur. Before the study, an introductory lecture was delivered during the seminar “Success in Business”. The questionnaire survey was based on the Laudon-Traver (L-T) model. The purpose of the study was to verify the following hypotheses:

- I. You can identify the components of a business model as a business development tool.
- II. Knowledge resources are an important factor in creating a microenterprise business model.

And to what extent the L-T model is useful for creating a unique method and technique of building a market strategy in the surveyed companies. Because of the unrepresentative sample selection, the test results may only be applied to the group of microenterprises under study. The microbusinesses surveyed indicated the components of the business model, among which the most highly valued element was knowledge. They pointed out the importance of the different categories of business model they described individually – which helped confirm the hypothesis I.

Talking about a business model suitable for a microenterprise requires defining its resources, which in turn can be tantamount to explaining the values that will fit

the customer's expectations. The next step may be planning the methods and techniques for delivering these benefits to clients. In the survey, the respondents rated the knowledge resources as the most important category in creating value and in undertaking competitive struggle in the market. Figure 2 presents the results of assessing the importance of knowledge resources in micro enterprises in the surveyed companies.

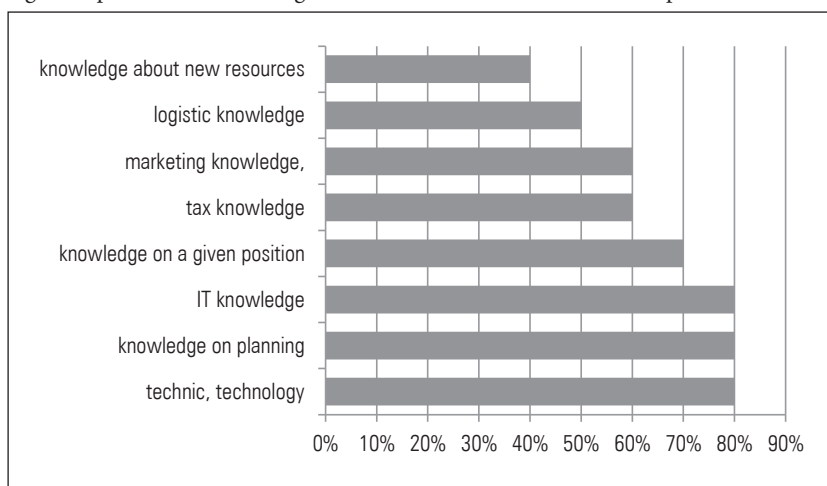
Based on the questionnaire, components of the business model were formulated, which mirrored the market performance of the surveyed microenterprises, as confirmed by hypothesis I.

Table 1. Elements of the knowledge model according to the L-T model

Element of the business model	Little importance	Medium importance	High importance
A proposition of values: Why should customers buy from you?	5%	5%	90%
Income model: How will you make money?	5%	80%	15%
Opportunity to enter the market: in what market will you be operating and what is its size?	20%	60%	20%
Competition: Who else is active in this market?	30%	30%	40%
Competitive advantage: What benefits will your company bring to the market?	20%	30%	50%
Market strategy: How do you plan to promote your products to attract customers?	20%	50%	30%
Organisational development: What type of XXX organisational structure is needed to accomplish your business plan?	40%	40%	20%
Leadership: What experiences and skills do business leaders need in the company?	20%	30%	50%

Source: own research

Fig. 2. Importance of knowledge resources in the studied micro enterprises



Source: own work

Table 2 shows the knowledge components in a business model based on the Laudon-Traver concept for a microenterprise in confectionery.

Table 2. Elements of knowledge in a business model based on research

No.	Elements of knowledge in a business model	Characteristics of the elements of knowledge in relations to a microenterprise
1.	Knowledge of the value offered to the customer	Searching for knowledge about created values relevant for customers. Value creation in a microenterprise consists in efficient and effective operation, timely execution of orders, matching the offer to individual customer requirements, e.g. healthy food, not using improvers and preservatives
2.	Knowledge of customers, market segments	Microenterprise addresses its offer to two market segments: individual clients who buy confectionery in a bakery shop, wholesale customers purchasing to retail outlets
3.	Knowledge of the current offer and possible extension of the offer	Extensive and comprehensive customer service: products displayed in confectionery, website, additional services, custom made products (e.g. cakes), virtual service
4.	Knowledge of pricing options Information on possible sources of revenue and financial support	The company negotiates prices with wholesale customers, for regular customers applies extended payment terms, for new customers uses promotional prices
5.	Knowledge of activities and relations with the environment	Production and sale of products of the enterprise; Financial support from the EU funds, bank credit for the microenterprise
6.	Knowledge gained for specific operational purposes	Adapting to customer requirements and expectations, working with suppliers of raw materials, seeking knowledge of competitors
7.	Knowledge of the individual execution of customer orders	Based on own technology and techniques, recipes, procedures and knowledge of the knowledge; using the Internet
8.	Embedding knowledge, creating knowledge-based procedures	Realisation of offers adjusted to the individual needs of customers, enriching the offers for new ones, e.g. by the various customers, e.g. ecological products, health products, sugar-free products
9.	Knowledge of the value offered to the customer	High quality of service and products, reliability, readiness to tailor the service to customer needs, trust in the company, good customer relations, customer care, building individual relationships with customers

Source: own work

Conclusions

The purpose of the paper was to present the problem of creating a business model in a microenterprise regarding the resource based theory. Based on the analysis of the business models presented, the Laudon-Traver model was chosen as the basis for the research questionnaire. The article shows verification of the accepted hypotheses and evaluation of the suitability of selected business model to determine the rules of market activity

of the microenterprise. Concerning the resource based theory, the microenterprise business model should consist of the following stages:

- defining the concept of action, i.e. The type of manufactured products or services provided;
- designing supply channels, identifying and determining opportunities to realise the added value within the company;
- developing distribution channels – is it similar to the other branches of the economy;
- forecasting the profit achieved.
- By analysing the potential uses of the Laudon-Traver business model in the surveyed microenterprises, it is important to mention its applications indirectly related to strategic management. They include:
- the possibility to patent a business model – little use due to the high degree of individualisation of design elements;
- development of business cooperation based on the business model standards, including access to know-how, etc. – application after conducting, for example, auditing in companies planning co-operation;
- possibility to use a business model in educational processes – in teaching strategy, management or entrepreneurship – great opportunities of presenting the advantages of the L-T model;
- business models can be a training topic for middle and senior managers – great opportunity to introduce the model.

References

- Afuah, A.N., Tucci, Ch.L. (2003). *Internet Business Models and Strategies: Text and Cases*, McGraw Hill, New York oraz polskie wydanie Afuah, A.N., Tucci Ch.L. (2003). *Biznes internetowy. Strategie i modele*, Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Bagrij, J. (2015). Ujęcie zasobowe tworzenia wartości w modelu biznesowym. *Nauki o Zarządzaniu (Management Sciences Review)*, 3(24), 9–19. [Resource approach of value creation in a business model.]
- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, 17.
- Baruk, J. (2006). *Zarządzanie wiedzą i innowacjami*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek. [Managing knowledge and innovations.]
- Dereń, A.M., Skonieczny, J. (2016). Model biznesu oparty na ochronie zasobów intelektualnych. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 1(79), 195–204. [Business model based on the protection of intellectual resources.]
- Drucker, P.F. (2000). *Zarządzanie w XXI wieku*. Warszawa: Wydawnictwo Muza SA. [Management in the twenty-first century.]
- Drzewiecki, J. (2013). Model biznesu jako narzędzie zarządzania strategicznego: zastosowanie, dylematy i wyzwania. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XIV(13), 65–75. [Business model as a tool of strategic management: usage, dilemmas and challenges.]
- Duczkowska-Piasecka, M., Poniatowska-Jaksch, M., Duczkowska-Małysz, K. (2013). *Model biznesu: nowe myślenie strategiczne*. Warszawa: Difin. [Business model: new strategic thinking.]
- Falencikowski, T., Nogalski, B. (2011). Model biznesu w perspektywie zasobowej. W: R. Krupski (red.), *Rozwój szkoły zasobowej zarządzania strategicznego. Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości*, Wałbrzych, 85–99. [Business model in the resource perspective.]

- Godziszewski, B. (2006). Istota zasobowego podejścia do strategii przedsiębiorstwa. *Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości. Zarządzanie i Marketing*. [The essence of the resource based approach to the strategy of an enterprise.]
- Godziszewski, B. (2011). *Zasobowe uwarunkowania strategii przedsiębiorstwa*. Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. [Resource conditions of the enterprise's strategy.] <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc> (data dostępu: 1 grudnia 2015)
- Jabłoński, M. (2013). *Kształtowanie modeli biznesu w procesie kreacji wartości przedsiębiorstw*. Warszawa: Difin. [Shaping business models in the process of value creation of the enterprise.]
- Laudon, K.C., Traver, C.G. (2012). *E-commerce 2012*. 8th Edition. London: Pearson.
- Marcinkowska, M. (2006). Niematerialne źródła wartości przedsiębiorstwa. W: B. Dobiegała-Korona, A. Herman (red.), *Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa*. Warszawa: Difin. [Non-material sources of the enterprise value.]
- Niemczyk, J. (2013). *Strategia od planu do sieci*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. [From a plan to network strategy.]
- Norris, M., West, S. (2001). *E-biznes*. Warszawa: Wydawnictwa Komunikacji i Łączności. [E-business.]
- Obłój, K. (2007). *Strategia organizacji*. Warszawa: PWE.
- Olechnicka, A. (2000). Rozwój regionalny w warunkach gospodarki informacyjnej. *Studia Regionalne i Lokalne*, 4. [Regional development in the conditions of the information economy.]
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Tucci, C.L. (2005). Clarifying Business Models: Origin, Present and Future of the Concept. *Communications of the Association for Information Systems*, 15.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2012). *Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera*. Gliwice: Helion. [Creating business models.]
- Rudny, W. (2013). Model biznesowy a tworzenie wartości. W: A. Samborski (red.), *Governance – korporacje, instytucje publiczne, sieci*. Katowice: Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 98–108. [Business model and value creation.]
- Skowronek-Mielczarek, A., (2013). Rozwój przedsiębiorstwa i jego zasoby. W: A. Skowronek-Mielczarek (red.), *Zasobowe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw w Polsce*. Warszawa: CeDeWu. [Development of an enterprise and its resources.]
- Slywotzky, A.J., Morrison D.J., Andelman B. (2000). *Strefa zysku*. Warszawa: PWE.
- Wysocki, J. (2010). Kompetencje przedsiębiorstwa a innowacje. *Ekonomiczne Problemy Usług*, 579, 71–82. [Competences of an enterprise and innovations.]

Danuta Janczewska, D.Sc., senior lecturer at the Management Faculty at the Social Academy of Science in Łódź, the Department of E-Economy. Academic interests in research on management in microenterprises, including modern management methods in these companies. The author of over 100 articles and papers in national and foreign journals and conferences. Own research on management in microenterprises. The research on SMEs has been realised since 2004.

Address:

Spółeczna Akademia Nauk w Łodzi
ul. Sienkiewicza 9
90-113 Łódź, Poland
e-mail: djanczewska@spoleczna.pl

WOJCIECH SADKOWSKI

Uniwersytet Jagielloński, Kraków, Polska ■ Jagiellonian University in Kraków, Poland

Rachunek kosztów jakości w przedsiębiorstwach – ewolucja, wdrożenie, zadania

Quality Costs Calculation – Evolution, Implementation, Tasks

Streszczenie: Głównym celem artykułu jest ukazanie rachunku kosztów jakości jako nowoczesnego narzędzia wspomagającego zarządzanie przedsiębiorstwem. W pierwszej części autor skupia się na poglądach na temat kosztów jakości w XX w., kiedy to były one elementem traktowanym w rachunkowości bardzo pobieżnie. Punkty drugi i trzeci stanowią przedstawienie rachunku kosztów jakości jako narzędzia wspomagającego zarządzanie, wskazują jego cele, funkcje i zadania, które realizuje. Czwarta część zawiera korzyści wynikające z wdrożenia tego narzędzia oraz prezentuje niezbędne warunki do jego implementacji w organizacji. W pracy przeprowadzono analizę piśmiennictwa naukowego z zakresu rachunkowości, zarządzania jakością i zarządzania efektywnością oraz zastosowano metody indukcji i dedukcji. Problem jakości w obecnych czasach stał się najważniejszym determinantem konkurencyjności przedsiębiorstwa na rynku. To klient decyduje, czy dany produkt/usługa spełnił(a) jego wymagania w stosunku do jakości, której oczekuje. Niska jakość oferowanych produktów/usług jest przyczyną spadku atrakcyjności danej organizacji. Prawidłowo implementowany rachunek kosztów jakości może służyć poprawie jakości produktów bądź usług w firmie, optymalizacji kosztów jakości oraz zwiększeniu efektywności prowadzonej działalności.

Abstract: the main aim of this article is to show the quality costs calculation as a modern tool to support management in enterprise. In the first part the author focuses on the views on quality costs in the 20th century, which were discussed in accounting theory very briefly. The second and third point are the representation of the quality costs calculation as a tool to support management. They indicate its objectives, functions and tasks. The fourth part contains the benefits of implementing this tool and presents the necessary conditions for its implementation in the organisation. The paper provides the analysis of literature in the field of accounting, quality management and performance management, and applies methods of induction and deduction. Nowadays, quality problem has become the most important determinant of the competitiveness of a company on the market. It is the customer who decides whether a product/service meets their requirements in relation to expected quality level. Low quality of products/services results in a decline of attractiveness of the organisation. Properly implemented quality cost calculation can be used to improve the quality of products or services in the company, optimise the quality costs and increase the efficiency of company's operations.

Słowa kluczowe: ewolucja; jakość; koszty jakości; rachunek kosztów jakości

Keywords: evolution; quality; quality costs; quality costs calculation

Otrzymano: 25 października 2016

Received: 25 October 2016

Zaakceptowano: 26 lutego 2017

Accepted: 26 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Sadkowski, W. (2017). Rachunek kosztów jakości w przedsiębiorstwach – ewolucja, wdrożenie, zadania. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13. 205–215. DOI: 10.24917/20833296.13.15

Wstęp

Rzeczywistość gospodarcza XXI w. wskazuje na silne uzależnienie producentów od konsumentów. Rosnąca świadomość klientów w zakresie jakości oferowanych produktów i usług przyczynia się do wzrostu wymagań jakościowych. Nowe postrzeganie wadliwego produktu jako niespełniającego oczekiwań konsumentów stwarza potrzebę nawiązania emocjonalnych, opartych na zaufaniu, relacji z klientami (Bizoń, 2013).

Dotychczas w rachunkowości koszty jakości były elementem bardzo często traktowanym pobieżnie, co wynikało z niskiego i niewystarczającego poziomu wiedzy w tym zakresie oraz braku wdrożenia zintegrowanych systemów zarządzania. Obecna sytuacja na rynkach zmusza przedsiębiorstwa do implementowania rachunku kosztów jakości, aby móc łatwiej sprawować kontrolę nad działalnością oraz konkurować z innymi podmiotami przez podnoszenie jakości oferowanych produktów (Bizoń, 2013). Celem niniejszego artykułu jest pokazanie ewolucyjnej roli rachunku kosztów jakości w organizacjach, która to rola wynika z rosnącej świadomości przedsiębiorców na temat jakości i postępującej globalizacji. Ponadto autor prezentuje zadania tego rachunku, warunki jego implementacji oraz korzyści z niej wynikające.

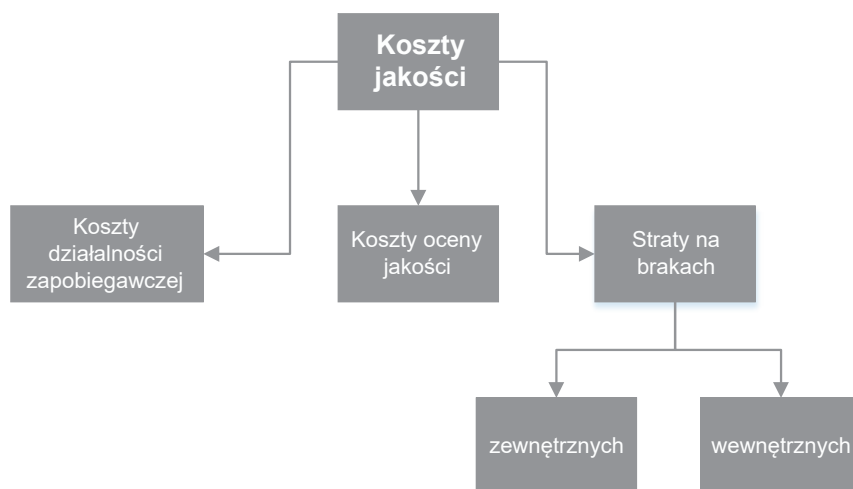
W pierwszym podrozdziale ukazane zostały najważniejsze momenty historyczne, które ukształtowały pojęcie kosztów jakości. Kolejna część artykułu stanowi ogólną charakterystykę rachunku kosztów jakości. Następnie autor podejmuje rozważania związane z głównym celem tekstu. Ostatnia część jest zebraniem najważniejszych korzyści, które wynikają z implementowania tego narzędzia.

W artykule zostały wykorzystane studia literaturowe z zakresu zarządzania jakością, rachunkowości oraz ekonomii. Ponadto użyte zostały przez autora metody indukcji i dedukcji.

Koszty jakości w ujęciu historycznym

Przedmiotem rachunku kosztów jakości są koszty jakości. Pierwsze wzmianki o nich datuje się na lata 40. XX w. i okres II wojny światowej. Rosnące zapotrzebowanie na dostawy sprzętu wojskowego dla aliantów przyczyniło się wówczas do wzrostu zainteresowania jakością produktu w Stanach Zjednoczonych. Było to związane z bardzo dużą wadliwością produkowanego sprzętu, sięgającą aż 80%, co z kolei wynikało z braku wykwalifikowanej kadry pracowników w tej dziedzinie. Największe trudności w tej kwestii

Ryc. 1. Podział kosztów jakości



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Szymula (2005)

więzały się ze zidentyfikowaniem kosztów jakości. Sprawą priorytetową stało się znalezienie sposobu likwidacji wad, dlatego zapoczątkowano badania i kontrole produkcji, które rozpoczęły erę kosztów oceny jakości (Szymula, 2005).

W latach 50. XX w. głównym ośrodkiem badań kosztów jakości stała się Japonia, gdzie swoje idee realizowali J.M. Juran i W.E. Deming, inicjujący wielką rewolucję jakościową. W 1967 r. Amerykańskie Stowarzyszenie Sterowania Jakością podzieliło koszty jakości (ryc. 1) na: koszty działalności zapobiegawczej, koszty oceny jakości, straty na brakach wewnętrznych oraz straty na brakach zewnętrznych (Szymula, 2005).

Pojęcie kosztów jakości (*quality costs*) zostało wprowadzone do literatury przedmiotu w latach 50. XX w. przez J.M. Jurana i A.V. Feigenbauma. Juran wykorzystał zasadę *gold in mine* (kopalni złota), która określała korzyści wynikające z wysokiej jakości produktów. Sterowanie jakością jest możliwe tylko wtedy, gdy zostanie ona zmierzona odpowiednim instrumentem – kosztami jakości (Zymonik, Hamrol, Grudowski, 2013). Feigenbaum scharakteryzował natomiast koszty jakości jako związane z działaniami projakościowymi (prewencją, oceną badania i kontrolą oraz działaniami wynikającymi ze skutków błędów) oraz odnoszące się do całego cyklu życia produktu (Zymonik, Hamrol, Grudowski, 2013).

Postępująca globalizacja gospodarki światowej, zwiększająca się liczba konkurujących podmiotów i związana z tym coraz większa presja na cięcie kosztów i uzyskanie maksymalnego wyniku finansowego spowodowały wzrost zainteresowania kosztami związanymi z jakością. Wiele krajów zdecydowało się wprowadzić do zbioru regulacji normy ISO serii 9000, które również zajmują się kosztami jakości. Najobszerniej zostały one opisane w normach ISO 9004, dotyczących zarządzania jakością, gdzie zaakcentowano wpływ jakości na wyniki finansowe przedsiębiorstwa, szczególnie w dłuższym horyzoncie czasowym (Ciechan-Kujawa, 2005).

Koszty jakości mogą być również powiązane ze stratami jakości, które pojawiają się w wyniku niezgodności wymagań i oczekiwań konsumentów z zakupionym produktem

bądź wyświadczoną usługą. Niezadowolony klient oznacza straty dla producenta lub świadczącego usługę. Tę koncepcję społecznych strat jakości przygotował G. Taguchi, który zasłynął wprowadzeniem metod statystycznych do przemysłu w celu poprawy jakości produktów¹.

Eksperci zarządzania jakością uznają koszty jakości za element kosztów wytworzenia, który może być znaczącym źródłem obniżki łącznych kosztów produkcji. Ekonomisci definiują natomiast koszty jakości jako „sumę kosztów poniesionych na wytworzenie określonego produktu o określonej jakości, spełniającej wymagania i oczekiwania klienta” (Balon, 2006).

Zaprezentowane ujęcia praktyków i teoretyków z zakresu zarządzania jakością i ekonomii jednoznacznie wskazują, że koszty jakości są pojęciem, któremu nie sposób przypisać jedną definicję. Ich postrzeganie ewoluowało na przestrzeni lat.

W dobie narastającej globalnej konkurencji bardzo duży nacisk w zarządzaniu przedsiębiorstwem kładzie się na obniżanie kosztów wyrobów i świadczonych usług. Koszty jakości są ważnym elementem maksymalizacji zysku. Narzędziem zarządzania kosztami jakości jest rachunek kosztów jakości.

Rachunek kosztów jakości jako narzędzie wspomagające zarządzanie

Rachunek kosztów jakości jest systemem ewidencji, analizy i oceny kosztów związanych z zapewnieniem jakości na każdym etapie wytwarzania wyrobu oraz we wszystkich realizowanych procesach. To również system podejmowania działań służących poprawie jakości i optymalizacji kosztów jakości (Ciechan-Kujawa, 2005). Ponadto służy on jako narzędzie łączące działania przedsiębiorstw w zakresie optymalizacji procesów produkcyjnych, handlowych i zarządczych z koniecznością wykorzystania nowych metod zarządzania w celu wykrywania i eliminowania słabych stron firmy dla zapewnienia wyrobów/usług o wysokiej jakości (Astańczyk, 2011). Jest on też rachunkiem decyzyjnym, prowadzonym w organizacjach na podstawie informacji kosztowych wykorzystywanych przy podejmowaniu decyzji ekonomicznych (Sulowska, 2012).

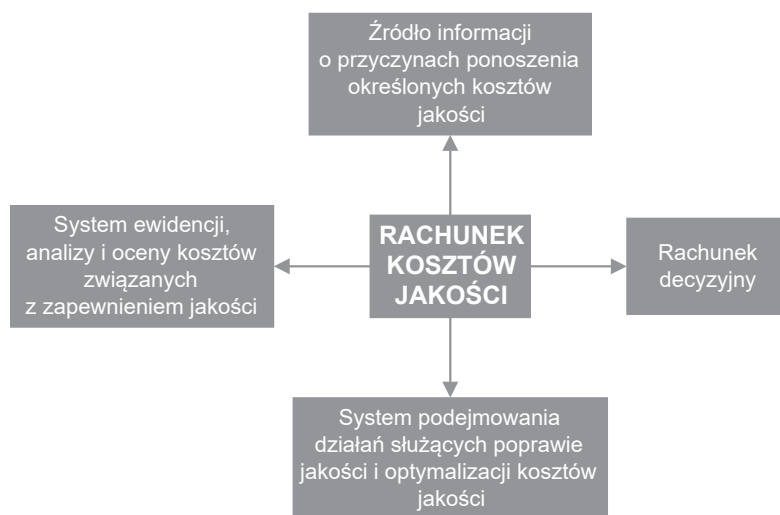
W przedsiębiorstwach, które są zorientowane na jakość, rachunek kosztów jakości stanowi jedno z ważniejszych narzędzi kadry kierowniczej (Balon, 2007). Wspomaga i umożliwia zarządzanie jakością i jest wykorzystywany w analizie ekonomicznej organizacji. Stanowi cenne źródło informacji o przyczynach ponoszenia określonych kosztów jakości. Informuje o tym, dlaczego dany koszt został poniesiony w konkretnym miejscu i czasie. Umożliwia ocenę, czy dany koszt był konieczny i czy przyczynił się do poprawy efektów pracy, doskonalenia jakości bądź optymalizacji kosztów jakości w organizacji (Bareja, Giedroyc, 2007). Różne płaszczyzny poglądowe na temat rachunku kosztów jakości zostały zebrane na rycinie 2.

Głównym zadaniem rachunku kosztów jakości jest „zwiększenie efektywności działalności przedsiębiorstwa poprzez identyfikację źródeł powstawania odchylenia od wymagań jakościowych, ich pomiar i wdrożenie działań niwelujących te odchylenia” (Zymonik i in., 2013). Do celów prowadzenia tego rachunku zalicza się (Toruński, 2012):

- ocenę efektywności zarządzania jakością,

¹ Taguchi, G. *Innovative Methods and Techniques*. Pozyskano z: http://asq.org/about-asq/who-we-are/bio_taguchi.html (dostęp: 18 lutego 2016)

Ryc. 2. Postrzeganie rachunku kosztów jakości w przedsiębiorstwach



Źródło: opracowanie własne

- stworzenie podstaw dla programów poprawy jakości wewnątrz firmy przez identyfikację problemów do rozwiązania, obszarów kluczowych działań lub szans,
- wzrost wartości firmy.

Wymienione cele mogą być realizowane przez funkcje controllingu i benchmarkingu. Controlling oznacza sterowanie kosztami, czyli planowanie, regulowanie i kontrolowanie poziomu kosztów jakości, które przyczynia się do racjonalizowania działań zapewniających jakość w procesie wytwarzania produktów. Benchmarking polega natomiast na znalezieniu podstawy do prowadzenia porównań rynkowych kosztów jakości danego przedsiębiorstwa w porównaniu z kosztami jakości innych podmiotów działających w tym samym sektorze (Toruński, 2012).

Autor niniejszego artykułu podejmuje próbę zdefiniowania rachunku kosztów jakości jako narzędzia służącego do zarządzania kosztami jakości, polegającego na ich identyfikacji, szacowaniu ich wielkości oraz ich optymalizacji we wszystkich procesach realizowanych przez jednostkę.

Ewolucja rachunku kosztów jakości

W pierwszym okresie funkcjonowania rachunku kosztów jego główną rolą było tylko retrospektywne ujęcie kosztów na podstawie pomiaru, ewidencji, rozliczania i kalkulacji kosztów. Taki ograniczony zakres powodował, że rachunek ten był traktowany jako podsystem ewidencyjny rachunkowości zajmujący się kosztami działalności przedsiębiorstwa (Nowak, Wierzbński, 2010). Warto podkreślić jest to, że w ostatnich latach w dziedzinie funkcjonowania rachunku kosztów zaszły ewolucyjne zmiany, które spowodowały, że:

- rachunek kosztów zmienił charakter z informacyjno-kontrolnego wykorzystującego informacje dostępne po jego wdrożeniu (*ex post*) na informacyjno-kontrolno-decyzyjny z informacjami dostępnymi przed jego wdrożeniem (*ex ante*),

- obok rachunku kosztów pełnych stosuje się rachunek kosztów zmiennych, który umożliwia analizę zmian kosztów w wyniku zmian wielkości lub struktury produkcji,
- nastąpiło rozwinięcie rachunku kosztów zmiennych w wielostopniowy, wielopoziomowy i wieloblokowy rachunek kosztów w celu usprawnienia sterowania rentownością przedsiębiorstw wielowydziałowych,
- rachunek kosztów staje się integralną częścią procesu zarządzania i przestaje być względnie pasywnym elementem systemu dostarczania informacji (Ciechan-Kujawa, 2005).

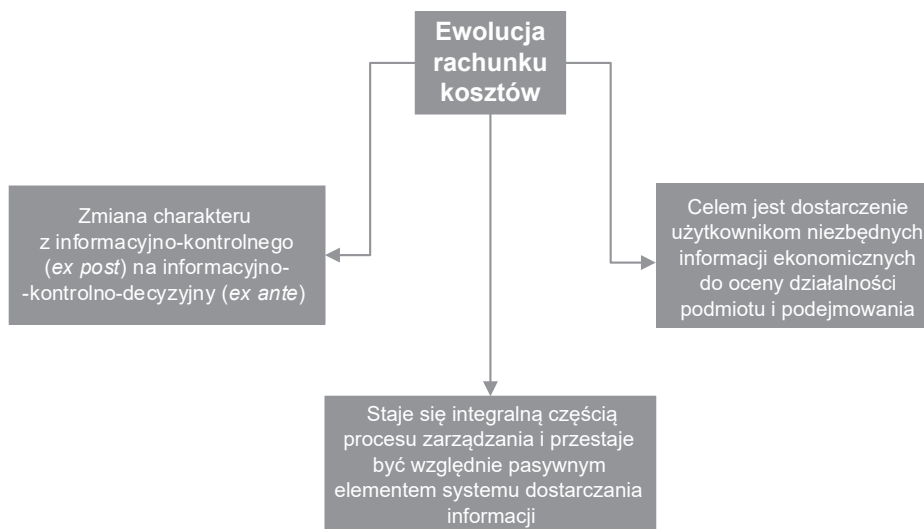
Współczesny rachunek kosztów według E. Nowaka i M. Wierzbńskiego charakteryzuje się następującymi elementami:

- przedmiotem rachunku są koszty prowadzenia działalności gospodarczej wymagające zaangażowania określonych zasobów ludzkich, materialnych i finansowych,
- celem rachunku kosztów jest dostarczenie użytkownikom niezbędnych informacji ekonomicznych do oceny działalności podmiotu i podejmowania racjonalnych decyzji ekonomicznych,
- w systemie tego rachunku przetwarzane są informacje o wartości zużycia zasobów przedsiębiorstwa w związku z prowadzoną działalnością,
- tworzenie zbioru informacji o kosztach działalności jednostki następuje zgodnie z zasadami uwzględniającymi potrzeby informacyjne użytkowników informacji z rachunku kosztów (Nowak, Wierzbński, 2010).

Najważniejsze elementy ewolucji rachunku kosztów zostały przedstawione na rycinie 3.

Rachunek kosztów zawierający powyższe elementy odpowiada wymogom stawianym przez współczesne organizacje nastawione na uzyskanie pełnej informacji na temat kosztów niezbędnych do efektywnego zarządzania jednostką.

Ryc. 3. Ewolucja rachunku kosztów



Ewolucja, która dokonała się w funkcjonowaniu i postrzeganiu rachunku kosztów, wpłynęła również na rozwój narzędzia wykorzystywanego do pomiaru i zarządzania kosztami jakości. Do najważniejszych zadań rachunku kosztów jakości zalicza się:

- wsparcie przy ustalaniu polityki jakościowej,
- możliwość monitoringu jakości wyrobów pod kątem występowania kosztów jakości,
- identyfikację i eksponowanie „słabych punktów jakościowych” pojawiających się w produktach/usługach i procesach,
- ustalanie przedsięwzięć, które mogą obniżyć koszty i poprawić jakość,
- możliwość łatwiejszego planowania jakości z wykorzystaniem kosztów oraz przeprowadzanie analizy ich kształtowania się,
- obliczanie kosztów jakości,
- gwarancję lepszej identyfikacji ekonomicznych wymagań jakościowych,
- zapewnienie danych do raportów jakościowych dla kierownictwa firmy,
- optymalizację kosztów planowania kontroli jakości,
- zaprezentowanie powstających w wyniku przyjęcia nieodpowiednich kryteriów jakościowych kosztów jakości, które są zawyżone i niewymagane przez rynek (Ciechan-Kujawa, 2005),
- podjęcie działań korygujących bądź zapobiegawczych w przypadku za wysokich kosztów jakości,
- ewidencjonowanie, czyli księgowe ujęcie wszystkich kosztów związanych z jakością na odpowiednich kontach (Wójcik, 2014).

Kluczowym zadaniem realizowanym przez rachunek kosztów jakości jest właściwa identyfikacja miejsc powstawania kosztów jakości pojawiających się w przedsiębiorstwie, która jest punktem wyjścia do spełnienia pozostałych czynności realizowanych przez to narzędzie.

Współczesny efektywny rachunek kosztów jakości stanowi równowagę pomiędzy jego przydatnością praktyczną a kompleksowością. Wykorzystując najlepsze aspekty istniejącego systemu rachunkowości, ogranicza się koszty gromadzenia niezbędnych danych. Skuteczny rachunek kosztów jakości powinien nie tylko obejmować wybrane części prowadzonej działalności, ale też dotyczyć wszystkich obszarów, które generują koszty (Wood, 2007). Powinien on umożliwiać (Wójcik, 2014):

- sterowanie kosztami,
- porównywanie kosztów jakości danego przedsiębiorstwa z kosztami innego przedsiębiorstwa z tej samej branży, celem uświadomienia sposobu ich kształtowania,
- wydzielenie z wszystkich kosztów tych, które dotyczą kosztów jakości,
- przygotowanie bazy służącej obliczaniu i planowaniu kosztów w rachunku kosztów,
- analizę kosztów w celu stworzenia bodźców dla poprawy efektywności działań w obszarze jakości.

Wybrane zadania rachunku kosztów jakości mogą być realizowane przy założeniu, że:

- ewidencja kosztów jakości jest zorganizowana i realizowana zgodnie z aktualnymi zasadami ekonomicznymi,
- dane dotyczące kosztów jakości są aktualne, wiarygodne i przejrzyste,
- w analizie kosztów prezentuje się przyczyny i miejsca powstawania kosztów,
- przy ocenie kosztów jakości uwzględnia się koszty absolutne oraz wskaźniki kosztów jakości,

- raporty dotyczące kosztów pokazują ich rozwój w czasie i odnoszone są do kosztów zaplanowanych, celem systematycznej oceny skuteczności przedsięwzięć mających zapewnić odpowiednią jakość (Ciechan-Kujawa, 2005).

Systematycznie prowadzony rachunek kosztów jakości pozwala realizować cele polityki jakości w jednostkach, które go implementowały.

A. Hamrol uważa, że rachunek kosztów jakości powinien obejmować działania takie jak:

- ewidencjonowanie, polegające na księgowaniu na właściwych kontach wszystkich kosztów dotyczących jakości,
- obliczanie kosztów jakości,
- analizę kształtowania się kosztów jakości,
- działania zapobiegawcze lub korygujące (Hamrol, 2008).

Szeroki zakres realizowanych zadań rachunku kosztów jakości jest wynikiem jego ewolucji w czasie. Stosunkowo młode narzędzie podlega ciągłemu procesowi doskonalenia na podstawie doświadczeń zdobywanych przez jednostki, które zdecydowały się je implementować.

M. Bugdol i P. Jedynak wyróżniają dwie grupy czynności związanych z rachunkiem kosztów jakości. Są to (Bugdol, Jedynak, 2012):

- czynności ewidencyjne,
- czynności analityczne.

Najważniejszymi czynnościami ewidencyjnymi są:

- pozyskiwanie dokumentów źródłowych i zestawień kosztów jakości,
- kontrola poprawności i kompletności dokumentów,
- sprawdzanie związku dokumentów z kosztami jakości,
- dekretacja dokumentów dotyczących kosztów jakości,
- przekazanie dokumentów do komórek ewidencjonujących koszty jakości i ewidencja kosztów jakości.

Czynności ewidencyjne są niezbędne do prawidłowej identyfikacji kosztów jakości w przedsiębiorstwie. Niekompletna i nierzetelna dokumentacja wpływa na trudności w szacowaniu wielkości tych kosztów.

Do analizy kosztów jakości można wykorzystać różne wskaźniki i mierniki, w tym:

- mierniki syntetyczne, analityczne, mierniki odniesione do kosztów jakości oraz ze względu na rodzaj procesu: w procesie produkcji, sprzedaży i zarządzania jakością,
- różne zmienne kontekstowe (badanie w stosunku do zakładanego planu, badanie wg miejsc powstawania kosztów, badanie w relacji pomiędzy grupami kosztów jakości),
- wykres współzależności, działania porównawcze, burzę mózgów, wykres drzewa, kartę przebiegu, kartę kontrolną, histogram, wykres Pareto (Bugdol, Jedynak, 2012).

Dostęp do różnych mierników, wykresów współzależności, badań związanych z kosztami jakości pokazuje, że analizy jakościowe są ważnym elementem wykorzystywanym do prawidłowego funkcjonowania rachunku kosztów jakości.

Na podstawie zadań rachunku kosztów jakości można wyznaczyć jego główne funkcje, które zostały zebrane i zaprezentowane w tabeli 1.

Wszystkie funkcje tego rachunku są ściśle powiązane z zadaniami, które on pełni. Ewolucja tego narzędzia przyczyniła się do ukształtowania nowego podejścia do jakości. Wdrożenie go w organizacji może przynieść wiele pozytywnych zmian.

Tab. 1. Funkcje rachunku kosztów jakości

Funkcja	Zadania
informacyjna	Zbieranie danych o kosztach jakości
analityczna	Badanie i analiza struktury kosztów jakości; identyfikacja miejsc ich powstawania, zaprezentowanie prawidłowości ich kształtowania
optymalizacyjna	Wybór optymalnych rozwiązań związanych z poziomem jakości
kontrolna	Ocena wielkości i rodzaju powstających braków między stopniem wykonania a przyjętymi standardami kontroli
motywacyjna	Kształtowanie świadomości powstających braków, niedoskonałości w działaniach wśród pracowników, będące impulsem do zmiany ich postaw

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Kokot-Stępień (2014)

Wdrożenie rachunku kosztów jakości w przedsiębiorstwie

Najistotniejsze korzyści wprowadzenia rachunku kosztów jakości w przedsiębiorstwach to:

- uzyskanie informacji o poziomie kosztów jakości generowanych w jednostce gospodarczej i w przekroju poszczególnych obszarów działań,
- określenie przyczyn powstawania kosztów niezgodności wyrobów z wymaganiami jakościowymi,
- dostosowanie produkcji do wymagań klientów,
- aktywizowanie wszystkich pracowników w firmie do udziału w procesie zarządzania jakością,
- przygotowanie systemu motywacyjnego dla pracowników nadzorujących produkcję, zależnego od systemu zarządzania kosztami jakości,
- obniżenie poziomu kosztów jakości oraz dążenie do optymalizacji ich struktury,
- zadowolenie klientów, którzy dostają produkt/usługę odpowiadającą ich wymaganiom i potrzebom,
- wzrost sprzedaży (Astapczyk, 2011).

Świadomość przedsiębiorców dotycząca możliwych korzyści wynikających ze stosowania rachunku kosztów jakości powinna przyczynić się do większego wykorzystania tego narzędzia w praktyce gospodarczej.

Przeprowadzone badania naukowe w obszarze kosztów jakości wskazują, że skuteczne i pełne wdrożenie rachunku kosztów jakości wiąże się ze spełnieniem następujących warunków:

- kierownictwo jest w pełni zaangażowane w proces identyfikacji i analizy kosztów,
- rachunek kosztów jakości jest traktowany jako narzędzie zarządzania wspomagające pomiar efektywności procesów i poszukiwanie sposobów poprawy wskaźników finansowych, w tym obniżenie poziomu kosztów,
- system ewidencji i analizy kosztów jest powiązany z celami dotyczącymi jakości firmy i programowaniem poprawy jakości,
- w przedsiębiorstwie następuje zaprojektowanie kompleksowego i elastycznego rachunku, zdobycie informacji o rzeczywistych rozmiarach kosztów, porównywanie kosztów w czasie i przestrzeni,
- zespoły zajmujące się redukcją kosztów pracują w sposób zaplanowany,

- wszyscy pracownicy są zaangażowani w zbieranie danych i ich analizę, jak również w proces projektowania obniżki kosztów (Ciechan-Kujawa, 2005).

Implementacja systemu rachunku kosztów jakości wymaga zaangażowania kierownictwa przedsiębiorstwa, służb zapewniających jakość i działu księgowości. Niezbędna współpraca jest podstawą do skutecznego wdrożenia tego narzędzia w organizacji.

Prowadzenie rachunku kosztów jakości powinno być realizowane zgodnie z ustawą o rachunkowości i istniejącym w jednostce gospodarczej rachunkiem kosztów dla uniknięcia dodatkowych obliczeń i rozbieżności (Wawak, 2011).

Do najważniejszych barier wdrażania rachunku kosztów jakości wskazanych przez przedsiębiorców należą: systemy informatyczne i wysokie koszty wdrożenia zintegrowanych pakietów rachunkowości, niski stopień wykwalifikowania pracowników w pionach finansowo-księgowych w zakresie metod rachunkowości zarządczej, braki wiedzy z dziedziny rachunku kosztów i finansów oraz brak odpowiedniej współpracy ze strony działów finansowych przy wdrażaniu tego rachunku (Ciechan-Kujawa, 2004).

Zakończenie

Transformacja rachunku kosztów jakości, która dokonała się na przestrzeni lat, spowodowała zmianę jego charakteru. Stał się on systemem informacyjno-kontrolno-decyzyjnym z rozszerzonym zakresem realizowanych zadań. W wyniku ewolucji rachunek ten stanowi współcześnie integralną część procesu zarządzania. Taka przemiana znalazła pozytywny oddźwięk w przedsiębiorstwach zorientowanych na jakość, w których pełni on funkcję jednego z istotniejszych narzędzi decyzyjnych. Usystematyzowanie kosztów jakości w strukturze kosztów danej jednostki podkreśla rosnące znaczenie jakości w organizacjach. Przedsiębiorstwa dążą do produkowania dóbr, świadczenia usług o najwyższej jakości, co może być osiągnięte przy wykorzystaniu dobrze funkcjonującego systemu rachunku kosztów jakości.

Na obecną strukturę rachunku kosztów jakości w znaczący sposób wpłynęły postępujące zmiany w gospodarce oraz nasilające się zjawisko globalizacji. XX w. to czas, gdy w centrum uwagi był stawiany producent, natomiast XXI w. jest erą konsumenta, który subiektywnie ocenia jakość danego dobra czy usługi. Konieczne stało się zidentyfikowanie potrzeb i wymagań klienta w stosunku do wyrobu czy usługi. Niezwykle istotną rolę w nowej rzeczywistości zaczął odgrywać rachunek kosztów jakości, ponieważ optymalizuje on poziom kosztów jakości i wpływa na poprawę jakości dóbr i usług.

Literatura

References

- Astapczyk, A. (2011). Rachunek kosztów jakości jako nowoczesne narzędzie wspomagające rozwój przedsiębiorstwa. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 655. Ekonomiczne problemy usług*, 71, 229–240.
- Balon, U. (2006). Przegląd wybranych modeli klasyfikacji kosztów jakości. *Problemy Jakości*, 06, 15–19.
- Balon, U. (2007). Koncepcja wdrażania rachunku kosztów jakości. Na przykładzie przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego. *Problemy Jakości*, 06, 24–26.
- Bareja K., Giedroyc, M. (2007). Rachunek kosztów jakości. W: A. Karmańska (red.), *Zarządzanie kosztami jakości, logistyki, innowacji, ochrony środowiska a rachunkowość finansowa*. Warszawa: Difin, 31–69.

- Bizoń, B.M. (2013). Rosnące znaczenie rachunku kosztów jakości w rachunkowości zarządczej. W: M. Salerno-Kochan (red.), *Wybrane aspekty zarządzania jakością*. Kraków, 60–63.
- Bugdol, M., Jedynak, P. (2012). *Współczesne systemy zarządzania. Jakość, bezpieczeństwo, ryzyko*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Ciechan-Kujawa, M. (2004). Determinanty i bariery wdrażania rachunków kosztów jakości. *Problemy Jakości*, 07, 32–35.
- Ciechan-Kujawa, M. (2005). *Rachunek kosztów jakości*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Hamrol, A. (2008). *Zarządzanie jakością z przykładami*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kokot-Stępień, P. (2014). Rachunek kosztów jakości instrumentem controllingu w zakresie zarządzania jakością. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 804, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 67, 83–92.
- Nowak, E., Wierzbński, M. (2010). *Rachunek kosztów. Modele i zastosowania*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sułowska, U. (2012). Rachunek kosztów jakości narzędziem oceny efektywności systemu zarządzania jakością oraz jakości zarządzania. W: T. Sikora, M. Gienza (red.), *Praktyka zarządzania jakością w XXI wieku*. Kraków, 699–719.
- Szymula, M. (2005). Rola kosztów w zarządzaniu przedsiębiorstwem. *Problemy Jakości*, 10, 40–41.
- Toruński, J. (2012). *Ekonomika jakości*. W: J. Toruński (red.), *Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwie. Wybrane problemy*. Siedlce: Wydawnictwo Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach.
- Wawak, S. (2011). *Zarządzanie jakością. Podstawy, systemy i narzędzia*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Wood, D.C. (2007). *The executive guide to understanding and implementing quality cost programs: reduce operating expenses and increase revenue*. The United States of America: ASQ Quality Press.
- Wójcik, G.P. (2014). *Koszty jakości. Wybrane aspekty*. Warszawa: Difin.
- Zymonik, Z., Hamrol, A., Grudowski P. (2013). *Zarządzanie jakością i bezpieczeństwem*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Wojciech Sadkowski, mgr, Uniwersytet Jagielloński, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania, Katedra Rachunkowości Międzynarodowej. Zainteresowania badawcze: rachunek kosztów jakości, rachunkowość zarządcza, bankowość korporacyjna, sektor małych i średnich przedsiębiorstw, upadłość przedsiębiorstw.

Wojciech Sadkowski, MA, Jagiellonian University, Faculty of Management and Social Communication, Institute of Economics, Finance and Management, Department of International Accounting. Research interests: quality costs calculation, managerial accounting, corporate banking, small and medium enterprises, company bankruptcy.

Adres/Address:

Uniwersytet Jagielloński
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Instytut Ekonomii, Finansów i Zarządzania
Katedra Rachunkowości Międzynarodowej
ul. Prof. S. Łojasiewicza 4
30-348 Kraków, Polska
e-mail: wojciech.sadkowski@uj.edu.pl

KAJA KUDEŁKO
Kraków, Polska ■ Poland

Efficiency and Effectiveness of Marketing Communication Tools on the Dance Schools Market Based on the Example of the Elita Dance Center in Kraków

Abstract: in recent years sport and physical activities in any form, including dance, are becoming more and more popular. As a result, there are many dance schools on the market. To stay on the market and acquire customers, dance schools use a variety of marketing communication tools. The aim of this article is to analyse the efficiency and effectiveness of marketing communication instruments applied by one of Kraków dance schools – the Elita Dance Center. The methods implemented in this paper included case study, quantitative analysis of the data and interview. The data used in this article include the data on the activities of the dance school Elita Dance Center, as well as the results of research conducted by interview among the customers of this school. The Elita Dance Center is an efficient company. With each season it acquires more and more customers. However, the activities of marketing communication are not very productive. Promotion costs are increasing faster than the number of clients and income from the dance classes.

Keywords: dance; efficiency; effectiveness, marketing communication

Received: 25 October 2016

Accepted: 27 February 2017

Suggested citation:

Kudełko, K. (2017). Efficiency and Effectiveness of Marketing Communication Tools on the Dance Schools Market Based on the Example of the Elita Dance Center in Kraków. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 216–227. DOI: 10.24917/20833296.13.16

Introduction

In the last decade, the demand for all services and products related to healthy living has increased. Sport and physical activity in every form, including through dance, have become popular. This trend is due to the promotion of health and physical activity in the media. Dance schools, as one of the facilities offering a package of sports activities, try to exploit this trend. As a result, there is a lot of competition between them.

To stay on the market and attract customers dance schools use a variety of marketing communication tools.

This article reports the findings of the case study regarding the Elita Dance Center, one of Kraków dance schools. The aim is to identify the situation of this particular school relating to the efficiency and effectiveness of its marketing communication instruments. The findings of the study do not necessarily reflect the position of all these types of companies, but may provide guidance and inspiration for other dance schools.

The article uses the following research methods: case study, quantitative data analysis and interview. The statistical information on the activities of the Elita Dance Center was obtained from its owners while own research by the interview method was conducted among the clients of this school.

Business communication marketing tools

Marketing involves activities aimed at getting to know the needs of particular groups of customers and optimising the company's offer to the clients' expectations (Domański, Kowalski, 2000: 7; Niestrój, 2012: 20). Marketing covers many aspects, distinguished by the object and instruments of marketing activities. One of the essential elements of marketing activities is marketing communication, also described as promotion or marketing promotion. Marketing communication involves a set of activities and means by which a company communicates with the market and shapes relationships with its surroundings (Sznajder, 2002: 215). Promotional activities are primarily intended to attract potential and current customers to purchase products and services, thereby increasing the company's share of the market.

The marketing communication tools that create the promotion-mix system include advertising, personal sales, sales promotion and public relations (Wiktor, 2012). In addition to the marketing communication tools as mentioned earlier, Sznajder (2002) also indicates direct marketing and sponsorship.

Advertising is the most common form of marketing communication. It is an "im-personal, paid and mass-marketed form of market information aimed at presenting and supporting a particular buyer's offering" (Wiktor, 2012: 206). An important marketing communication tool is personal sales, also known as personal promotion or acquisition. Individual sales involve searching for customers, providing them with information and handling them during direct two-way communication (Blythe, 2002: 261). Sales promotion, referred to as an additional or complementary promotion, is a series of instruments aimed at generating substantial, additional, extraordinary and usually short-term incentives to increase the attractiveness of the offered goods and increase the buyer's willingness to buy (Wiktor, 2012: 215). Another element of promotion-mix is public relations. It is "a planned and permanent activity aimed at establishing and maintaining a good reputation and mutual understanding between the company and its surroundings, i.e. customers, employees, shareholders, trade unions, suppliers, politicians and the public" (Blythe, 2002: 139). Public relations activities are designed to shape a positive image of a company and prevent the dissemination of negative opinions on it. Direct marketing involves activities tailored to the needs of individual clients and building relationships with them. It is defined as "the process of identifying individual buyers, defining their needs and preferences, motivating them to buy and maintain relationships with them by

satisfying their individual needs” (Trojanowski, 2010: 32). Sponsorship means “an enterprise’s efforts to raise or build the value of its brand in the consumer’s consciousness through financing or co-financing of individual existing, most often sporting events. Within these developments, the sponsor has the right to place the logo of their product, the name of the company or the brand on all advertising surfaces at the sponsored person/institution” (Domański, Kowalski, 2000: 268–269).

Organisational conditions change due to social and economic change, technical progress and the development of new communication techniques. Variations in the business environment require adapting to new circumstances and seeking new ways to gain a competitive position on the market. A breakthrough in marketing communication was the use of the Internet. The global computer network creates new opportunities for communicating with the market. The Internet allows the collection, presentation and transmission of unlimited data and information. Therefore, it is a principal medium used for marketing communication. In the global network, all communication marketing instruments can be used in traditional communications, in addition to personal sales, such as advertising, sales promotion, public relations, direct marketing and sponsorship.

Dance school market

Dance was known to people in all epochs. Also, it now plays an important role and has many different functions. It is a form of recreation; it can be a kind of entertainment for viewers; it also has a therapeutic function. Dance in Poland is becoming more and more popular. Participation in dance classes is an attractive way to spend free time. People dance for fun, to improve their physical condition and keep fit. Dance classes are attended by children and young people but also by a growing number of adults. Dancing is considered a pleasant form of physical activity.

Cinema and television are conducive to the popularisation of dance. There are a lot of film productions in the form of musicals in which dance takes up a lot of space. Its popularity has also been boosted by numerous television programs promoting dance. There are programs where participants compete in dance competitions, such as *Dancing with the Stars*; *You Can Dance*; *Got to Dance* and *Got Talent*.

TV programs, movies and musicals have increased the interest in dance and its teaching in recent years. Therefore, the supply of dance services in the market is growing. In Poland, there are many different types of dance schools. Dance classes are run by public and private companies. In Poland, dance and music-and-movement classes directed at children and young people, conducted by public entities, take place primarily in cultural centres, community clubs and youth palaces, as well as in schools, mainly primary and junior high.

There are also many private dance schools on the market. They operate on the principle of business enterprises, most often as individuals establishing such activity. In Polish law, there are no restrictions for people who want to open a dance school. No special permissions or permits are required for such activities. Dance schools operate by an entry in the business register.

The popularisation of healthy living in recent years in Poland has led to increase in the market demand for various sports and leisure activities. According to a survey of the Central Statistical Office (Główny Urząd Statystyczny – GUS), in 2012, 45.9% of Poles

declared that they participated in sports or recreation activities, including 43.3% of women and 48.8% of men. It is higher than in the study conducted four years earlier. In 2008, people who participated in sports and leisure activities accounted for 37.5%, including 35.3% of women and 40.0% of men (*Uczestnictwo Polaków...*, 2009, 2013).

Among the various sports and leisure activities, the most popular are cycling and swimming (Table 1). In 2012, among those declaring sports activity, 12.3% reported that they participated in dance classes. In 2008, participation in dance classes was confirmed by 7.0%. It means that the popularity of dance and market demand for dance schools is increasing. The interest in dance is greater among women than men. In 2008, 9.9% of the women who declared participation in sports or leisure activities indicated dancing, and in 2012 an even greater proportion – 16.5%. Among men, only 4.2% reported involvement in dance classes, but four years later a little more – 7.9%.

Table 1. Participation of Poles in sports or recreational activities by type of classes

Type of activity	Total		Women		Men	
	2008	2012	2008	2012	2008	2012
	%					
Cycling	54.8	66.0	55.5	67.2	54.1	64.8
Swimming	37.2	39.9	35.6	37.8	38.7	42.1
Playing football	23.2	20.2	3.9	4.4	42.0	36.7
Playing volleyball	14.5	13.8	14.0	13.3	15.0	14.3
Dancing	7.0	12.3	9.9	16.5	4.2	7.9
Jogging & Nordic walking	n.a.*	12.0	n.a.	15.8	n.a.	8.1
General physical activity and physical fitness improvement	n.a.	11.6	n.a.	13.2	n.a.	10.0
Aerobic, fitness, yoga, gymnastics	9.4	11.6	15.9	19.5	3.1	3.4
Skating, skateboarding, roller skating	8.2	10.6	9.7	12.2	6.7	9.0
Playing tennis	3.0	9.3	2.1	9.4	3.9	9.2
Ice skating	n.a.	8.0	n.a.	9.3	n.a.	6.7
Playing basketball	8.2	8.0	5.5	5.7	10.9	10.3
Fishing	4.8	7.4	1.4	1.7	8.2	13.3
Skiing, snowboarding	7.6	7.2	6.1	5.6	9.1	8.8
Strength sports and bodybuilding	6.7	5.5	2.9	1.7	10.4	9.4

*n.a. – not available

Source: *Uczestnictwo Polaków...* (2009, 2013).

Most people involved in dance, i.e. 22.4%, are in the age group of 20–29. Also, a relatively large number of dancers are in the 30–39 age group (16.9%) and the 15–19 age group (13.1%). It does not mean, however, that people aged 20–29 are the best customers of dance schools, as most of them dance occasionally. Probably they do not use the services of dance schools and any organised classes at all. The highest proportion of people systematically going to dance classes is found in the group of the youngest children aged

5–9 and in the group of children aged 10–14. Most of them take part in dance classes once or twice a week. On this basis, it can be stated that children up to the age of 14 represent the most significant part of the customers for dance schools.

In Kraków there are 72 dance schools operated by private companies. They have an extensive offer of dance classes. The most popular are ballroom dancing, available in 43 schools. Some schools, in addition to dance courses, also train dance pairs that participate in various dance tournaments. Teaching jazz dance is also popular and is offered by 19 schools. Many schools run hip-hop classes (19 schools), and teaching Latin dances has become fashionable in recent years. Salsa can be practised in 21 schools, while Bachata in 7 institutions. Also, schools offer lessons from classical ballet (15) and modern dance (10). Among the wide offer, there are many other styles of dance, including tango, swing, dancehall, popping, Kizomba, rock & roll and even folk dance, court dances and belly dancing.

The largest number of dance schools is located in the centre of Kraków. There are 26 schools in the Old Town (District I). Many schools are also located in District IV Prądnik Biały (7 schools), District V Krowodrza (7 schools) and District II Grzegórzki (5 schools). In some areas, there is no dance school at all, i.e. In the District XIV Czyżyny and in the District XVII Wzgórza Krzesławickie.

Characteristics of the Elita Dance Center in Kraków

The Elita Dance Center was founded in 2009. It is located in the District X Swoszowice in Kraków. The company acts as the only dance school in this district of Kraków.

The school offers classes for children, teenagers and adults with a variety of dance techniques such as ballroom dancing, hip-hop, jazz, ballet, modern dance and popping. At present, there are more than 200 permanent dancers and more than 200 students. Their numbers are still growing. The dance school is characterised by the fact that apart from conducting dance courses, it also holds classes for ballroom dancing competition couples, as well as activities for dance formations. Dance formations are offered to people who are interested in dancing in a professional dance group which, in addition to the training, takes part in performances, various competitions, artistic reviews as well as Polish, European and World Championships. In addition to the dance school Elita Dance Center, classes to such dance formations are only run in three other schools in Kraków: Funky Free Dance School, Iskra Dance Studio and Wena Dance School. Also, the company offers individual dance lessons. It also organises occasional training, such as the first wedding dance for newlyweds.

The Elita Dance Center is also the organiser of the two-day International Dance Competition Cracow Open Dance Championships. Every year it attracts thousands of dancers from all over the world who compete at the WDFS Cracow Open Dance Competition in the ballroom dance category, and Salt City Dance Festival in modern dance. The school is also the organiser of dance and sports camps which take place twice a year, in winter and summer. They are both outing camps set up in Hucisko and permanent camp set in the school. The Elita Dance Center, in addition to classes in the club, also cooperates with primary schools and kindergartens, training children and youth in extracurricular activities with various dance techniques.

The Elita Dance Center uses a variety of marketing communication tools. First and foremost, they advertise by running a website. It provides various information on types of classes, dates, prices, dance instructors and events. The school also communicates with its clients through Facebook. Moreover, the company prints brochures that are distributed on a variety of occasions, such as in schools, parent meetings in schools, shows and other events. Brochures and posters are displayed in the school itself and around Kraków and in places where various events are organised. The company also offers direct sale. It provides information to parents of students at school meetings and encourages them to enrol their children in dance classes. The clients get information about their offer, e.g. organised dance camps.

The dance school also uses sales promotion tools, such as free first class participation. For the best students, the school offers the first month of classes in the next school year for free. For those who participate in more than one course, the price of the second one is reduced by 50%. Besides, the school organises demonstration lessons which are free of charge. They take place on the campus, but also in primary and junior high schools. There are also dance shows by pairs and dance groups, for example during various school celebrations where dancers attend or at specially organised shows. Customers receive occasional gadgets. The company also uses internal promotions, directed at own employees and dance instructors. It holds meetings and team integration trips and offers occasional small gifts.

The Elita Dance Center also carries out public relations activities. Dance class participants take part in various competitions and dance contests, which contribute to building the company's image on the market. Moreover, they participate in different types of TV dance programs. The company itself is the organiser of dance tournaments. The most important and famous of them is the Cracow Open Dance Championships, which has been organised for several years. Twice a year, the school also hosts out-of-class dance camps for children.

From the beginning of the company's activity, the number of pupils in the school system was increasing systematically. In the first year (school year 2009/2010) there were 255 students, and during the academic year 2014/2015 their number grew to 712. With the increasing number of customers, the school's income increased. The income connected with the organised dance classes by the Elita Dance Center was calculated according to the payments made by customers for different types of courses. In the first year of operation of the company (school year 2009/2010) the revenues amounted to PLN 215,440. In subsequent years the income increased, and in the school year 2014/2015 they amounted to PLN 685,040.

The company incurred some costs associated with marketing communication activities. Not all spending can be specified in detail, e.g. related to the time spent by the owners to prepare different events. The costs associated with promotion included expenses related to running the school website and Facebook profile, the cost of printing leaflets, posters and banners, the cost of gadgets distributed to customers, expenses related to organising tournaments, and salaries for teachers performing demonstration lessons. These costs were relatively small at the start of operation. In the first year, they were PLN 3,000. Since the school year 2012/2013, these costs increased significantly. The school began to use promotional instruments more intensively. Organisational costs increased particularly since the company began its operations on a larger scale and undertook

the organisation of annual international tournaments. In the school year 2014/2015, promotion costs amounted to PLN 29,150.

Evaluation of the efficiency and effectiveness of marketing communication instruments used by the Elita Dance Center

The assessment of the efficiency and effectiveness of marketing communication tools of the Elita Dance Center was based on the data obtained from the school owners. The effective action is considered the one that leads to the intended goal. The efficiency of promotion is determined by the degree of achievement of the intended goals. The main effect of marketing activities is the ability to create cash flows (Kłeczek, 2012: 10). When evaluating the efficiency of marketing communications activities, the costs incurred to achieve the goal are not taken into account.

Efficiency was assessed by the increase in the number of students in each year. Its assessment was based on the measure of the Efficiency of Promotional Activities (EPA), which defines the relationship between the realised and set goals (Datko, 2008).

$$EPA = \frac{\text{achieved goal of promotional activities}}{\text{set goal of promotional activities}}$$

The school's goal was to systematically increase the number of customers by 20% each year. Therefore, the actual increase in the number of pupils in the school (the purpose of promotion activities) was calculated for the efficiency test and compared to the set goal (Table 2). In general, it can be said that the company's activities were efficient because the increase in the number of clients was greater than 20% and the EPA ratio was higher than 1. the exception was one school year 2011/2012, in which the school failed to achieve the target. However, it was only the second season of the school activity. In subsequent years the efficiency was already greater.

Table 2. Increase in the number of students of the Elita Dance Center (real and set)

School year	Number of students	Increase in the number of students compared to the previous year			Value of the EPA indicator
		Real		Set	
		Numer of students	Increase (%)	Increase (%)	
2010/2011	340	85	33.3	20.0	1.7
2011/2012	346	6	1.8	20.0	0.1
2012/2013	462	116	33.5	20.0	1.7
2013/2014	576	114	24.7	20.0	1.2
2014/2015	712	136	23.6	20.0	1.2

Source: own work

The effectiveness of marketing communication can be defined as the relation between the achieved effects and the effort it incurs. Promotional activities can be directed in two directions: minimising the expenditures or maximising effects (Czubala et al., 2006: 253).

In assessing effectiveness, unlike is evaluating efficiency, the costs incurred are taken into consideration. The effectiveness of marketing communication activities was assessed in two ways. The first was the use of the marketing Key Performance Indicator KPI (Datko, 2008):

$$KPI = \frac{\text{effects of promotional activities}}{\text{expenditures on promotional activities}}$$

According to this model, the effects of promotional activities, i.e. Income from dance education and the expenses on the promotional activities, i.e. costs incurred for such activities, were compared (Table 3). In the first years, the KPI index was high, but then it began to decline. That means that the effectiveness of the company was decreasing. Increasingly, the costs of promotional activities did not translate into effectiveness. It can also be seen that the costs of promotion increased more than the company's revenues.

Table 3. Revenues earned from dance classes and the costs of marketing communication by the Elita Dance Center

School year	Revenue (PLN)	Revenue growth (%)	Expenses (PLN)	Expense growth (%)	KPI index
2009/2010	215 440	x	3000	x	71.8
2010/2011	326 900	51.7	4050	35.0	80.7
2011/2012	354 540	8.5	4650	14.8	76.2
2012/2013	467 220	31.8	15 950	243.0	29.3
2013/2014	577 380	23.6	22 900	43.6	25.2
2014/2015	685 040	18.6	29 150	27.3	23.5

Source: own work

The second method of assessing effectiveness was the use of the cost per sale index (CPS) (Nestorowicz, 2007):

$$CPS = \frac{\text{costs of marketing activities}}{\text{number of clients acquired in the campaign}}$$

The model compares the costs of marketing communication activities and the number of school clients (Table 4). The CPS indicates the unit cost per customer. In each school year, the value of the CPS increased. It means that the unit cost per client was growing while the effectiveness of promotional activities was decreasing. Also, it can be seen that the cost increase was greater than the increase in the number of customers. Studies show that promotional activities of the Elita Dance Center were efficient, but their effectiveness decreased in subsequent years of the company operation.

Table 4. Costs of marketing communication and the number of customers gained by the Elita Dance Center

School year	Costs (PLN)	Costs growth (%)	Total number of customers	Customer growth (%)	CPS value
2010/2011	4050	35.0	340	33.3	11.9
2011/2012	4650	14.8	346	1.8	13.4
2012/2013	15,950	243.0	462	33.5	34.5

2013/2014	22,900	43.6	576	24.7	39.8
2014/2015	29,150	27.3	712	23.6	40.9

Source: own work

Another method used for the article was the interview. The interview tool was a self-developed questionnaire survey addressed to the customers of the Elita Dance Center, namely the people taking part in their dance classes. For younger children aged 5–8, parents were asked to complete the questionnaire on their behalf.

82 people participated in the study, mostly women. There were 75 of them, which constituted 91.5% of the respondents. The survey was attended by seven men or 8.5% of the interviewees. Among the respondents, there were participants of all ages. Most of them were 13–16 years old, namely 23 (28.0% of the respondents). The study also included 21 participants aged 9–12 years, 14 aged 5–8 years, 14 aged 17–20 years and 10 participants over 21 years old.

Although the Elita Dance Center is located in Kraków in the District X Swoszowice, it attracts students from different parts of the city, as well as from other towns located in the vicinity. More than half of the respondents (47 people, 57.3%) live in close neighbourhoods of Kraków and Swoszowice, on the south side, such as Golkowice, Mogilany, Konary, Gaj, Libertow, Włosof, Rzeszotary and Wieliczka. Twenty people (24.4% of the respondents) live in Swoszowice alone. The remaining 15 people (18.3%) live in other districts of Kraków.

Respondents participate in different types of dance classes. Most of them (61 people, 74.4%) are members of tournament groups. Apart from them, 15 interviewees take part in dance courses and 6 in individual lessons.

The subjects were asked why they decided to enrol in a dance school to see what motivated them to dance. The most often cited reason was the desire to learn dance, followed by a wish to have enjoyable leisure activities and the desire to take part in competitions and dance tournaments. Such reasons give hope to the dance school that pupils will want to develop a bond to it for longer.

Then the respondents were asked why they chose the Elita Dance Center. The aim was to see whether the marketing communication tools the school used had an impact on the choice. The most frequently mentioned reason for choosing this dance school was its proximity to the client's place of residence. A frequent response was also that customers liked the demonstration lesson. Besides, it was important that the school was recommended by friends and acquaintances who themselves attended this school. Customers were also encouraged by the show prepared by dance class participants. On the other hand, very rarely it was claimed that the enrolment was supported by school leaflets or the offer of free lessons. No person was encouraged by the banner ads. On this basis, it can be concluded that the marketing communication tools used had a diverse impact on the acquisition of customers. The most important was the organisation of demonstration lessons that encouraged the enrolment to the Elita Dance Center, as well as the organisation of dance shows and dance camps. On the other hand, the promotion methods such as leaflets, banners and offers of free lessons proved to be ineffective.

As for the sources of information about the Elita Dance Center, the question of how the students learned about the existence of the school was most often answered that from the Internet, from friends and information posted on the premises of the school they

attend. On the other hand, the personal knowledge of the staff of the Elita Dance Center and the information provided to the parents of the children at the meetings of their schools was of the utmost importance. It means that in the case of providing information, a useful tool was the Internet advertising, posters, and brochures placed in various outlets.

Of those who participated in the survey, 54.9% of the respondents (45 people) stated this school was the first dance school they attended. By contrast, 37 people, or 45.1%, were the individuals who moved from other dance schools. Among the latter respondents, the most common reason for this move was that the school was recommended by their friends. The second reason was the proximity of the school to the place of residence. Then there were responses that people were encouraged by the dance shows they watched and the fact that their classmates also attended the school. The decision to transfer to the Elita Dance Center was completely unaffected by leaflets and banners, advertising on the Web and Facebook, and the offer of the first lesson or the first month of classes for free. It can be said that the decision to move from other dance schools to the Elita Dance Center was not affected by the marketing communication tools.

In the case of a company like a dance school, it is important not only to attract customers but above all to keep them for longer, through successive seasons of learning. Therefore one of the questions in the survey concerned whether the respondents intended to continue their studies at the Elita Dance Center. All respondents answered affirmatively. It can be interpreted positively, that the school had a chance to retain customers for a long time.

The last question was about what customers liked most in the Elita Dance Center. The respondents were most satisfied with their progress in dancing. The second most popular response was the opportunity to participate in tournaments and contests. Also, the participants often noted that they liked their classes, the fact they could attend dance camps and that they liked the teacher in charge of the course. On the other hand, marketing communications such as offering gadgets, organising picnics, sending information to customers and distributing advertising leaflets did not matter.

Conclusions

Communication with the environment is one of the most important aspects of business operations. Marketing communication tools are used by various market players, including dance schools.

The case study in this article is the dance school Elita Dance Center, operating in Kraków. This company has been on the market for several years, with good results. Every season it attracts more and more customers. However, the effectiveness of marketing communications instruments used by the school is not very high. Expenditures spent on promotion are growing faster than the increase in the number of clients and income from dance classes.

The success of the Elita Dance Center in attracting and retaining customers owes mainly to the high level of dance education. It translates into student progress and their satisfaction with the services of this company. The students reported that they enjoyed their growth, were happy with their classes and liked their teachers. The strong side of the school was conducting dance formations. A large proportion of the students declared that it was important for them to participate in tournaments and dance competitions,

especially that apart from the Dance Center Elite, only three other dance schools in Kraków organise such classes.

Besides, the school has a favourable location. It is the only such facility in the District X Swoszowice, the southernmost district of Kraków. Thanks to this, it can attract customers not only from this part of Kraków but also nearby towns located on the south side of the city. It is important because a large proportion of the respondents stated that the principal motive for choosing a school was its proximity to the place of residence. It was also a good idea to organise dance classes outside the company's premises, in primary schools and cultural centres in the suburbs.

As far as marketing communication tools were concerned, demonstration lessons, dance shows, dance camps, and participation in dance competitions and tournaments proved to be the most effective. You can also say that the company earned its positive image with hard work. Many people used its services by the recommendation of their friends. On the other hand, what was unimportant for the acquisition and maintenance of customers was advertising in the form of leaflets and banners, as well as promotional offers in the form of free lessons. Online advertising, posters and brochures placed in various institutions were a good source of information about the school, but the choice clients made was influenced by other factors.

Perhaps the company should intensify its promotional activities. However, it must be borne in mind that the market for dance services is limited and customers are bound to the location of dance schools. Consequently, it could prove that more intensive promotion would not produce more results. The good strategy of the company to continue is to step towards the client, by organising dance activities closer to clients' place of residence, i.e. outside of the dance school's premises, at various other institutions: primary schools or cultural centres. The conclusions of the analysis of the case of the Elita Dance Center may guide the future for this company as well as other dance schools operating on the market.

References

- Blythe, J. (2002). *Komunikacja marketingowa*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. [*Marketing communications*.]
- Czubała, A., Jonas, A., Smoleń, T., Wiktor, J.W. (2006). *Marketing usług*. Kraków: Wydawnictwo Wolters Kluwer Oficyna Wydawnicza. [*Marketing of services*.]
- Datko, M. (2008). *Wskaźniki pomiaru skuteczności i efektywności wydarzeń promocyjnych*. Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji Mediów i Show Businessu. [*Indicators of efficiency and effectiveness of promotional events*.]
- Domański, T., Kowalski, P. (2000). *Marketing dla menedżerów*. Warszawa – Łódź: Wydawnictwo Naukowe PWN. [*Marketing for managers*.]
- Kędzior, Z., Karcz, K. (2007). *Badania marketingowe w praktyce*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. [*Marketing research in practice*.]
- Kłeczek, R. (2012). *Marketing i wartość. Metodologiczne aspekty badania skuteczności działań marketingowych*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. [*Marketing and value. Methodological aspects of testing marketing effectiveness*.]
- Nestorowicz, B. (2007). Badanie skuteczności i efektywności komunikacji bezpośredniej. *Zeszyty Naukowe Gnieźnieńskiej Wyższej Szkoły Humanistyczno-Menedżerskiej „Milenium”*, 1, 31–44. [*Studying the efficiency and effectiveness of direct communication*.]

- Niestrój, R. (2012). Istota i znaczenie marketingu. W: A. Czubała (red.), *Podstawy marketingu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. [*The essence and importance of marketing.*]
- Sznajder, A. (2002). Decyzje marketingowe dotyczące promocji. W: J. Mazur (red.), *Decyzje marketingowe w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Difin. [*Marketing decisions regarding promotions.*]
- Trojanowski, M. (2010). *Marketing bezpośredni. Koncepcja – zarządzanie – instrumenty*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. [*Direct marketing. Concept – management – instruments.*]
- Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej w 2008 r. (2009). Warszawa: GUS. [*Participation of Poles in sport and recreation in 2008.*]
- Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej w 2012 r. (2013). Warszawa: GUS. [*Participation of Poles in sport and recreation in 2012.*]
- Wiktor, J.W. (2012). Komunikacja marketingowa. W: A. Czubała (red.), *Podstawy marketingu*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. [*Marketing communication.*]

Kaja Kudelko, MA, graduated from the Cracow University of Economics, Faculty of Management. Her research interests are connected with her hobby: she is a professional dancer, choreographer and dance teacher.

Address:

ul. Wysłouchów
30-611 Kraków, Poland
e-mail: kajkud@wp.pl

MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA

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

Regres czy rozwój lokalnej działalności handlowo-usługowej w najstarszej części Nowej Huty?

Regression or Development of the Local Commercial and Service Activities in the Oldest Part of Nowa Huta?

Streszczenie: Niniejsze opracowanie zawiera wyniki badań empirycznych prowadzonych w latach 2014–2016 na terenie dzielnicy Krakowa – Nowej Huty, ze szczególnym uwzględnieniem jej najstarszej części, obejmującej 25 osiedli, zamieszkałych przez prawie 50 tys. ludzi. Badania dotyczyły stanu funkcjonowania handlu i usług na terenie tej dzielnicy, a w ich ramach przeprowadzono wywiady z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety z ponad 2200 konsumentami oraz 112 przedsiębiorcami. Dokonano także inwentaryzacji ponad 500 podmiotów gospodarczych. Zasadniczym celem niniejszego artykułu stała się diagnoza stanu funkcjonowania handlu i usług na terenie Nowej Huty zarówno z perspektywy konsumentów, jak i przedsiębiorców. Wskazano w nim czynniki wpływające na upadek lub rozwój przedsiębiorstw handlowo-usługowych w tej dzielnicy, przy czym czynniki te podzielono na dwie grupy. Pierwsza grupa to uwarunkowania demograficzne i społeczne, druga grupa – otoczenie rynkowe. Wyniki analiz potwierdziły istotny wpływ starzenia się społeczności i stanu jej zasobności finansowej na preferencje miejsca dokonywania zakupów na terenie Nowej Huty. Po wejściu w okres transformacji ustrojowej wiele nowohuckich sklepów branżowych oraz podmiotów usługowych, będących na wysokim poziomie, upadło albo zmieniło rodzaj oferowanego asortymentu, świadczonych usług czy też charakter prowadzonej działalności. Dodatkowym czynnikiem przyczyniającym się do regresu drobnej lokalnej działalności handlowo-usługowej w centralnej części Nowej Huty stało się wkroczenie dużego, najczęściej obcego kapitału, przejawiające się w lokalizacji na tym obszarze sklepów wielkopowierzchniowych dyskontów, sieci spożywczych i drogerii oraz banków i punktów sprzedaży usług telefonii komórkowej. Te formy działalności handlowo-usługowej, przez swoją konkurencyjną i różnorodną ofertę, spowodowały w opinii badanych przedsiębiorców wyraźny kryzys lokalnej działalności. Tendencji tej wydają się opierać jedynie duże, dogodnie ulokowane place targowe – Bieńczycki Plac Targowy i CH „Tomex” – z Nową Hutą nierozzerwalnie związane poprzez tradycję handlu płodami rolnymi lub „bazarowy” charakter. Są to miejsca nie tylko dokonywania zakupów, lecz także spotkań towarzyskich, zwłaszcza starszych mieszkańców.

Abstract: the article contains the results of the research conducted during the period of 2014 to 2016 in the Nowa Huta district, in Kraków. This area consists of 25 residential areas inhabited by almost 50 thousand people. The research concerned the functioning of commerce and services in Nowa Huta,

from both the consumers' and entrepreneurs' point of view. During the research an interview among 2,200 consumers and 112 entrepreneurs was conducted. Also an inventory of approximately 500 unit of entrepreneurs was made. The factors which have effect on regression or development of the commerce and services in Nowa Huta were identified. These factors were divided into two groups: the first group was based on the demographical and social conditions, the second group was based on the market surroundings when it comes to both the micro- and macro economical point of view. The results of the survey stated an important influence of the local aging society and its financial state, when it concerns preferences for places of purchasing. At the beginning of the transformation a lot of shops of elevated quality and services in Nowa Huta disappeared or changed their type of activities. The additional factor of this regression was the consequence of investments of foreign capital observed through the emergence of hyper- and supermarkets, discount stores, pharmacies, banks and selling points for phone services. These types of activities, according to the survey, caused the crisis of local businesses. This tendency appears not to affect the two big marketplaces – Bieńczycki Market Place (Bieńczycki Plac Targowy) and Trade Centre "Tomex" (CH „Tomex”) which are traditionally connected to Nowa Huta. These are places not only meant for purchasing goods but also for social meeting especially among the elder inhabitants.

Słowa kluczowe: Nowa Huta; otoczenie przedsiębiorstwa; plac targowy; przedsiębiorstwo

Keywords: enterprise; enterprise environment; market place; Nowa Huta

Otrzymano: 6 listopada 2016

Received: 6 November 2016

Zaakceptowano: 3 marca 2017

Accepted: 3 March 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Plaźiak, M., Szymańska, A.I. (2017). Regres czy rozwój lokalnej działalności handlowo-usługowej w najstarszej części Nowej Huty?. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 228–243. DOI: 10.24917/20833296.13.17

Wstęp

Jednym z najistotniejszych czynników, które decydują o specyfice funkcjonowania i ewentualnym sukcesie przedsiębiorstwa, jest otoczenie, w którym to przedsiębiorstwo funkcjonuje. Z perspektywy przedsiębiorców i osób zarządzających przedsiębiorstwem szczególnie ważne jest precyzyjne rozpoznanie, z jakimi problemami mogą się spotkać w danym środowisku oraz jakie szanse i zagrożenia na nich czekają. Przedsiębiorstwo jest systemem otwartym, tzn. pozostaje w interakcjach z otoczeniem przyrodniczym (naturalnym) i otoczeniem społecznym. Przedsiębiorstwo istnieje „w” i „dzięki” otoczeniu. Takie podejście zwraca uwagę na kluczową rolę otoczenia dla prowadzenia przedsiębiorstwa (Urbanowska-Sojkin, 2007). Według J.A.F. Stonera otoczenie przedsiębiorstwa „to wszystkie elementy znajdujące się poza organizacją, mające związek z jej funkcjonowaniem, w tym elementy w bezpośrednim i pośrednim oddziaływaniu” (Stoner, Freeman, Gilbert, 2001). Nieco bardziej precyzyjną definicję proponuje J. Żurek. Zgodnie z nią „otoczenie przedsiębiorstwa należy rozumieć, jako zbiór różnego rodzaju uwarunkowań społeczno-politycznych, ekonomiczno-prawnych, organizacyjnych, techniczno-technologicznych, kulturowych oraz demograficznych, o charakterze krajowym i międzynarodowym, oddziałujących w sposób bezpośredni i pośredni na zachowanie się podmiotów gospodarczych stwarzających z jednej strony szanse ich rozwoju z drugiej

zań – narzucających pewne ograniczenia” (Żurek, 2007). Należy również podkreślić, że „otoczenie przedsiębiorstwa to wszystkie zjawiska, procesy i podmioty, które nie wchodzi w skład przedsiębiorstwa, ale są z nim związane przez proces wzajemnego oddziaływania. Tym samym otoczenie stwarza szanse bądź zagrożenia dla jego dalszego przetrwania lub rozwoju. Kompatybilny rozwój z otoczeniem i dynamiczne sprzężenie pozwalają budować wartość przedsiębiorstwa, zwłaszcza jego wartość rynkową” (Urbanowska-Sojkin, 2007).

W ramach otoczenia przedsiębiorstwa można wyróżnić różne kategorie, biorąc przy tym pod uwagę określone kryteria zakresu i stopnia wpływu na przedsiębiorstwo, dynamiki zachodzących w nim zmian lub charakteru oddziaływania. Interesującą koncepcję modelu otoczenia proponuje K. Bolesta-Kukułka (1992), która wyróżniła cztery segmenty otoczenia. Są nimi: władza (instytucje państwowe, właściciele, „centrale”), natura (globalne trendy rynkowe, przyroda, procesy demograficzne, przemiany kulturowe i świadomościowe w skali masowej), gra (klienci, dostawcy, banki, firmy usługowe, firmy doradcze, giełdy, firmy ubezpieczeniowe, pośrednicy, akcjonariusze), walka (konkurenci i przeciwnicy).

W literaturze przedmiotu otoczenie przedsiębiorstwa, ze względu na sposób jego oddziaływania na to przedsiębiorstwo, najczęściej dzieli się na: makrootoczenie (nazywane również otoczeniem ogólnym, otoczeniem pośrednim lub otoczeniem dalszym) i mikrootoczenie (inaczej otoczenie konkurencyjne, otoczenie zadaniowe lub celowe, otoczenie operacyjne, otoczenie o bezpośrednim oddziaływaniu na przedsiębiorstwo lub otoczenie bliższe). W ramach otoczenia makroekonomicznego wyróżnia się otoczenie: ekonomiczne, prawne, polityczne, technologiczne, społeczne, demograficzne, międzynarodowe i naturalne. Mikrootoczenie to natomiast „zjawiska, procesy i podmioty, które oddziałują bezpośrednio na przedsiębiorstwo i są przedmiotami jego oddziaływań” (Urbanowska-Sojkin, 2007). Na podstawie tej definicji można stwierdzić, że najważniejszym czynnikiem decydującym, czy dany obszar zaliczony zostanie do mikrootoczenia przedsiębiorstwa, jest wpływ, jaki ów obszar lub podmioty funkcjonujące w ramach tego obszaru wywierają na analizowane przedsiębiorstwo. Mikrootoczenie przedsiębiorstwa tworzą takie podmioty i grupy, jak: konkurenci i potencjalni konkurenci, dostawcy surowców, materiałów i części, klienci, odbiorcy dóbr, producenci dóbr substytucyjnych i komplementarnych, interesariusze wewnętrzni, interesariusze zewnętrzni (Janasz i in., 2008).

Celem niniejszego opracowania jest diagnoza stanu funkcjonowania handlu i usług na terenie Nowej Huty zarówno z perspektywy konsumentów, jak i przedsiębiorców. Analizie poddano wybrane elementy otoczenia firm handlowych i usługowych na terenie tej dzielnicy, ze szczególnym uwzględnieniem jej najstarszej części. Spośród elementów makrootoczenia za istotne do analizy uznano otoczenie społeczne i demograficzne, natomiast w odniesieniu do mikrootoczenia – konkurentów i klientów.

Na potrzeby pracy przyjęto pojęcia „lokalnej przedsiębiorczości” oraz „lokalnej działalności handlowej i usługowej”. Dotyczą one działalności prowadzonej na omawianym obszarze przez nieduże podmioty gospodarcze, zarejestrowane w najbliższej okolicy, często rodzinne, będące przeciwwagą dla „przedsiębiorczości globalnej” czy „globalnej działalności handlowej i usługowej”, przejawiającej się w lokalizacji tam sklepów wielkopowierzchniowych (hipermarketów), sklepów sieciowych i dyskontów z obcym kapitałem.

Obszar prezentowanych badań obejmuje Nową Hutę. Tradycyjnie mianem Nowej Huty określa się następujące dzielnice Krakowa: Czyżyny (XIV), Mistrzejowice (XV),

Bieńczyce (XVI), Wzgórza Krzesławickie (XVII), Nowa Huta (XVIII), w których mieszka ponad 200 tys. osób. Jednakże większość procesu wnioskowania w tym opracowaniu dotyczy najstarszej części Nowej Huty, czyli najstarszego (centralnego) fragmentu XVIII dzielnicy Krakowa, funkcjonującej pod nazwą Nowa Huta. Jest to obszar obejmujący 25 osiedli o łącznej liczbie prawie 50 tys. mieszkańców (dane z: serwis StatKraK), mieszkających głównie w niedużych blokach wielorodzinnych, wybudowanych od połowy lat 40. do połowy lat 50. XX w.

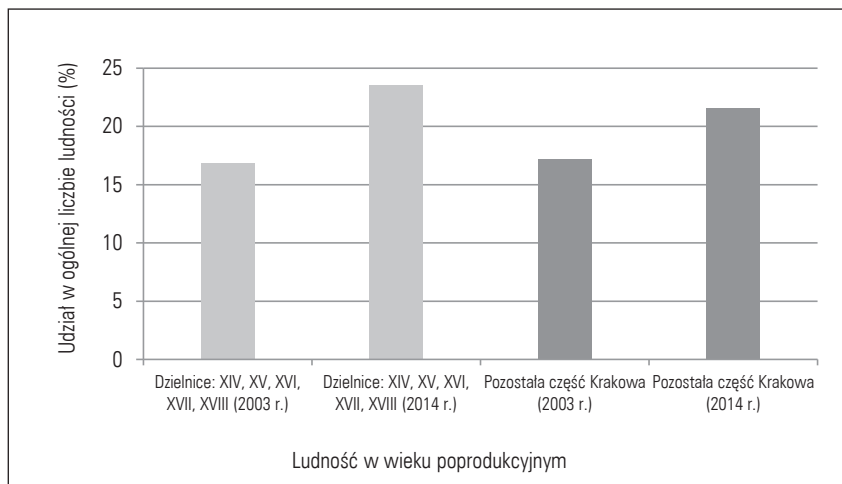
Specyfika przestrzeni miejskiej Nowej Huty jako czynnik wpływający na funkcjonowanie lokalnej przedsiębiorczości

Nowa Huta w swoich początkach odbiegała od wizerunku przeciętnego polskiego miasta, była bowiem pierwszym w Polsce miastem budowanym na podstawie wizji miasta socjalistycznego, ze swoimi sukcesami realizacyjnymi, jak też wieloma niespełnionymi zamierzeniami. Miasto powstało w 1949 r., jednakże już dwa lata później zostało przyłączone do Krakowa jako jedna z jego dzielnic. W całym okresie socjalistycznym Nowa Huta stanowiła zaplecze mieszkaniowe i usługowe dla pracowników pobliskiego kombinatu metalurgicznego oraz ich rodzin. W okresie Polski Ludowej sfera handlowo-usługowa rozwijała się dość dobrze. Można zaryzykować stwierdzenie, że w tym zakresie Nowa Huta była samowystarczalna, a sklepy były zaopatrzone lepiej niż w innych częściach Krakowa (Płaziak, 2014).

Zmiany ustrojowe i społeczno-ekonomiczne w Polsce po 1989 r. dały początek istotnym zmianom również w Nowej Hucie. Pozytywnym przemianom, takim jak demokratyzacja życia czy pojawienie się samorządności i wzrost liczby podmiotów gospodarczych, towarzyszyła m.in. zmiana w zakładzie będącym głównym pracodawcą dla mieszkańców tego obszaru. Sprywatyzowana huta znacznie zmniejszyła produkcję i liczbę zatrudnionych, co z kolei przyczyniło się do znacznego wzrostu poziomu bezrobocia wśród mieszkańców dzielnicy. Funkcja przemysłowa dzielnicy zaczęła więc stopniowo przechodzić w funkcję handlowo-usługową. W okresie tym znacznie zmniejszyło się również zatrudnienie w kombinacie, zakładach tytoniowych oraz cementowni, wzrosła natomiast liczba prywatnych podmiotów gospodarczych, głównie w zakresie handlu i usług rzemieślniczych. Nastąpiła wymiana dotychczasowych asortymentów na ofertę słabej jakości, dostosowywaną również do niewystępujących wcześniej potrzeb oraz możliwości mieszkańców. To tutaj otwarto jeden z największych w Polsce bazarów – „Tomex” (Górka, 2005).

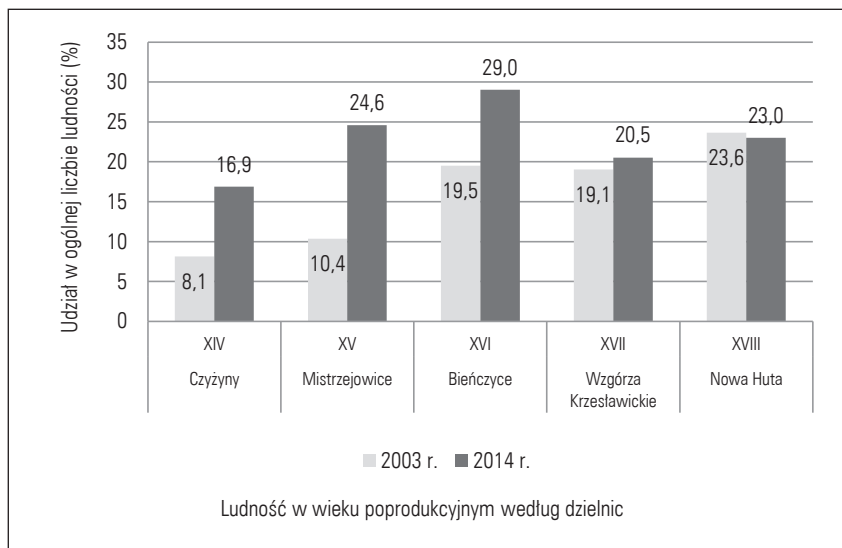
W latach 90. XX w. dzielnica zaczęła się gwałtownie starzeć demograficznie, zwłaszcza jej najwcześniej wybudowana część składająca się z 25 osiedli skoncentrowanych wokół placu Centralnego (ryc. 1). W Nowej Hucie zaczęły być również dostrzegalne symptomy globalizacji, przejawiające się m.in. prywatyzacją banków i wkroczeniem zachodnich firm ubezpieczeniowych (Zborowski, 2005), a także ujawnianiem się nowych, dotąd niewystępujących, potrzeb konsumentów (np. związanych z powstawaniem i rozwojem telewizji kablowej, sieci komórkowej i internetu). Wokół Nowej Huty ulokowane zostały również sklepy wielkopowierzchniowe, które stanowią poważną konkurencję dla lokalnych przedsiębiorców. Funkcjonujące kiedyś licznie w Nowej Hucie i cieszące się uznaniem, wyspecjalizowane sklepy (np. sklep Mody Polskiej, „Cepelia”, księgarnia „Skarbnica”, sklepy obuwnicze, rybne i z artykułami sportowymi i inne) stopniowo traciły na znaczeniu i zaczęły mieć poważne problemy finansowe. Specjalistyczne sklepy zostały w dużej

Ryc. 1. Procentowy udział ludności w wieku poprodukcyjnym w dzielnicach Krakowa XIV–XVIII oraz w pozostałej części Krakowa w latach 2003 i 2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie: serwis StatKraK.

Ryc. 2. Procentowy udział ludności w wieku poprodukcyjnym w dzielnicach Krakowa XIV–XVIII w latach 2003 i 2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie: serwis StatKraK.

części zlikwidowane, a zajmowane przez nie lokale zostały zagospodarowane pod handel i usługi zaspokajające podstawowe, niewyszukane potrzeby. Aktualnie w Nowej Hucie dominują głównie mało wyspecjalizowane sklepy, o przeciętnej lub niskiej jakości towaru. Oprócz sklepów spożywczych zdecydowanie najwięcej jest aptek i sklepów z używaną odzieżą. Odzwierciedla to relatywnie niski status ekonomiczny klientów, związany ze stosunkowo starą demograficznie strukturą wieku mieszkańców (Płaziak, 2014).

W latach 2003–2014 udział ludności w wieku poprodukcyjnym w Nowej Hucie (traktowanej szeroko – jako dzielnice XIV–XVIII) gwałtownie wzrósł (6,6 punktu procentowego). Tendencja wzrostowa, choć w mniejszym stopniu (4,4 punktu procentowego) dotyczyła także reszty Krakowa. Należy zaznaczyć, że dla najstarszej części Nowej Huty zanotowano jednakże niewielki spadek udziału ludności w wieku poprodukcyjnym, co może świadczyć o powolnym odnawianiu się struktury wieku. Wiąże się to z wymianą pokoleń, powolnym napływem nowych – młodszych mieszkańców. Natomiast wyraźnie widoczny wzrost udziału ludności w wieku poprodukcyjnym dotyczył pozostałych dzielnic zaliczanych do Nowej Huty: Mistrzejowice (14,2 punktu procentowego), Bieńczyce (9,5), Czyżyny (8,8), Wzgórza Krzesławickie (1,4) (ryc. 2). Należy w tym miejscu zaznaczyć, że do niedawna były to dzielnice Nowej Huty uważane za młode demograficznie. Należy mniemać, że w tych dzielnicach zjawisko starzenia demograficznego będzie szybko postępować, gdyż w wiek emerytalny wchodzić roczniki wyżu demograficznego, które w latach 70. i 80. XX w. zakładały rodziny.

Na tle przemian demograficznych i społeczno-ekonomicznych w Nowej Hucie uwiadcniają się dwa trendy rozwoju handlu i usług. W związku ze starzeniem się demograficznym i ubożeniem ekonomicznym mieszkańców zmienia się oferta handlowo-usługowa – rośnie liczba aptek, sklepów z używaną odzieżą, komisów i lombardów itd. Można stwierdzić, że tak charakteryzowana Nowa Huta tkwi nadal w okresie transformacji, nie mogąc się z niej podnieść. Jednakże pojawiają się w niej sukcesywnie nowe działalności, związane z procesami globalizacji, powolnym napływem nowych mieszkańców i wymianą pokoleń – zjawisko tzw. gentryfikacji marginalnej i gentryfikatorów (Gądecki, 2012), a w związku z tym – nowymi potrzebami konsumentów. Przejawem powolnego wkraczania globalizacji do starej części Nowej Huty są: wzrastająca liczba placówek bankowych, punktów obsługi telefonii komórkowej, sklepów dużych sieci handlowych, które stają się przyczyną swojego rodzaju unifikacji miejsca, ale jednocześnie wpływają na odświeżenie oferty i wizerunku tej części miasta.

Kryzysowi sfery handlowo-usługowej dotyczącej zwłaszcza drobnej przedsiębiorczości zlokalizowanej wewnątrz nowohuckich osiedli towarzyszy gwałtowny przyrost liczby punktów handlowo-usługowych związanych z napływem obcego kapitału. Wokół Nowej Huty powstały wraz ze swą bogatą ofertą sklepy wielkopowierzchniowe oraz dyskonty, odbierające klientów drobnym przedsiębiorcom prowadzącym działalność wewnątrz osiedli. Wydaje się, że konkurencji wielkich sieci handlowych oparły się jedynie lokalne place targowe, od samego początku wpisane w lokalny pejzaż. Swoją specyfiką asortymentu i atmosferą miejsca stały się one niejako uzupełnieniem pobliskich hipermarketów i dyskontów.

Metodologia badań własnych

Postawione w tytule artykułu pytanie badawcze: „Regres czy rozwój lokalnej działalności handlowo-usługowej w najstarszej części Nowej Huty?” skłania do refleksji nad sytuacją ekonomiczną podmiotów gospodarczych funkcjonujących na badanym terenie. Do uzyskania odpowiedzi na to pytanie może przyczynić się analiza wyników dość szeroko zakrojonych badań empirycznych prowadzonych w latach 2014–2016 na terenie Nowej Huty, dotyczących funkcjonowania handlu i usług zarówno w opinii konsumentów, jak i lokalnych przedsiębiorców.

Badania prowadzone były z wykorzystaniem trzech narzędzi badawczych: kwestionariusza ankiety, wywiadu pogłębionego oraz arkusza inwentaryzacji. W badaniach uczestniczyli lokalni przedsiębiorcy, w przeważającej większości należący do grupy mikroprzedsiębiorców, oraz konsumenci nabywający dobra i korzystający z usług lokalnych przedsiębiorców (tab. 1).

Tab. 1. Badania empiryczne dotyczące funkcjonowania handlu i usług na terenie Nowej Huty

Lp.	Kategoria respondentów	Liczba respondentów uczestniczących w badaniu	Przedmiot badania	Zastosowane narzędzie badawcze
1.	Konsumenci na obszarze całego Krakowa	1756	Określenie preferencji respondentów w zakresie wyboru form handlu oraz miejsca dokonywania zakupów	Kwestionariusz ankiety
2.	Konsumenci, mieszkańcy Nowej Huty oraz osoby odwiedzające tę część Krakowa	357	Identyfikacja czynników warunkujących decyzje o wyborze placu targowego jako miejsca dokonywania zakupów oraz przyczyn wyboru określonego placu przez mieszkańców Krakowa	Kwestionariusz ankiety
3.	Konsumenci dokonujący zakupów na nowohuckich placach targowych	99	Identyfikacja specyfiki klientów oraz celów odwiedzania przez nich placów targowych	Kwestionariusz ankiety
4.	Podmioty gospodarcze prowadzące działalność handlową i usługową, zlokalizowane na terenie Nowej Huty	505 (w tym: 210 podmiotów prowadzących działalność handlową oraz 295 prowadzących działalność usługową)	Ilościowa analiza poszczególnych kategorii podmiotów handlowych i usługowych funkcjonujących na terenie Nowej Huty	Arkusz inwentaryzacji
5.	Przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w Nowej Hucie, właściciele sklepów i punktów usługowych	17	Warunki prowadzenia działalności handlowej i usługowej na terenie Nowej Huty	Wywiad pogłębiony
6.	Przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą na placach targowych Nowej Huty	95	Zdiagnozowanie charakteru prowadzonej działalności	Kwestionariusz ankiety

Źródło: opracowanie własne

Łącznie przebadano 112 przedsiębiorców oraz 2212 konsumentów. Ponadto zinventaryzowano 505 podmiotów gospodarczych działających na badanym terenie. Zadano 42 rozbudowane pytania, w tym 17 skierowanych do lokalnych przedsiębiorców oraz 25 do konsumentów. Pytania miały na celu diagnozę charakteru prowadzonej działalności gospodarczej, identyfikację warunków prowadzenia działalności handlowej i usługowej na terenie Nowej Huty, jak również określenie preferencji respondentów w zakresie wyboru określonych form handlu oraz miejsca dokonywania zakupów.

Analiza wyników badań

Analiza preferencji respondentów w zakresie wybieranych form handlu w celu dokonywania zakupów wykazała, że konsumenci najczęściej wybierają centra handlowe (24,8%) oraz dyskonty (20,0%), gdyż w jednym miejscu mają dostęp do niezbędnych im produktów. Cenią sobie przede wszystkim wygodę i oszczędność czasu. Najrzadziej natomiast respondenci dokonują zakupów w hurtowniach (2,6%) – ze względu na charakter ich działalności – oraz placach targowych (10,4%). Należy zwrócić tu jednak uwagę na pewną zaobserwowaną prawidłowość w kwestii preferencji respondentów w zakresie najczęściej wybieranych form handlu w różnych grupach wiekowych. Otóż im starsi byli respondenci, tym chętniej wybierali place targowe oraz sklepy osiedlowe jako miejsce dokonywania zakupów (tab. 2).

Tab. 2. Preferencje respondentów w poszczególnych grupach wiekowych w zakresie dokonywania zakupów według form handlu

Wyróżnione formy handlu	Respondenci							
	Liczba respondentów (N = 1756) *	Udział w ogólnej liczbie respondentów (%)	Wiek respondentów (%)					
			16–20	21–30	31–40	41–50	51–60	powyżej 60 lat
Centrum handlowe	1062	24,8	17,2	42,9	23,6	10,5	4,0	1,7
Hiper- lub supermarket	634	14,8	10,9	39,7	26,5	11,5	7,7	3,6
Sklep osiedlowy	617	14,4	6,3	26,4	18,6	13,0	16,7	19,0
Dyskont (np.: „Biedronka”, „Lidl”)	861	20,1	11,1	35,9	20,3	13,2	10,6	8,8
Hurtownia	111	2,6	9,9	32,4	17,1	19,8	13,5	7,2
Plac targowy	445	10,4	3,6	23,4	15,3	15,1	19,3	23,4
Sklep internetowy	560	13,1	17,9	48,2	25,4	6,4	1,3	0,9

* Respondenci mogli wybrać więcej niż jedną preferowaną formę handlu

Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Analiza preferencji respondentów w zakresie najchętniej odwiedzanego centrum handlowego wykazała, że niemal 50% ankietowanych najchętniej dokonuje zakupów

w M1 Centrum Handlowe Kraków, jednocześnie określając to centrum jako najbardziej wszechstronne pod względem oferty handlowo-usługowej (tab. 3).

Tab. 3. Centra handlowe zlokalizowane na terenie Nowej Huty lub w pobliżu, najczęściej odwiedzane oraz uznane przez respondentów za najbardziej wszechstronne pod względem oferty

Centrum handlowe	Najczęściej odwiedzane – według udziału respondentów (%)	Najbardziej wszechstronne pod względem oferowanych w nim produktów i usług – według udziału respondentów (%)
Centrum Handlowe Czyżyny (Carrefour)	24,9	20,2
M1 Centrum Handlowe Kraków	43,3	47,9
Centrum Handlowe Krokus	17,7	14,5
Centrum Handlowe Plaza Kraków	14,1	17,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Respondenci w wieku 51 lat i więcej, preferujący jako miejsce dokonywania zakupów place targowe (tab. 2), wybór swój uzasadniają większą dostępnością świeżych produktów (68,5%), niższymi cenami (55,2%) oraz bezpośrednim kontaktem ze sprzedawcą (37,9%). Konsumenci z tej grupy 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 (Płaziak, Szymańska, 2016a). Niektórzy respondenci podkreślają również bliskość zamieszkania oraz fakt, iż odwiedzają place targowe nie tylko w celach zakupowych, lecz również – towarzyskich.

Nowohuckim placem targowym najczęściej odwiedzanym przez respondentów (nie-mal 45%) jest Plac Targowy „Tomex”. Placem nieco rzadziej odwiedzanym okazał się być Bieńczycki Plac Targowy (35,6%). Place najrzadziej odwiedzane przez respondentów to plac targowy przy os. Kalinowym (9,7%) i Mogiński Plac Targowy (12,3%). Przyczynami takiego wyboru z pewnością są ich niewielka powierzchnia oraz peryferyjne położenie w zagospodarowanej przestrzeni Nowej Huty (Płaziak, Szymańska, 2016c).

Podstawowym elementem analizy stanu handlu i usług w Nowej Hucie z perspektywy struktury prowadzonej działalności gospodarczej była inwentaryzacja podmiotów gospodarczych prowadzących działalność handlową i usługową. Zasadniczym celem była tu identyfikacja struktury oferowanych na badanym obszarze asortymentów i usług oraz jej odniesienie/porównanie do struktury oferty tamże w przeszłości.

Inwentaryzacja podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie 25 osiedli starej części Nowej Huty (XVIII dzielnica) wykazała, że obecnie działa tam łącznie 505 podmiotów gospodarczych o charakterze handlowym lub usługowym, przy czym jest to 210 podmiotów handlowych oraz 295 podmiotów usługowych. W kategorii punktów handlowych dominują sklepy spożywcze (11,9%), sklepy odzieżowe i obuwnicze (11,0%), apteki (6,7%) oraz sklepy warzywnicze (6,2%). W kategorii punktów usługowych przeważają usługi edukacyjne (9,2%), restauracje/mała gastronomia/bary (7,1%), usługi szewskie (6,1%), usługi medyczne (bez stomatologii) (5,8%) oraz zakłady

fryzjerskie, gabinety kosmetyczne i odnowy biologicznej (5,1%) oraz usługi stomatologiczne (5,1%) (tab. 4).

Wyniki inwentaryzacji wykazują pewną specyfikę Nowej Huty w zakresie oferty handlowo-usługowej, o czym autorki pisały już we wcześniejszych publikacjach. Specyfika ta wpływa z okresu, w którym powstawała Nowa Huta, ideologii towarzyszącej jej budowie, pochodzenia lokalnej społeczności i wynikających stąd określonych potrzeb konsumpcyjnych, a także z przemian zachodzących po roku 1989, starzenia się lokalnej społeczności i tworzenia się nowych potrzeb. Wszystkie te czynniki miały ogromny wpływ na obecny kształt lokalnej oferty handlowo-usługowej. Należy zaznaczyć, że dominują tutaj raczej sklepy i punkty usługowe niższej kategorii, nastawione na klienta mniej wymagającego (Płaziak, 2014; Płaziak, Szymańska, 2016a; 2016b; 2016c).

Tab. 4. Struktura i liczba podmiotów gospodarczych prowadzących działalność handlową i usługową w starej części Nowej Huty

Struktura i liczba podmiotów gospodarczych o charakterze handlowym i usługowym w 25 osiedlach starej części Nowej Huty*					
Handel			Usługi		
Rodzaje handlu	Obiekty		Rodzaje usług	Obiekty	
	liczba	%		Liczba	%
Sklepy spożywcze, mięsne, piekarnie, cukiernie	25	11,9	Usługi edukacyjne (przedszkole, szkoła, szkoła j. obcych itp.)	27	9,2
Sklepy odzieżowe (z nową odzieżą), sklepy obuwnicze	23	11,0	Restauracje, mała gastronomia/bary	21	7,1
Apteki	14	6,7	Usługi szewskie	18	6,1
Sklepy warzywnicze (kioski warzywnicze)	13	6,2	Usługi medyczne (bez stomatologii)	17	5,8
Supermarkety (np. Biedronka, Lidl itp.)	12	5,7	Zakłady fryzjerskie, gabinety kosmetyczne i odnowy biologicznej itp.	15	5,1
Sklepy z tkaninami i dywanami	10	4,8	Usługi stomatologiczne	15	5,1
Księgarnie i sklepy muzyczne	8	3,8	Banki	13	4,4
Sklepy zoologiczne	8	3,8	Usługi krawieckie	10	3,4
Sklepy AGD i RTV	7	3,3	Administracja (budynek mieszczący kilka przychodni liczony jako jeden)	10	3,4
Sklepy z artykułami budowlanymi, metalowymi	7	3,3	Optyk	10	3,4
Kioski z prasą (np. RUCH)	7	3,3	Przychodnie lekarskie (budynek mieszczący zespół poradni traktowany jako jeden)	9	3,1
Kwiaciarnie	6	2,9	Kluby zainteresowań, kluby osiedlowe	9	3,1
Place targowe	6	2,9	Usługi ubezpieczeniowe	9	3,1

Sklepy z artykułami dla dzieci: wózki, foteliki samochodowe, ubranka itp.	6	2,9	Stacje benzynowe	8	2,7
Piekarnie	6	2,9	Parabanki, usługi kredytowe, lombardy	8	2,7
Sklepy z artykułami motoryzacyjnymi	5	2,4	Usługi ksero	8	2,7
Sklepy z artykułami oświetleniowymi	5	2,4	Usługi fotograficzne	7	2,4
Sklepy z akcesoriami sportowymi	4	1,9	Urzędy (budynek mieszczący kilka urzędów traktowany jako jeden)	7	2,4
Sklepy z zabawkami	4	1,9	Lotto, zakłady	6	2,0
Sklepy alkoholowe	4	1,9	Usługi prawne, notariusz	6	2,0
Drogerie	4	1,9	Usługi telekomunikacyjne	6	2,0
Sklepy z artykułami fryzjerskimi	4	1,9	Usługi magla	5	1,7
Sklepy z artykułami papierniczymi i biurowymi	3	1,4	Mechanika samochodowa	5	1,7
Sklepy z wyposażeniem łazienek, instalacjami sanitarnymi itp.	3	1,4	Kluby rozrywkowe, dyskoteki	5	1,7
Sklepy meblowe	3	1,4	Biblioteki	4	1,4
Sklepy wielobranżowe (typu Pepco, tzw. 1001 drobiazgów, itp.)	2	1,0	Kino, teatr	4	1,4
Sklepy z używaną odzieżą, komisy	2	1,0	Kantory wymiany walut	3	1,0
Filatelistyka	2	1,0	Biura nieruchomości	3	1,0
Jubiler	2	1,0	Zegarmistrz	3	1,0
Sklepy mięsne	2	1,0	Domy pomocy społecznej	3	1,0
Sklepy medyczne	1	0,5	Poczta	3	1,0
Sklepy z jajkami	1	0,5	Galerie sztuki	2	0,7
Sklepy z porcelaną	1	0,5	Siedziby radio taxi	2	0,7
			Usługi pogrzebowe	2	0,7
			Siłownie, kluby sportowe	2	0,7
			Usługi budowlane, architektoniczne	2	0,7
			Usługi weterynaryjne	2	0,7
			Biura tłumaczeń	2	0,7
			Biura podróży	2	0,7
			Schroniska młodzieżowe	2	0,7
Suma	210	100	Suma	295	100

*Stan na połowę 2015 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie uzyskanych wyników badań

Wywiady pogłębione przeprowadzone z lokalnymi mikroprzedsiębiorcami prowadzącymi swoją działalność gospodarczą w najstarszej części Nowej Huty umożliwiły uzyskanie ich opinii w zakresie warunków oraz perspektyw rozwoju prowadzenia własnej działalności na badanym terenie, ze szczególnym akcentem na bariery tego rozwoju. Wskazano czynniki warunkujące lub ograniczające rozwój przedsiębiorstw w tej części miasta, dokonano także oceny aktualnie zachodzących tam przemian, które mogą wpływać na rozwój lub zahamowanie lokalnej przedsiębiorczości. Zidentyfikowane przemiany, które stanowić mogą zarówno bariery, jak i udogodnienia rozwojowe, podzielono na trzy grupy czynników, zaliczonych do elementów otoczenia przedsiębiorstwa: uwarunkowania społeczno-demograficzne, uwarunkowania przestrzenne, uwarunkowania ekonomiczne.

Pozytywne przemiany społeczne to przede wszystkim wzrost świadomości konsumenckiej kupujących i korzystających z usług lokalnych podmiotów gospodarczych, wynikające m.in. z globalizacji, rozwoju technicznego, komunikacyjnego czy rozwoju mediów społecznościowych, jak również pojawiania się nowych konsumentów będących jednocześnie nowymi mieszkańcami Nowej Huty. Natomiast negatywne przemiany społeczne to głównie starzenie się mieszkańców Nowej Huty, co ma bezpośrednie przełożenie na ich dochody rozporządzalne jak również zgłaszane potrzeby konsumenckie.

Zidentyfikowane pozytywne przemiany przestrzenne to głównie modernizacja starej i zużytej infrastruktury, co poprawia warunki życia mieszkańców (niestety jednak nie wpływa znacząco na warunki prowadzenia działalności gospodarczej) oraz poprawa funkcjonowania i dostępności komunikacji miejskiej, co ma bezpośredni wpływ na poprawę dostępu do sklepów i lokali usługowych. Obserwuje się również wzrost poziomu bezpieczeństwa w dzielnicy (dzięki coraz powszechniejszemu wprowadzaniu monitoringu). W ramach negatywnych przemian przestrzennych rozpoznano rosnące utrudnienia w parkowaniu pojazdów powodujące wśród klientów problemy z dostępem do sklepów i lokali usługowych, utrudnienia w rozładunku towarów przez dostawców, jak również konflikty między użytkownikami parkingów (klienci *versus* mieszkańcy bloków mieszkalnych, w których znajdują się lokale użytkowe). Lokalizacja sklepów i punktów usługowych wewnątrz osiedli utrudnia klientom dostęp do nich i rozpoznawanie ich.

Na podstawie wywiadów pogłębionych nie udało się wskazać pozytywnych przemian ekonomicznych, natomiast te negatywne to wzrost konkurencji sklepów wielkopowierzchniowych i tzw. sieciówek, rosnące czynsze za wynajem lokali użytkowych oraz pogarszająca się sytuacja ekonomiczna mieszkańców Nowej Huty (szerzej na ten temat: Płaziak, Szymańska, 2016b).

Badania prowadzone wśród mikroprzedsiębiorstw funkcjonujących na placach targowych najstarszej części Nowej Huty (Mogilski Plac Targowy, Bieńczycki Plac Targowy, CH „Tomex”) potwierdziły spostrzeżenia mikroprzedsiębiorców prowadzących swoją działalność w osiedlach najstarszej części dzielnicy. Przedsiębiorcy nie dostrzegli w Nowej Hucie zmian o charakterze ekonomicznym, które sprzyjałyby poprawie warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Wśród negatywnych aspektów wymienili: wzrost konkurencji ze strony sklepów wielkopowierzchniowych i tzw. sieciówek oraz rosnące czynsze za wynajem lokali użytkowych. Wyrazili także opinię o pogarszającej się ogólnej sytuacji ekonomicznej mieszkańców (Płaziak, Szymańska, 2014).

Mimo deklarowanej przez mikroprzedsiębiorców prowadzących działalność na nowohuckich placach targowych dużej konkurencji pobliskich sklepów wielkopowierzchniowych i dyskontów, należy zauważyć, że dwa największe place targowe znajdujące się w najbliższym sąsiedztwie najstarszej części Nowej Huty – Bieńczycki Plac Targowy oraz CH „Tomex” – od samego początku świetnie prosperują. Uzupełniają lub wypierają ofertę małych nowohuckich sklepów, nie poddając się jednocześnie konkurencji wielkopowierzchniowych i dyskontowych form handlu. Jak już zauważono we wcześniejszych publikacjach, w pobliżu ulic Kocmyrzowskiej i Bieńczyckiej powstał swojego rodzaju trakt zakupowy (Bieńczycki Plac Targowy – CH „Tomex” – CH Carrefour), na linii którego klienci robią sprawunki we wszystkich trzech miejscach podczas jednej „sesji zakupowej” (Płaziak, 2014; Płaziak, Szymańska, 2014; 2016a; 2016b; 2016c).

Podsumowanie

Najstarsza część Nowej Huty boryka się z poważnymi trudnościami dotyczącymi drobnych przedsiębiorców prowadzących działalność handlowo-usługową. Wraz z przemianami społeczno-ekonomicznymi związanymi z transformacją ustrojową po 1989 r. zmieniły się potrzeby zakupowe Polaków, a więc i nowohucian. Świetnie funkcjonujące w przeszłości specjalistyczne sklepy i punkty usługowe straciły aktualnie na znaczeniu. Wraz z ubożeniem mieszkańców i rosnącym bezrobociem oraz starzeniem demograficznym przestały być tam potrzebne wysokiej klasy sklepy odzieżowe (np. słynna niegdyś w całym Krakowie „Moda Polska”), sklepy jubilerskie, futrzarskie, z porcelaną, sportowe, klub prasy i książki, księgarnie (np. popularna kiedyś „Skarbnica”) i wiele innych. Ich miejsce zajęły apteki, sklepy z tanią odzieżą (często z odzieżą używaną), lombardy i punkty oferujące szybkie pożyczki pieniężne. Wraz z przejawami globalizacji pojawiły się w Nowej Hucie placówki sieci sklepów z obcym kapitałem (np. spożywcze i drogerie), sieci telefonii komórkowej i banków, które wyparły, zwłaszcza z centrum Nowej Huty, miejscową tradycyjną działalność, co przyczyniło się do jej kryzysu oraz przeobrażenia przestrzeni z tej o charakterze lokalnym w tę o charakterze zunifikowanym – globalnym.

Szczególną rolę w Nowej Hucie odgrywają place targowe. Przedsiębiorcy prowadzący tam swoją działalność narzekają na konkurencję hipermarketów i dyskontów, jednakże place targowe wydają się tej konkurencji opierać. Liczba podmiotów działających na placach targowych nie maleje. Szczególnie dobrze funkcjonują te place, które znajdują się w dogodnym położeniu względem sieci komunikacyjnej – Bieńczycki Plac Targowy i CH „Tomex”. Oba prosperowały świetnie od samego początku swego istnienia. Bieńczycki Plac Targowy, który powstał w okresie socjalistycznym, stanowił miejsce handlu płodami rolnymi, i taki charakter zachował do dzisiaj. CH „Tomex” powstało w latach 90. XX w. jako bazar, gdzie można było kupić wszystko, zwłaszcza towary na początku transformacji ekonomicznej niedostępne w sklepach, często sprzedawane przez przybyszy ze Wschodu. „Tomex” zachował swoją „bazarową” atmosferę do dzisiaj. Jest jednym z największych placów tego typu w Małopolsce i jest doskonale znany mieszkańcom całego Krakowa. Odmienny los spotkał natomiast najstarszy plac targowy w Nowej Hucie – Mogilski Plac Targowy, niegdyś, zwłaszcza w latach 80. XX w., tętniący życiem, teraz podupadły i zapomniany, obsługujący jedynie mieszkańców pobliskich

bloków. Plac ten podzielił los sklepów i punktów usługowych starej części Nowej Huty. Za główną przyczynę jego kryzysu należy uznać położenie względem głównych ciągów komunikacyjnych. W okresie transformacji życie miejskie w starej części Nowej Huty przeniosło się bliżej ulic Kocmyrzowskiej i Bieńczyckiej. Niegdyś, za czasów Polski Ludowej, gwarne osiedla Młodości, Na Skarpie, Willowe i Wandy, czyli te pierwsze, położone bliżej Placu Centralnego, wówczas młode – teraz opustoszały w związku ze starzeniem się ich mieszkańców.

Trzecią jakość, obok tradycyjnej lokalnej działalności drobnych sklepikarzy i usługodawców, a także mikropresiębiorców działających na placach targowych, stanowią na terenie Nowej Huty placówki handlowo-usługowe związane z dużym, najczęściej obcym, kapitałem, czyli sklepy wielkopowierzchniowe, dyskonty i międzynarodowe sieci sklepów spożywczych i drogerii, punkty telefonii komórkowej oraz banki. Placówki te przyciągają klientów, którzy szukają towarów atrakcyjnych i tanich, z drugiej strony, także tych, którym do zglobalizowanego świata bliżej – klientów banków, sklepów telefonii komórkowej i towarów nowoczesnych, czasem ekskluzywnych.

W Nowej Hucie ścierają się zatem dwa nurty: pierwszy nurt to przejawy ekonomii lokalnej – podupadające sklepiki i punkty usługowe wraz z nieźle jednak prosperującą drobną (często rodzinną) działalnością przedsiębiorczą na placach handlowych, drugi nurt to symptomy ekonomii globalnej – wkraczający wielki kapitał zagraniczny w postaci hiper- i supermarketów, dyskontów, sieci spożywczych i drogerii, banków i in. Obu zjawiskom towarzyszą przemiany społeczno-demograficzne: z jednej strony starzenie się społeczności lokalnej i jej ubożenie, a z drugiej strony – powolna wymiana pokoleń i napływ nowych mieszkańców, przedstawicieli zglobalizowanego społeczeństwa.

Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na zadane w tytule niniejszego opracowania pytanie: Czy w najstarszej części Nowej Huty mamy do czynienia z regresem, czy rozwojem lokalnej działalności handlowo-usługowej? Z jednej strony wyraźnie zaznacza się upadek branżowych sklepów, które charakteryzowały to miejsce od samego początku powstania Nowej Huty, z drugiej jednak strony – zjawisko to jest równoważone przez dosyć dobrze prosperującą i rozwijającą się drobną działalność handlową na doskonale wpisujących się w tkankę miejską pobliskich placach targowych. Na omawianym terenie uwidacznia się charakterystyczne współcześnie zjawisko wkraczania ekonomii globalnej pod postacią lokalizacji sklepów wielkopowierzchniowych, dyskontów i różnego rodzaju sklepów sieciowych, które stanowią co prawda konkurencję dla drobnych przedsiębiorców, ponieważ powodują niejednokrotnie upadek ich działalności, ale jednocześnie ze swoją różnorodną ofertą wychodzą naprzeciw rosnącym potrzebom konsumenckim. Przyczyniają się także do poprawy jakości przestrzeni miejskiej przez lokalizację nowoczesnych obiektów lub renowację istniejących wraz z infrastrukturą towarzyszącą.

Literatura

References

- Bolesta-Kukułka, K. (1992). *Jak patrzeć na świat organizacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gądecki, J. (2012). *I Love Nowa Huta. Gentryfikacja Nowej Huty?*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Górka, Z. (2005). Nowa Huta – nowa fizjonomia, nowe funkcje i nowa symbolika dzielnicy. W: *Badania i podróże naukowe krakowskich geografów*, tom II. Kraków: Polskie Towarzystwo Geograficzne.
- Janasz, K., Janasz, W., Koziół, K., Szopik K. (2008). *Zarządzanie strategiczne*. Warszawa: Difin.

- Płaziak, M. (2014). Przemiany funkcji handlowo-usługowych w mieście postsocjalistycznym na przykładzie Nowej Huty. W: E. Kaczmarek, P. Raźniak (red.) *Spoleczno-ekonomiczne i przestrzenne przemiany struktur regionalnych*, vol. 1. Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM, 85–100.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2014). Rola placów targowych w strukturze przestrzenno-społecznej i ekonomicznej Nowej Huty. W: E. Kaczmarek, P. Raźniak (red.) *Spoleczno-ekonomiczne i przestrzenne przemiany struktur regionalnych*, vol. 2. Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM, 91–108.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2016a). Czynniki warunkujące atrakcyjność dokonywania zakupów na placach targowych Krakowa. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 217–232.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2016b). *Uwarunkowania rozwoju handlu i usług na przykładzie Krakowa – Nowej Huty*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie (w druku).
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2016c). Uwarunkowania zachowań konsumentów na placach targowych na przykładzie Nowej Huty. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe UE w Katowicach*, 255, 186–199.
- Urbanowska-Sojkin, E. (2007). *Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Serwis WWW StatKra: <http://msip2.um.krakow.pl/statkraj> (odczyt z dn. 29.10.2016).
- Stoner, J.A.F., Freeman, R.E., Gilbert, D.R.Jr. (2001). *Kierowanie*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Zborowski, A. (2005). *Przemiany struktury społeczno-przestrzennej regionu miejskiego w okresie realnego socjalizmu i transformacji ustrojowej (na przykładzie Krakowa)*. Kraków: Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Żurek, J. (red.) (2007). *Przedsiębiorstwo, zasady działania, funkcjonowanie, rozwój*. Gdańsk: Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego.

Monika Płaziak, dr, adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zainteresowania badawcze autorki dotyczą zagadnień gospodarki przestrzennej w kontekście czynników lokalizacji przedsiębiorstw, szczególnie czynnika personalnego. Prace badawcze odnoszą się również do problematyki 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, assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, the Pedagogical University of Cracow. The author's research interests concern the issues of spatial development in the context of location factors of enterprises, the personal factor in particular. Her research works also refer to issues of the co-operation of academic and research-developmental organisations 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, doktor, adiunkt w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. 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. Jej 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, assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, the Pedagogical University of Cracow. Graduated from the Cracow University of Economics, MA degree in Management and Marketing, PhD degree in economic sciences in the field of management sciences (Department of Market Analysis and Marketing Research – Cracow University of Economics). Assistant professor in the Department of Entrepreneurship and Spatial Management at the Pedagogical University of Cracow. Her research interests are related to the issue of consumer needs, preferences and market behaviour 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

MARIOLA TRACZ

Polish Geographical Society, Kraków, Poland

MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA

Andrzej Frycz Modrzewski Kraków University, Poland

RADOSŁAW ULISZAK

VIII Prywatne Akademickie Liceum Ogólnokształcące in Kraków, Poland

The Development of Agritourism in the Podkarpackie Voivodeship in the Light of International and National Conditions

Abstract: Podkarpackie Voivodeship is one of the regions of Poland in which the number of agritourism entities is very high. Therefore tourism plays a significant role in its development strategy. The aim of the paper is to identify the current state of agritourism and the changes that have occurred in the region in the years 2000–2016. Specific objectives are to determine the distribution of agritourism farms and their offer, together with a comprehensive analysis of the environmental and socio-economic factors, as well as the impact of the Slovak-Ukrainian border. The report was developed on the statistical materials from the Polish Central Statistical Office, Podkarpackie Agricultural Advisory Centre in Boguchwała and data collected from municipalities and district offices that is published on their websites, as well as through interviews with 100 owners of agritourism farms in the Podkarpackie Voivodeship. The research has shown, on the one hand, the decline in the number of farms in the region and, on the other hand, the increase in the diversity of the tourist offer of these entities. Distribution of agritourism farms is closely linked to the attractiveness of natural environment and quality of secondary tourism resources. Traditional agritourism has not yet fully used its countryside, as well as cross-border advantages of its location.

Keywords: agritourism; entrepreneurship; Podkarpackie Voivodeship; rural areas; tourism

Received: 14 November 2016

Accepted: 2 March 2017

Suggested citation:

Tracz, M. Bajgier-Kowalska, M., Uliszak, R. (2017). The Development of Agritourism in the Podkarpackie Voivodeship in the Light of International and National Conditions. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 244–261. DOI: 10.24917/20833296.13.18

Introduction

Tourism is a complex and multifaceted phenomenon, yet it plays a significant role in the economic and social spheres. Global revenues from tourism are systematically growing. In 2007 they accounted for 6% of GDP, while in 2015 for 11%. Employment

in this sector exceeded 260 million people (UNWTO..., 2015). Tourism affects the development of other areas of the economy, mainly services and infrastructure. At the same time, tourism satisfies the social needs for leisure time, learning about other cultures, their way of life and habits; it also influences health of the society. On the other hand, tourism is a sector that can significantly support the implementation of critical government programs, contributing to stimulating entrepreneurship and local development. An example of this is the development of rural tourism, including agritourism. It results from the policy of multifunctional development of the countryside in Poland, which has been implemented for several years, as well as other initiatives that trigger entrepreneurial attitudes of the rural population (Drzewiecki, 2002; Bański, Stola, 2002; Dorocki, Zdon-Korzeniowska, 2012).

Continuing specialisation in selected agricultural production sectors causes that agriculture in the areas with a high fragmentation of farmland is not competitive, which directly translates into low income of farming population. This situation, especially after 1989 when free-market processes were launched in Poland, forced many farmers to seek additional sources of revenue. The development of tourism in rural areas, including agrotourism, is an example of the diversification of farm activities. Many researchers indicate that the development of agrotourism has economic benefits not only to farmers providing tourism services but also to local communities (Sikorska-Wolak, 2004, 2009; Ziolo, 2009; Sikora, 2012). The report of the Ministry of Agriculture and Rural Development for the years 2007–2015 clearly indicates that rural tourism has become one of the most widespread forms of alternative tourism, an essential element of which are agritourism farms. According to the Central Statistical Office (Główny Urząd Statystyczny – GUS) in 2014 in Poland, there were 3756 agritourism farms with up to 9 beds, and 804 offering 10 or more accommodation places (*Turystyka...*, 2015). On the other hand, the research of many authors indicates that the agritourism activity is carried by over 8,000 farms in which there are about 84,500 accommodation places (Kubal, Mika, 2012; Bednarek-Szczepańska, Bański, 2014; Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2015, 2016; Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak, 2016). Nearly 40% of agritourism farms operating in Poland are located in three voivodeships: Małopolskie, Podkarpackie and Warmińsko-Mazurskie (*Rolnictwo...*, 2015; GUS, 2015). According to the report of the Ministry of Agriculture and Rural Development, in 2007–2014, due to structural changes in the economy, the number of people involved in running a farm decreased by 23.6% (i.e. 1.3 million inhabitants). At the same time, in rural areas, the number of non-farm workers increased by more than 35% (*Rolnictwo...*, 2015).

Besides natural and cultural values, one of the most important factors of development of rural tourism, including agritourism, is the demand for it, i.e. The interest of the society (or groups) to participate in various forms of leisure (Zdon-Korzeniowska, 2009). The dynamics of domestic demand for tourist services is growing and it is an important force driving local development. For this reason, many rural communities, as well as individual farm owners, see opportunities for investment in tourism. At the same time, the research indicates that favourable natural and cultural conditions are determinants of development of tourism in rural areas and the tourist offer being prepared (Durydiwka, 2012; Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2013; Bednarek-Szczepańska, Bański, 2014). Other researchers indicate that favourable conditions for the development of rural tourism also include socio-political changes (e.g. development of local self-government,

civil liberties), as well as systemic economic changes, resulting from the principles of the market economy (Dębniewska, 2000; Ziolo, 2009).

The Carpathian Mountains are one of the most important tourist regions of Poland and, at the same time, an area where for centuries agriculture (especially pastoralism), forestry, as well as industry, flourished. Since the 19th century, tourism has also been developing here, which in some localities has become a dominant function, for example in the areas where mineral waters occur. Previous studies have shown that in the last two decades, the process of developing tourism functions in rural areas of the Carpathians has intensified (Szpara, 2011; Mitura, Buczek-Kowalik, 2015). It is a field that is characterised by unfavourable size structure of farms and, at the same time, by exceptional natural and cultural values. Moreover, the location of tourist base in the countryside varies considerably. According to the GUS data for 2015, 20% of farms operating in agritourism in Poland were located in two voivodeships in the Carpathian region – Małopolskie and Podkarpackie.

Development of agritourism in Poland

Agritourism is a type of seasonal tourism that uses farms and their surroundings. In the traditional sense, its essence includes serviced accommodation located directly on the farm or self-catering accommodation in the near vicinity of the farm in the countryside. Therefore, by definition agritourism is linked to a functioning farm, and the provision of services offered by farmers should be inextricably linked to the production activity of the farm (Drzewiecki, 2002, 2009; Sznajder, Przezbórska, 2006; Wojciechowska, 2011). There are many definitions of agritourism found in the literature (Phillip, Hunter, Blackstock, 2010; Sikora, 2012). Nowadays, the range of this concept is broader. It is the result of the accepted legal solutions and terminological ambiguity, and, on the other hand, stems from the dynamism of this phenomenon (Wiatrak, 2003; Kubal, Mika, 2012; Bajgier-Kowalska, Tracz, Ułiszak, 2016, 2017). In Polish literature, agritourism is understood in a broad sense and includes:

- tourism related to a functioning farm, offering opportunities for exploring agricultural activities, including participation in particular farm work,
- tourism not linked directly to a functioning farm, geared to all forms of recreation in an attractive, non-urbanised area,
- tourism which includes elements of local culture and forms of integration with the rural community (Bieńkowski, 2001; Durydiwka, 2012; Marcinkiewicz, 2013).

Taking into account the number of agritourism farms, the strength of the connection with the farm and the tourist offer, it is possible to distinguish several phases in the development of agritourism in Poland (Sikora, Wartecka-Ważyńska, 2013; Chyc, 2014). The first step began immediately after 1989 and lasted until the mid-1990s. It was evidenced by a natural increase in the number of agritourism farms, and the tourist offer on many farms was limited to accommodation and meals. Agricultural advisory centres and the Office of Physical Culture and Tourism (Perepeczko, 2004; Wojciechowska, 2009; Sikora, 2012) played a significant role in the popularisation of agritourism among farmers. The second phase began in the second half of the 1990s. It was characterised by a further increase in the number of agritourism farms and the establishment of regional associations of those offering accommodation services. The process of categorisation

of agritourism accommodation started, which gave additional impetus for improving the quality of services provided (Drzewiecki, 2002; Marcinkiewicz, 2013).

The third phase, which occurred during the first decade of the 21st century, was related to the reorganisation of the tourism system in Poland. At this stage, the progressive specialisation and much richer and varied tourist offer of agritourism farms were visible (Balińska, 2005; Drzewiecki, 2009; Pałka, 2009; Jagusiewicz, Łopaciński, 2010). At the same time, more and more often entities not running agricultural production were formed under the name "agritourism". This phenomenon escalated particularly in the areas with high tourism intensity (Kubal, Mika, 2012; Bednarczyk, 2014). The fourth phase fell on the second decade of the 21st century and was visible in the development of innovative tourism products. One of the manifestations of this innovation might be thematic and tourist villages (Uliszak, 2013). Examples of good practice were agritourism products referring to local rural traditions (e.g. plantations of herbs, horse-riding, vineyard routes), giving the basis for development of authentic thematic villages (Dorocki, Szymańska, Zdon-Korzeniowska, 2013; Zawadka, 2013; Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak 2016, 2017). What is worth noting is the fact that the so-called tourist clusters developed. They shared common resources of knowledge and skills, sharing and contributing to its expansion, as well as cooperation and extension of tourist offer.

When characterising the current trends in agritourism in Poland, the shortest possible way to describe it would be: 1) a variety of offers, 2) increasing specialisation and professionalism, as well as decreasing connection of agritourism farms to agricultural production. Agritourism in Poland has become a permanent element in the structure of tourism. At the same time, it is closely influenced by the phenomena related to general changes in the sphere of life. Tourist market research shows that agritourism is popular due to the change in the behaviour of the inhabitants of major urban agglomerations – the main purchasers of tourist services. More and more often they want to experience something new during the holidays. They want to get to know the countryside and its inhabitants, get in touch with the unspoiled environment, rural landscape and healthy food. Lower costs of leisure stay in the agritourism accommodation are also a crucial element (Drzewiecki, 2009; Wojciechowska, 2009; Sikora, 2012). However, a problem important for the future of the classically understood agritourism is emerging. It is the result of the disappearance of agricultural activity, particularly in the beautiful regions of the country, and commercialisation of rural tourism (Hegarty, Przezbórska, 2005; Wojciechowska, 2009; Bednarek-Szczepańska, 2011; Bajgier-Kowalska, Tracz, Uliszak, 2016, 2017).

Methodology of research

Podkarpackie Voivodeship covers an area of 17,846 km², which accounts for 5.7% of Poland's area, and is home to 2,129,000 inhabitants. Rural areas account for 93.3% of the voivodeship area, while 52.5% of the total area is occupied by agricultural land (*Rocznik...*, 2015). The voivodeship is rural-industrial, as 58.7% of the total population is rural, while the urbanisation rate (41.3%) is the lowest in the country. The voivodeship comprises 21 poviats (districts) and four towns with a poviats status, as well as 160 gminas (communes) of which 144 are rural and urban-rural communes.

The study had two goals. The first was to identify changes in the number of agritourism farms, their distribution and offer of agritourism services in the region. Another

goal was determining the national conditions connected with undertaking and running agritourism activities, the influence of the Slovak-Ukrainian border on the development of agritourism, and the type and quality of the agritourism product. The data for carrying out the above-mentioned analyses were collected from the Podkarpackie Agricultural Advisory Centre (Podkarpacki Ośrodek Doradztwa Rolniczego – PODR) in Boguchwała, Central Statistical Office (Główny Urząd Statystyczny – GUS), Podkarpacki Tourist Portal, as well as websites of poviats and gminas. The data collected from web portals concerned the following information: location of the farm (address, telephone number, website, geographical coordinates), tourist offer (number of beds, availability, accessibility), and tourist and recreational offer. Verification of the collected material was based on the survey conducted in 100 randomly selected farms located in different parts of the voivodeship. These were individual in-depth interviews with farm owners regarding their business and services.

Natural and socio-economic conditions of agritourism development in the Podkarpackie Voivodeship

Podkarpackie Voivodeship is a region of high natural value in the Polish scale. The area is located within the following geographical areas: Sandomierz Basin (northern part), Outer Carpathians (central and southern part), Roztocze Upland (eastern part) and Lublin Uplands (north-eastern part). Height differences in the range of 140 m a.s.l. (Vistula valley) to 1346 m a.s.l. (Tarnica Mount in the Bieszczady Mountains), cause terrain and climate diversity, and thus a large variety of fauna and flora (Kondracki, 2012). An important factor for the development of tourism is the occurrence of areas covered by legal protection, forest complexes and water areas. The most valuable natural areas are Beskid Niski and Bieszczady in the Carpathian Mountains, which are protected by law in the Bieszczady National Park and Magura National Park. Also, the voivodeship has ten landscape parks, 90 nature reserves and 1139 nature monuments. There are also significant mineral water resources and the associated health resort network: Iwonicz-Zdrój, Rymanów-Zdrój, Horyniec-Zdrój and Polańczyk-Zdrój. Natural resources include water reservoirs on the San river (Lake Solina and Myczkowce), as well as other rivers (e.g. Wisłoka) which create favourable conditions for water sports and recreation. Many parts of the Carpathian rivers are waterways accessible to water tourism. Also, there is more than 2500 km of marked trails for hiking in the Bieszczady Mts., Beskid Niski Mts., Carpathian Foothills and the Sandomierz and Solska Wilderness. The research shows that the attractiveness of nature was one of the most important factors taken into account by farmers in the Podkarpackie Voivodeship when undertaking agritourism (*Turystyka...*, 2007).

In 2015, nearly 25% of the employed in the voivodeship worked in agriculture and forestry, which was one of the highest values of this indicator in Poland. The registered unemployment rate was 14.6%, while the unemployed in rural areas constituted the largest percentage in the country – 63.2% (*Sytuacja...*, 2016). These data point to problems in the rural labour market arising from the ongoing restructuring of agricultural activities. Also, this issue is magnified by the difficulties of the agrifood industry in the voivodeship, which affects the surplus of the labour force in agricultural occupations. The working-age population is looking for a variety of employment opportunities, a large part become migrants (Mazowieckie Voivodeship, abroad), while others are diversifying their

agricultural activities, specialising in plant production or services. In the regions with unfavourable conditions for agricultural production (poor soil, terrain), there is an increase in tourism initiatives in rural areas (*Sytuacja...*, 2016). Many researchers point out that the development of rural tourism can significantly contribute to the change in the unfavourable pattern of employment in the countryside of the voivodeship (Kurtyka, 2007; Makarski, 2007; Mitura, 2015).

Historical-cultural factors influenced the specificity of agriculture in the voivodeship. It is characterised by high agrarian fragmentation and small production volume. In 2014 there were 134,100 farms in the Podkarpackie Voivodeship, of which 133,900 were individual holdings (*Rolnictwo w województwie...*, 2015). Farms with an area of up to 5 ha (85% of all farms) dominated, with the majority of them with 2–5 ha of agricultural land (43.8%). Only 2.6% of farms had an area of over 15 hectares. The average area of the farm in the region did not exceed 5.17 ha, and the average area of farmland in the farm was 4.40 ha, while the average of the latter for Poland was 10.22 ha (*Rocznik...*, 2015; *Sytuacja...*, 2016).

However, the number of farms in the region is steadily decreasing. According to the 2010 Agricultural Census data, there were 261,400 farms which means that, compared to 2002, the number of farms decreased by 50,400 (by 16.2%). The high level of employment in agriculture in comparison with the existing agrarian structure indicated that a large part of the labour force in the agricultural sector was not fully utilised. At the same time, according to the data of the Agricultural Census of 2002, the level of education of farmers was lower than the average for the country. People with primary (38.5%) and basic vocational education (32.2%) predominated. At present, the percentage of rural population with higher education is about 4%. The dominant direction of production in individual farms is plant production (55%), while animal production is small (13%) in relation to other voivodeships. Cereal and root crops dominate production. (*Charakterystyka...*, 2014).

Cultural heritage plays an important role in the development of rural tourism. Podkarpackie Voivodeship is characterised by the landscape of great cultural and aesthetic values. It is evidenced, among other things, by objects located on selected thematic trails, such as the Wooden Architecture Trail, the Lubomirski Family Nests Trail, the Good Soldier Švejk Trail and the Oil Trail. The UNESCO World Heritage Sites are extremely valuable. These include wooden churches in Blizno and Haczów, as well as Orthodox churches in Radruż, Chotyniec, Smolnik and Turzańsk which are part of the “Wooden orthodox churches in the Polish and Ukrainian Carpathian regions”. Also alive is the contemporary culture of the area, cultivated by local artists and folk artists.

One of the voivodeship potentials is its favourable geopolitical location at the Poland, Ukraine and Slovakia borderland. The Borderland is bound by the Carpathians (International Biosphere Reserve) and its culture (until 1939). As a result, many researchers point this out as crucial to the development of rural tourism and agritourism in the region (Bajgier-Kowalska, Rettinger, 2008; Dyrda-Maciołek, Maciołek, 2008; Żmuda, 2008; Balińska, Sikorska-Wolak, 2009). An additional feature is the location of the region on the eastern borders of the European Union, which creates additional opportunities for using this position in the organisation of the tourist offer and the development of partnerships. Unfortunately, barriers to the development of cross-border tourism cooperation include the insufficient number of border crossings for local border traffic, the state of technical infrastructure in rural areas, poor communication accessibility and visa problems with Ukraine.

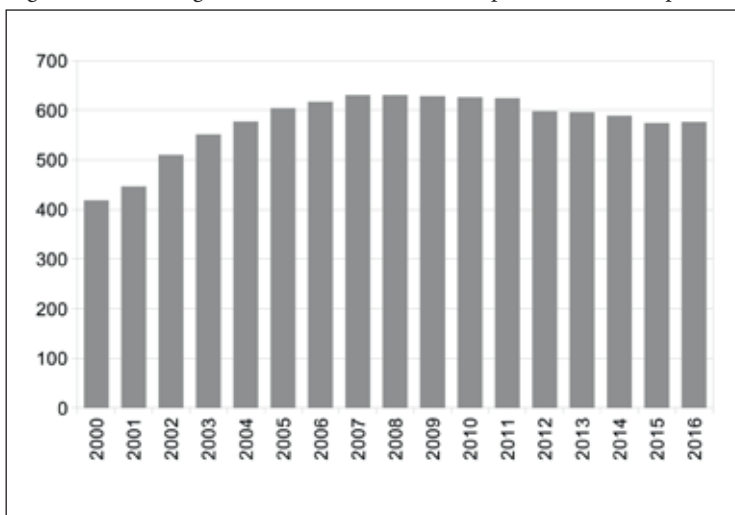
Change in the number of agritourism farms and their distribution

As of March 2016, the Podkarpackie Agricultural Advisory Centre in Boguchwała registered 576 agritourism farms with 5,847 beds. The data collected by the authors from the Podkarpackie Tourist Portal showed that the number is higher and amounts to 610 (as of July 2016), with 5,628 beds available. On the other hand, according to the criterion adopted by GUS (10 and more beds) in 2015, there were 67 agritourism holdings offering 1,089 beds. Differences in the number of agritourism farms are due to the adopted legal regulations on business activity and the income tax law, as well as the dynamics of the phenomenon not always possible to grasp (e.g. not reporting the start or end of the business activity).

In the Podkarpackie Voivodeship, agritourism farms have been operating since 1992. According to the data of the PODR in Boguchwała and GUS, in the analysed period (2000–2016) there were changes in the number of agritourism farms. In the years 2000–2007 there was an increase in the number of such objects, but after 2007 their number decreased (Fig. 1). At the same time, there is a steady growth in the number of beds. Compared to the year 2000, in 2016 the number of agritourist farms increased by 37.8%; compared with the 2007, when their number was the highest in the region (630), it was down by 8.6%. The number of beds remained at a similar level (Fig. 1). These data indicate, on the one hand, the decrease in the interest of farmers in agritourism in recent years, and on the other hand, the expansion of already existing facilities and the increase of accommodation places. Similar processes are observed in other voivodeships (Wojciechowska, 2011; Bajgier-Kowska et al., 2016, 2017).

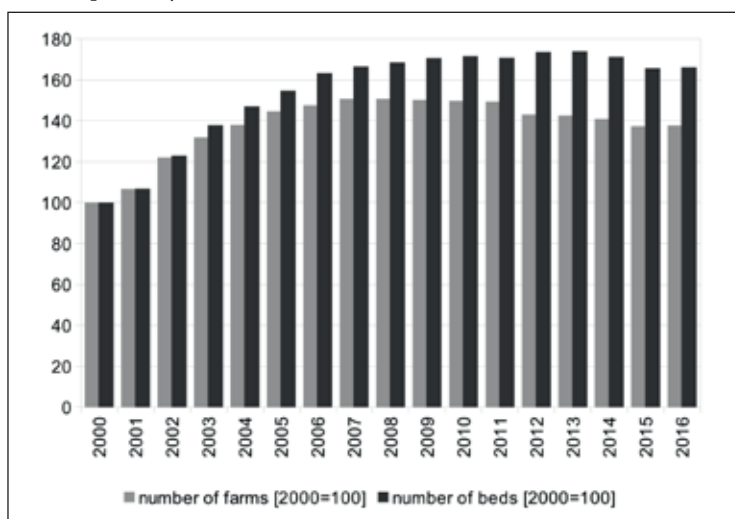
The dynamics of changes in the number of agritourism farms in the voivodeship is close to the national one (Fig. 2). Over the period of 8 years (2000–2008), the number of agritourism units increased from 418 to 630, according to some researchers even to 1074 (Sikorski, 2013), and the number of beds from 3,520 to 5,931. In this period, the number of agritourism farms increased by 50.7%. In the same period in Poland, the number of agritourism farms increased from 5,789 to 10,200, i.e. by 76.2%. The presented data indicate a substantial increase in accommodation in the region in 2002 and between 2005 and 2007. It is characteristic of both the Podkarpackie Voivodeship and the whole country (Fig. 1). However, in the case of Poland, in 2003 the number of farms decreased by a half compared to 2002 (from about 6,500 to about 3,300). However, in the Podkarpackie Voivodeship according to the PODR the number of agritourism farms slightly increased – from 510 (2002) to 551 (2003), and according to the Institute of Tourism, it decreased by 31.1% from 534 (2002) to 369 (2003). Significant data differences for 2002 and 2003 were due to the change in data collection methods by the Institute of Tourism. Another particular period is 2011–2016. According to the PODR, in 2011, there were 624 agritourism holdings in the Podkarpackie Voivodeship, and in the following years their number was decreasing systematically – in 2016 there were 576 of them, i.e. 7.7% less than in 2011 (Fig. 2). It should be noted that in the analysed period of 16 years (2000–2016), regarding the number of agritourism farms, the Podkarpackie Voivodeship maintained its top position in the country, i.e. second place (2005–2009) and then third (GUS 2015). Also concerning the number of beds, the region exhibited a high growth dynamics (Fig. 2). In the analysed period, 2,322 new beds were installed. The analysis of the web pages of agritourism farms has shown that farms in the region are dominated by farms with

Fig. 1. Number of agritourism farms in the Podkarpackie Voivodeship in the years 2000–2016



Source: own work based on the data of GUS, Institute of Tourism, PODR in Boguchwała Jagusiewicz, Łopaciński (2010)

Fig. 2. Dynamics of changes in the number of agritourism farms and beds in the Podkarpackie Voivodeship in the years 2000–2016



Source: own work based on the data from the PODR in Boguchwała

9 and fewer beds – 87.5%, hence the GUS statistics (from 2010) do not indicate them. These farms offer over 4,700 beds, constituting a valuable complement (about 52%) of available tourist accommodation in the region.

In 2016, agritourism units were located in the area of all poviats (districts) in the voivodeship (Fig. 3). Most of them were in four poviats: Lesko (173), Bieszczady (79), Krosno (62) and Sanok (61). They offered a total of 3,909 beds, i.e. 69.5% of the

agritourism base in the region. Year-round facilities (82%) dominated. A relatively large number of agritourism farms were present in Przemyśl and Jasło Poviats (over 30). On the other hand, the lowest number of agritourism accommodation units was located in the poviats in the northern part of the voivodeship: Mielec, Tarnobrzeg, Stalowa Wola and Kolbuszów (below 10) and in the Przeworsk Powiat (Fig. 3). It is evident that the agritourism was dwindling in typical tourist poviats. An example of this is the Bieszczady Powiat where, according to the web portals, in 2008 existed 85 agritourism farms (Bajgier-Kowalska, Rettinger, 2008); in 2011 there were 119 units, and in 2016 their number decreased to 79, i.e. by 23.6%.

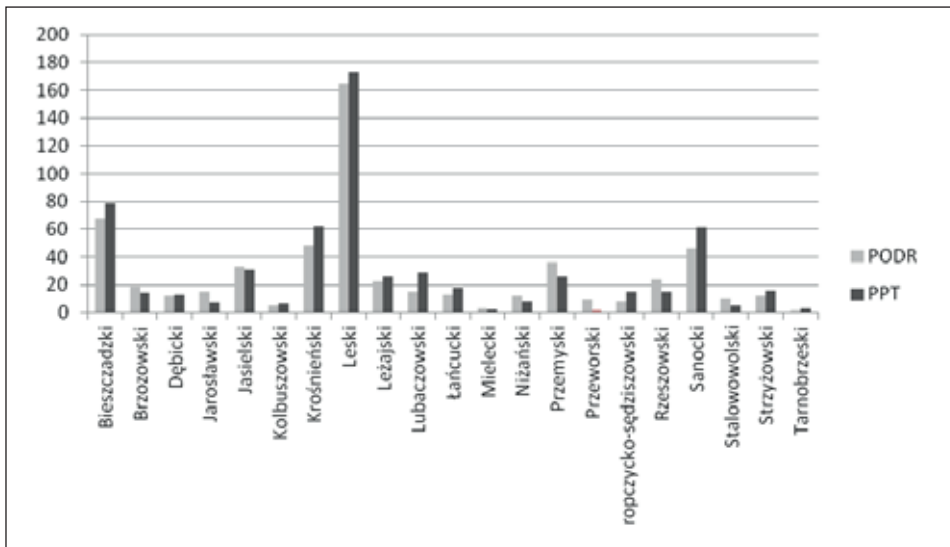
Owners of agritourism facilities are aware that the Internet helps them find potential customers. It is evident in the number of farms presenting their offer on the Podkarpackie Tourist Portal (Podkarpacki Portal Turystyczny – PPT) (Fig. 4). Differences in the number of agritourism farms between the PODR and PPT data concern mainly poviats with the highest tourist attractiveness. On the tourist portal, there were much more of them than in the data from the PODR (Bieszczady, Lesko, Lubaczów, Krosno and Sanok). On the other hand, in typical rural poviats, a smaller number of farms placed an offer on a tourist portal and cooperated more with the PODR (Jarosław, Przeworsk, Rzeszów).

The analysis of the available data indicated that agritourism units were available in 100 gminas (62.5% of all gminas) (Fig. 3, Fig. 4). It had not changed since 2007 (Mitura, Buczek-Kowalik, 2015). The concentration of such farms occurred mainly in the gminas located in the south-western and south-eastern part of the voivodeship. The largest number of agritourism farms operated in the following gminas: Solina (83), Ustrzyki Dolne (43), Lesko (25), Rymanów (22), Olszanica (20), Baligród (18), Czarna (13), Lutowska (12), Bukowsko (11) and Bircza (10). These were mostly gminas with tourist traditions dating back to the 1960s, as well as those with tourist and spa infrastructure. There were bathing spots, ski lifts and trails, tennis courts, terrain for paragliding (e.g. Dział Mount), and hiking trails and paths. Tourists seeking active leisure could enjoy a rich and varied offer such as hiking, cycling, car and horse rides, cross-country skiing and ski competitions, as well as various artistic and culinary events (e.g. The International Wine Days in Jasło). The experience of local authorities, as well as farmers renting accommodation in organising tourist activities, became a valuable asset supporting the development of agritourism in these gminas. Moreover, in the consciousness of many inhabitants of the country these areas are associated with clean air, an oasis of peace, as well as beautiful landscapes and forest areas, which is a significant “added value” stimulating demand and interest in agro-tourism offers.

Agritourism was developing much slower in the areas of the Foothills and Vistula lowlands (Fig. 4). However, even in these areas there were gminas that were standing out from the rest of the powiat in terms of the number of tourist units, e.g. Brzostek (6), Fryszak (10), Wielopole Skrzyńskie (6), Dynów (6), Łańcut (9). Regarding accommodation offered (Fig. 5), the farms in the gminas in the south of the voivodeship were at the top: Solina (1167), Ustrzyki Dolne (553) and Rymanów (279) and in the north in the gmina of Kuryłówka (122). In the latter gmina, this was cheap accommodation offered under the name of agritourism for truck drivers.

Distribution of agritourism farms corresponded with the tourist attractions of the region (Fig. 4). The first of the clusters was located in the south-eastern part of the voivodeship, in the Bieszczady Mountains, the second one is smaller, in the south-western part

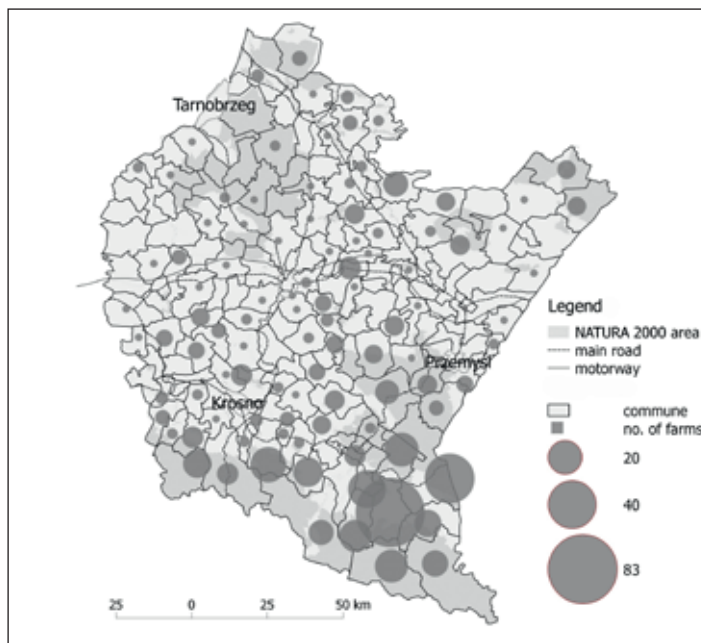
Fig. 3. Number of agritourism farms in the poviats (districts) of the Podkarpackie Voivodeships in 2016 according to the PODR and PTT data



PODR – Podkarpackie Agricultural Advisory Centre; PPT – Podkarpackie Tourist Portal

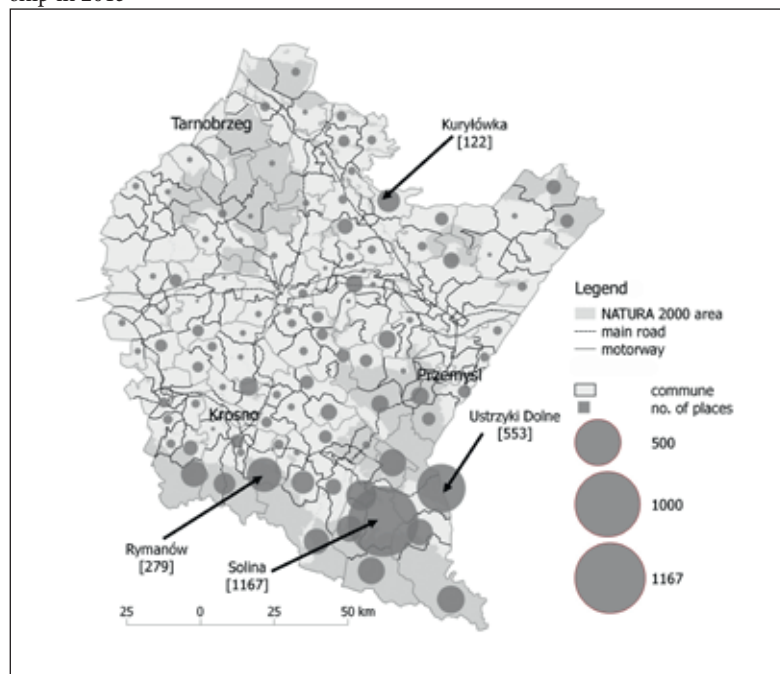
Source: own work based on data from the PODR in Boguchwała, http://epodkarpace.com/index.php?page=offers&offer_id=579

Fig. 4. Number of agritourism farms by gminas (communes) in the Podkarpackie Voivodeship in 2015



Source: own work based on data from the PODR in Boguchwała and surveys

Fig. 5. Number of beds in agritourism farms by gminas (communes) in the Podkarpackie Voivodeship in 2015



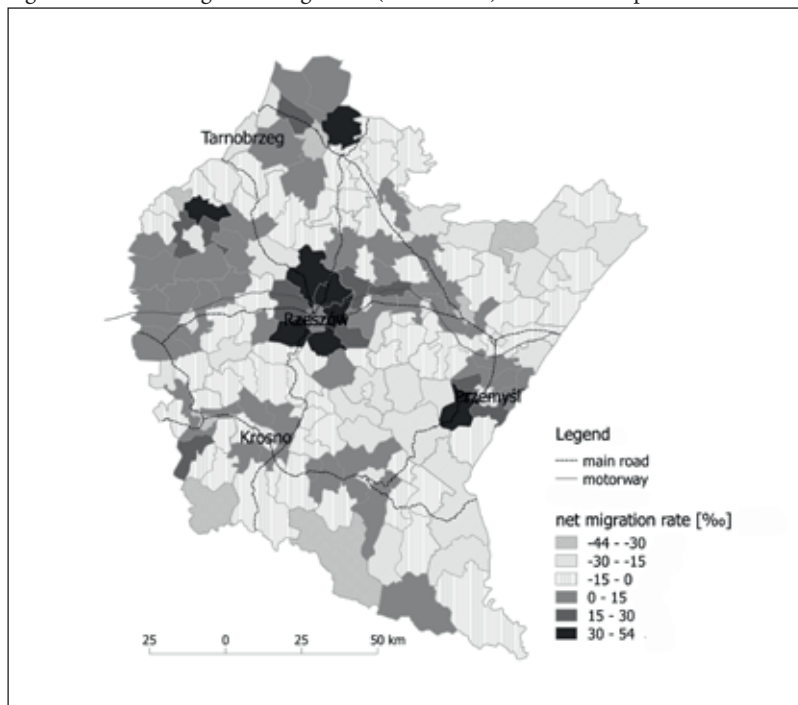
Source: own work based on data from PODR in Boguchwała and surveys

of the Beskid Niski Mountains. Another cluster was in the area of southern Roztocze Upland, in the north-eastern part of the voivodeship and single groupings in the foothills – Strzyżowskie Foothills, Dynowskie and Przemyskie. These are the most attractive areas concerning nature, landscape and culture. Many of these offers were more of a rural tourism than a classic agritourism, as confirmed by surveys. The lowest number of agri-tourism farms was recorded in the Sandomierz Basin. On the other hand, the direct neighbourhood of Rzeszów – the capital of the region and typical industrial cities – Tarnobrzeg, Mielec and Dębica, did not constitute a stimulus for the development of agritourism. It was influenced by several factors. One of them was the perception of these cities by tourists as unattractive, which did not translate into the demand for accommodation, as is the case with Kraków, Warsaw or Poznań. Secondly, a large proportion of inhabitants of Rzeszów, as well as other industrial towns of the voivodeship, moved there as a result of earlier rural-urban migration processes. If they take holiday trips, it is to the south of the voivodeship – Bieszczady Mountains, Beskid Niski Mountains, Lake Solina. It is confirmed by data on the migration balance in the region in 2010–2014 (Fig. 6).

Tourist offer and examples of agritourism innovations

The analysis of profiles of all agritourism farms on the websites and the results of surveys conducted in 100 randomly selected farms showed that agritourism activity is registered mainly by women (45.5%), while only 21.7% of farms are registered by men. On

Fig. 6. Balance of migration in gminas (communes) of the Podkarpackie Voivodeship



Source: own study based on GUS (Central Statistical Office)

this basis, it can be inferred that the revenue from this activity is rather small. A large group of owners of the farms surveyed (70%) declared the completion of various types of courses and training in agritourism. In the light of investigations, it is clear that few farmers start their own agritourism business, most of them were engaged in such services for more than five years. A detailed analysis of the tourist offer showed that most of the agritourism farms (88%) operate year-round. The highest percentage of these farms is located in the attractive areas of nature landscape – Bieszczady Mountains, Beskid Niski Mountains and Carpathian Foothills. An important aspect of the agritourism business is the possibility of enjoying full boarding. Most of the farms offer full boarding (60%), most in the Bieszczady Mts. (66%), which is probably due to lower access to bars, restaurants and shops in the region. Apart from healthy food, often based on products from their farm, the advantage of the farm is also the price. The cost of full boarding usually does not exceed 50 PLN, a significant value for tourists which increases the attractiveness of the offer of the farm; for the owner it is an additional source of income. It should be emphasised that only 30% of agritourism farms carry out agricultural activities and offer the purchase of fresh agricultural produce from their farm. They occur mainly in the Bieszczady Mts. and the Beskid Niskie Mts., and less in the Strzyżowskie and Dynowskie Foothills. In the surveyed farms, the standard of service is varied. Tourists have rooms with shared bathrooms (40%) and en-suite rooms (60%), kitchenette (95%). More and more households are investing in the development of new technologies. A TV in a room has become a standard and internet access is steadily increasing. In response to the current fashion

of spending free time in contact with nature and consumption of organic products, more than 2,000 farms in the Podkarpackie Voivodeship are certified ecologically, including part of agritourism farms, moving to eco-tourism (PODR in Boguchwała, Jarecki, Bobrecka-Jamro, 2010). These farms accounted for 1.4% of all agritourism farms in the region in 2015. They produce goat and sheep cheese, freshly squeezed juices and traditional bread.

A modern tourist who uses agritourism services expects a rich and diverse tourist offer. The agritourism farms of this region offer, above all, opportunities connected with the proximity of forests, water reservoirs and rivers, as well as varied terrain. There are such attractions as mushroom picking and forest fruit picking, bathing, fishing, sailing, canoeing, walking and hiking on hiking trails. Farms located in the south-eastern part of the region, benefiting from the rich natural resources of the Bieszczady Mts., are particularly attractive. Products related to cultural heritage appear rather rarely. Those offered include participation in wicker workshops (Nisko, Biłgoraj), tissue-paper art (Brzozów, Sanok), pottery (Medynia Głogowska), wool felting (Ustrzyki Dolne), sculpting or painting, baking bread and taking part in local festivals and fairs, presenting regional products and folk items, as well as regional songs and dances.

In recent years, there has been an increase in the interest of local governments to support such initiatives which is reflected in the increasing number of companies taking part in such events, as well as a growing number of viewers, both tourists and locals. Many of this type of initiatives are undertaken in the poviats of Bieszczady, Lesko, Krosno, Sanok and Przemyśl. They are heavily advertised on local television, the press and over the Internet. This offer is complemented by a programme of local tourist offices that have prepared one-day trips to attractive destinations in Slovakia (Bardejov) and Ukraine (Lviv, Truskavets).

As part of their offer of recreational activities, agritourism farms provide playgrounds for children (42%), bonfire and barbecue spots (98%), bicycle rental (77%), sports and leisure equipment rental (48%), horse riding, carriage rides or sleigh rides in winter (38%), guided tours (25%), and the use of nearby ski lifts, tennis courts and swimming pools.

An innovation is agritourism educational farms. At present, there are 13 such farms in the voivodeship. They were created mainly in naturally and culturally attractive locations, in the poviats of Ustrzyki (2), Krosno (2), Sanok (1), Strzyżów (1), Lesko (1), Leżajsk (1), Bieszczady (1), Przeworsk (1), Przemyśl (1), Łańcut (1) and Rzeszów (1) (<http://www.krainasanu.pl/zagroda-edukacyjna/>). Educational farms are projects run by farm owners and their primary objective is to educate young people and tourists in the activities of plant and animal production or processing of agricultural produce, to raise environmental and consumer awareness and to educate in the field of material culture, traditional crafts, handicrafts and folk art. The modern approach to education makes a farm an attractive place to conduct lessons which integrate theory with practice in many subjects.

Another innovation is the tourist clusters. The most well-known is the Bieszczady Cross-Border Tourist Cluster, which unites the entities in the Bieszczady Poviats and the regions of Staryi Sambir and Turka in Ukraine, interested in developing tourism and preparing tourists for attractive leisure options. Another tourist cluster is the "Strug Valley". It associates the owners of agritourism farms, as well as those who plan to do business in this field. At present, this cluster consists of 11 members.

Conclusions

In the light of the analyses of the selected elements of the agritourism development and survey research, the Podkarpackie Voivodeship has a great potential for development of agritourism. Factors contributing to the development of this activity are: natural values distinguishing the region on the national scale (environment quality, Beskid landscapes, geological formations, mineral waters); cultural values (multicultural past and present, history of the oil industry); functioning spa tourism (opportunity to use accommodation and accompanying services – transport). What limits the development of tourism in rural areas is the peripheral location (distance from large urban agglomerations), quality and accessibility of infrastructure (road and communal), and lack of marketing strategy (promotion of the region in the national media). Also, the ageing of the rural population and the outflow of the young population contribute to reducing the interest of farmers in the agritourism business in the region.

Detailed surveys and analysis of statistical data indicate that in the Podkarpackie Voivodeship:

- agritourism is an additional activity that is undertaken mainly by women,
- the interest in agritourism in the region is high, as has been indicated by the rapid growth of such entities since the 1990s, significantly contributed by the EU funds dedicated to promoting such initiatives among farmers,
- at present, the number of agritourism units is decreasing, especially in the areas of high tourist attractiveness (e.g. The Bieszczady Mountains, Beskid Niski Mountains), and at the same time in some gminas so far considered by tourists less attractive – it is growing (e.g. located in the Dynów Foothills, Przemyskie Foothills).
- over half of the agritourism farms in the region are located in the southern part of the voivodeship, including a significant part of them on Lake Solińskie and Myczkowskie Reservoir and in the Beskid Niski Mountains,
- a relatively large number of agro-tourism farms is connected with a functioning farm, mainly in the northern part of the voivodeship (southern Roztocze Upland) and Foothills (Strzyżowskie, Dynowskie, Rzeszowskie),
- in the Bieszczady Mts. and Beskid Niski Mts. a large number of agritourism units offer typical leisure and recreation activities in rural areas,
- the offer of agritourism farms is varied, created primarily from the values of the natural environment, and gradually incorporates cultural values along with local events,
- the transboundary location is currently poorly utilised, as the infrastructure in the Polish-Slovak-Ukrainian border is insufficient, and the region is poorly advertised in the national media.

References

- Bajgier-Kowalska, M., Rettinger, R. (2008). Gospodarstwa agroturystyczne powiatu bieszczadzkiego i leskowskiego jako forma aktywizacji obszaru pogranicza polsko-ukraińsko-słowackiego. W: R. Fedan, Z. Makiela (red.), *Przyrodniczo-ekonomiczny potencjał regionów na pograniczu polsko-ukraińskim*. Jarosław: Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Jarosławiu, 13–26. [Agritourism farms of the Bieszczady and Lesko Poviats as a form of activation of the Polish-Ukrainian-Slovakian border area.]

- Bajgier-Kowalska, M., Tracz, M., Uliszak, R. (2016). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich na przykładzie gospodarstw agroturystycznych województwa małopolskiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 244–261. [Conditions of entrepreneurship development in rural areas on the example of agritourism holdings in the Małopolskie Voivodeship.]
- Bajgier-Kowalska, M., Tracz, M., Uliszak, R. (2017). Modeling the state of agritourism in the Malopolska region in Poland. *Tourism Geographies*, 19(3), 502–524.
- Balińska, A. (2005). Kształtowanie produktów agroturystycznych na przykładzie Mazowsza. W: B. Sawicki, J. Bergier (red.), *Uwarunkowania rozwoju turystyki związanej z obszarami wiejskimi*. Biała Podlaska: Wyd. PWSZ, 150–156. [The shaping of agritourism products on the example of Mazovia.]
- Balińska, A., Sikorska-Wolak, I. (2009). *Turystyka wiejska szansą rozwoju wschodnich terenów przygranicznych na przykładzie wybranych gmin*. Warszawa: SGGW. [Rural tourism as an opportunity for the development of eastern border areas on the example of selected gminas.]
- Bański, J., Stola, W. (2002). Przemiany struktury przestrzennej i funkcjonalnej obszarów wiejskich w Polsce. *Studia Obszarów Wiejskich* 3, 1–121. [Transformation of spatial and functional structure of rural areas in Poland.]
- Bednarek-Szczepeńska, M. (2011). Agro-tourism in Poland – self government's view versus reality. *Discussion Papers 2011. Special Issue – Aspects of Localities*. Retrieved from: <http://discussionpapers.rkk.hu/index.php/DP/article/view/2473>
- Bednarek-Szczepeńska, M., Bański, J. (2014). Lokalizacyjne uwarunkowania oferty gospodarstw agroturystycznych w Polsce. *Przegląd Geograficzny*, 86, 2, 243–260. [Localisation conditions of the offer of agritourist farms in Poland.]
- Bieńkowski, A. (2001). Turystyka jako forma wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. *Gospodarka w Praktyce i Teorii*, 1(8), 106–116. [Tourism as a form of multifunctional rural development.]
- Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2013 roku w województwie podkarpackim. (2014). Rzeszów: Urząd Statystyczny. [Characteristics of agricultural holdings in 2013 in Podkarpackie Voivodeship.]
- Chyc, K. (2014). *Agroturystyka (wybrane aspekty). Materiał pomocniczy przeznaczony do samodzielnego studiowania przez studentów*. Warszawa: ALMAMER Szkoła Wyższa. Retrieved from: http://www.almamer.pl/materialy_dydaktyczne/Turystyka_i_Rekreacja/Agroturystyka_Chyc.pdf [Agro-tourism (Selected Aspects). Support material for self-study by students.]
- Dębniwska, M. (red.) (2000). *Rozwój agroturystyki i jej wpływ na przeobrażenia w rolnictwie i na wsi, część I: Uwarunkowania ekonomiczne, organizacyjne i prawne*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego. [Development of agro-tourism and its impact on transformations in agriculture and rural areas, Part I: Economic, organisational and legal conditions.]
- 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. [Agro-tourism enterprises in a knowledge-based economy.]
- Dorocki, S., Szymańska, A. I., Zdon-Korzeniowska, M. (2015). Family Agritourist Enterprises in Poland: Preliminary Survey Results. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(1), 151–163.
- Dorocki, S., Szymańska, A. I., Zdon-Korzeniowska, M. (2016). Agricultural Tourism Farms in Poland: How the Farmers Improve their Businesses – Case Study. In: G. Micek (ed.), *Understanding Innovation in Emerging Economic Spaces: Global and Local Actors, Networks and Embeddedness*, 247–262.
- Dorocki, S., Zdon-Korzeniowska, M. (2012). Rozwój agroturystyki jako formy dywersyfikacji działalności rolniczej – przykład Francji i Polski. W: K. Kurowska (red.), *Planowanie rozwoju przestrzeni wiejskiej*. Olsztyn: Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego, 44–68. [Development of agro-tourism as a form of diversification of agricultural activity - example of France and Poland.]
- Drzewiecki, M. (2002). *Podstawy agroturystyki*. Bydgoszcz: Wyd. OPO. [Basics of agro-tourism.]

- Drzewiecki, M. (2009). *Agroturystyka współczesna w Polsce*. Gdańsk: Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku. [Modern Agro-tourism in Poland.]
- Durydiwka, M. (2012). *Czynniki rozwoju i zróżnicowanie funkcji turystycznej na obszarach wiejskich w Polsce*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych. [Factors of development and diversification of tourist function in rural areas in Poland.]
- Dyrda-Maciołek, S., Maciołek, T. (2008). Ocena roli agroturystyki w podnoszeniu atrakcyjności turystycznej. (w:) R. Fedan, Z. Makiela (red.) *Przyrodniczo-ekonomiczny potencjał regionów na pograniczu polsko-ukraińskim*. Jarosław: Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Jarosławiu, 58–70. [Evaluation of the role of agro-tourism in increasing tourist attractiveness.]
- GUS (2015). Główny Urząd Statystyczny, <http://www.stat.gov.pl/>
- Hegarty, C., Przezbórska, L. (2005). Rural and agro-tourism as a tool for reorganizing rural areas in old and new member states a comparison study of Ireland and Poland. *International Journal of Tourism Research*, 7(2), 63–77.
- Jagusiewicz, A., Łopaciński, K. (2010). *Ocena stanu turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce w latach 2005–2009*. Instytut Turystyki. Available at: http://bip.minrol.gov.pl/FileRepozytory/FileRepozytoryShowImage.aspx?item_id=37813 [Assessment of the state of rural tourism and agro-tourism in Poland in the years 2005–2009.]
- Jarecki, W., Bobrecka-Jamro, D. (2010). Rozwój gospodarstw ekologicznych i agroturystycznych w województwie podkarpackim. *Inżynieria Ekologiczna*, 22, 71–77. [Development of ecological and agro-tourism farms in Podkarpackie Voivodeship.]
- Kondracki, J. (2012). *Geografia regionalna Polski*. Warszawa: PWN. [Regional geography of Poland.]
- Kubal, M., Mika, M. (2012). Agro-tourism in Poland – the Legal Model and the Realities of the Market. *Current Issues of Tourism Research*, 1, 4–11.
- Kurtyka, L. (2007). Agroturystyka jako alternatywny krok działalności gospodarstw rolnych. *Studia i Rozprawy INUG-BWB*, 7, 171–188. [Agro-tourism as an alternative step of farm activity.]
- Makarski, S. (2007). Rola agroturystyki w aktywizacji rozwoju lokalnego na przykładzie województwa podkarpackiego. *Rocznik Naukowy SERIA*, 9(20), 227–232. [The role of agro-tourism in the activation of local development on the example of Podkarpackie Voivodeship.]
- Mitura, T., Buczek-Kowalik, M. (2015). *Zróżnicowanie oferty agroturystycznej w województwie podkarpackim*. Uniwersytet Rzeszów. Retrieved from: <http://www1.up.poznan.pl/ktw/sites/default/files/dokumenty/Mitura,%20Buczek%20POP%20cz%201.pdf> [Diversification of agritourist offer in Podkarpackie Voivodeship.]
- Marcinkiewicz, C. (2013). *Rozwój i stan polskiej agroturystyki*. Retrieved from: http://www.humanitas.edu.pl/resources/upload/dokumenty/Wydawnictwo/Zarzadzanie_zeszyt/Zarz%201_2013%20podzielone/marcinkiewicz.pdf [Development and state of Polish agro-tourism.]
- Mitura, T. (2015). Oferta agroturystyczna na Pogórzu Dynowskim. W: J. Krupa (red.), *Kreowanie przedsiębiorczości w turystyce na terenach wiejskich oraz ochrona środowiska i dziedzictwa kulturowego*, Dynów: Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, 281–293. [The agro-tourism offer on the Dynów Foothills.]
- Pałka, E. (2009). Rozwój agroturystyki w regionie Gór Świętokrzyskich. *Problemy Zagospodarowania Ziemi Górskich PAN*, 56. Kraków: KZZG PAN, Kraków. [Development of agro-tourism in the Świętokrzyskie Mountains.]
- Perepeczko, B. (2004). Przeszość i przyszłość turystyki wiejskiej w polskim rozwoju lokalnym. W: I. Sikorska-Wolak (red.), *Turystyka w rozwoju lokalnym*. Warszawa: SGGW. [The past and future of rural tourism in Polish local development.]
- Phillip, S., Hunter, C., Blackstock, K. (2010). A typology for defining agro-tourism. *Tourism Management*, 31, 754–758.
- Rocznik statystyczny województwa podkarpackiego 2015*. (2015). Rzeszów: Urząd Statystyczny w Rzeszowie. [Yearbook of Statistics of the Podkarpacki Voivodeship.]
- Rolnictwo w województwie podkarpackim w 2014 r.* (2015). Rzeszów: Urząd Statystyczny w Rzeszowie. [Agriculture in the Podkarpackie Voivodeship.]

- Rolnictwo i obszary wiejskie w 2007–2015*. (2015). Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Retrieved from: www.dodr.pl/userfiles/uploads/dodr/ogloszenia/102015/rolnictwo15.docx [Agriculture and rural areas in 2007–2015.]
- Sikorska-Wolak, I. (2004). Agroturystyka szansą rozwoju gmin wiejskich w Polsce. *Lithuania*, 2(46). [Agro-tourism as a chance for the development of rural gminas in Poland.]
- Sikorska-Wolak, I. (red.) (2009). *Turystyka w rozwoju obszarów wiejskich*. Warszawa: SGGW. [Tourism in the development of rural areas.]
- Sikora, J. (2012). *Agroturystyka. Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck. [Agro-tourism. Entrepreneurship in rural areas.]
- Sikora, J., Wartecka-Ważyńska, A. (2013). Development of agro-tourism in Poland. W: *Visnyk of the Lviv University. Series Geography*, 43, 365–375.
- Strategia rozwoju turystyki dla województwa podkarpackiego na lata 2007–2013*. (2006). Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Turystyki, Podkarpacka Regionalna Organizacja Turystyczna. [Strategy of the tourism development for Podkarpackie Voivodeship in the years 2007–2013.]
- Sytuacja na rynku pracy obszarów wiejskich województwa podkarpackiego w 2015 roku*. (2016). Wojewódzki Urząd Pracy w Rzeszowie, Wydział Informacji Statystycznej i Analiz. Retrieved from: http://www.wup-rzeszow.pl/admin/upload/Rynek_pracy_na_wsi20160525.pdf [Labour market in rural areas of Podkarpackie Voivodeship in 2015.]
- Sznajder, M., Przezbórska, L. (2006). *Agroturystyka*. Warszawa: PWE. [Agro-tourism.]
- Szpara, K. (2011). Agroturystyka w Karpatach Polskich. *Prace Geograficzne UJ*, 125, 161–178. [Agro-tourism in the Polish Carpathians.]
- Turystyka w 2014 roku* (2015). Warszawa, GUS. Retrieved from: <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/turystyka/turystyka-w-2014-r-1,12.html> [Tourism in 2014.]
- Turystyka szansą na dynamiczny rozwój podkarpackiego rynku pracy. Raport z badania rolników będących użytkownikami gospodarstw rolnych, w tym rolników prowadzących dodatkowo działalność agroturystyczną na terenie woj. podkarpackiego* (2007), 402, 151–160. Retrieved from: http://www.wup-rzeszow.pl/files/1107_Raport_rolnicy.pdf [Tourism as a chance for the dynamic development of the labour market in Podkarpackie.]
- Uliszak, R. (2013). Wizja wsi małopolskiej – rok 2050 – spodziewane scenariusze zmian. *Studia Obszarów Wiejskich*, 31, 67–83. [Vision of the Małopolska countryside – year 2050 – possible scenarios of changes.]
- UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition*. (2015). Retrieved from: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
- Wiatrak, A.B. (2003). Baza noclegowa w Polsce i uwarunkowania jej rozwoju. *Zeszyty Naukowe AR Kraków*, 2, 9–18. [Accommodation base in Poland and conditions of its development.]
- Wojciechowska, J. (2009). *Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. [Processes and conditions of the development of agro-tourism in Poland.]
- Wojciechowska, J. (2011). Twenty years of Polish agro-tourism: the past and the future. *Tourism*, 21(1–2), 67–73. Retrieved from: <http://hdl.handle.net/11089/1471>
- Zawadka, J. (2013). *Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju agroturystyki na Lubelszczyźnie (na przykładzie wybranych gmin wiejskich)*. Warszawa: Wydawnictwo SGGW. [Socio-economic determinants of the agro-tourism development in the Lublin area (on the example of the selected rural gminas).]
- Zdon-Korzeniowska, M., (2009). *Jak kształtować regionalne produkty turystyczne? Teoria i praktyka*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. [How to shape regional tourist products?]
- Zioło, M. (2009). Rozwój agroturystyki jako czynnika wskazującego aktywizację gospodarczą obszarów wiejskich. *Rocznik Naukowy SERIA 9*, 37–48. [Development of agro-tourism as a factor indicating economic activation of rural areas.]
- Żmuda, Z. (2008). Klaster turystyczny szansą na rozwój regionu Bieszczadzkiego. W: R. Fedan, Z. Makiela (red.), *Przyrodniczo-ekonomiczny potencjał regionów na pograniczu polsko-ukraińskim*.

Jarosław: Wydawnictwo Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Jarosławiu, 150–165.
[*Tourism cluster as a Chance for the development of the Bieszczady Region.*]

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) and some problems of alternative and heritage tourism.

Address:

Polskie Towarzystwo Geograficzne, Oddział w Krakowie
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
e-mail: mtracz-62@o2.pl

Małgorzata Bajgier-Kowalska, PhD, research issues, as well as publication themes are concentrated on geomorphology and the issues concerning regional geography. The author's research also focuses on the issue of tourism and recreation growth, in particular 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.

Address:

Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego
Wydział Prawa, Administracji i Stosunków Międzynarodowych
ul. Gustawa Herlinga-Grudzińskiego 1
30-705 Kraków, Poland
e-mail: malbajkow@interia.pl

Radosław Uliszak, PhD, geographer, interested in human geography, the geography of agriculture and rural areas and use of modern technology (GIS) at geographers' and teachers' work.

Address:

VIII Prywatne Akademickie Liceum Ogólnokształcące
ul. Karmelicka 45
31-128 Kraków, Poland
e-mail: krecony@yahoo.com

JERZY JANCZEWSKI

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi, Polska ■ The University of Humanities and Economics
in Lodz, Poland

Konsumpcja współdzielona a przedsiębiorczość

Collaborative Consumption and Entrepreneurship

Streszczenie: W artykule zaprezentowano wybrane zagadnienia dotyczące konsumpcji współdzielonej i jej wpływu na rozwój przedsiębiorczości. Przedstawiono w nim zarys koncepcji konsumpcji współdzielonej, przytoczono niektóre jej formy i zwrócono uwagę na okazje, które ona stwarza dla powstawania i rozwoju różnych postaci przedsiębiorczej aktywności, poczynając od przedsiębiorczości indywidualnej, przez przedsiębiorczość społeczną, a skończywszy na przedsiębiorczości negatywnej. Rozważania poparto przykładami z różnych dziedzin usług, m.in. transportu, przesyłek kurierskich, usług domowych, hotelarskich i zaplecza technicznego motoryzacji.

Abstract: the article presents selected issues of collaborative consumption and its impact on the development of entrepreneurship. The author presented an outline of the concept of collaborative consumption, mentioned some of its forms, and drew attention to the possibilities it creates for the formation and development of various forms of entrepreneurial activity, from individual entrepreneurship through social entrepreneurship and to negative one. Considerations were backed by examples of different fields of services, among others, transport, courier, home service, hotel and technical support of automotive services.

Słowa kluczowe: ekonomia współpracy; konsumpcja współdzielona; przedsiębiorczość

Keywords: collaborative consumption; collaborative economy; entrepreneurship

Otrzymano: 9 grudnia 2016

Received: 9 December 2016

Zaakceptowano: 28 lutego 2017

Accepted: 28 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Janczewski, J. (2017). Konsumpcja współdzielona a przedsiębiorczość. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 262–274. DOI: 10.24917/20833296.13.19

Wstęp

Współdzielić oznacza wspólnie korzystać z czegoś, np. w transporcie ze środków transportowych, w informatyce z zasobów (plików, urządzeń zewnętrznych), w bibliotece

z książek itd. Konsumpcja współdzielona (*collaborative consumption*), zwana też współkonsumpcją (Juda, 2013: 9), konsumpcją kolaboratywną lub współpracującą (Wardak, Zalega, 2013: 8) nie jest zjawiskiem nowym, a jej idea sięga wielu lat wstecz do czasów, od kiedy to ludzie jako jednostki stały się nauczycielami się współpracować i wzajemnie świadczyć usługi. Wymownym przykładem może być sąsiedzka pomoc przejawiająca się pożyczaniem potrzebnych przedmiotów wynikająca z rzadkości ich występowania, braku u siebie takowych lub niekiedy z potrzeby oszczędzania. Dawniej taka forma współpracy ograniczała się jedynie do wąskiego grona rodziny, znajomych i sąsiadów, lecz wraz z rozwojem masowej produkcji, handlu i usług oraz migracją skutkującą rozdzielaniem się wielopokoleniowych rodzin i utratą sieci znajomych zjawisko to powoli traciło na znaczeniu, a jego funkcje przejęły przedsiębiorstwa i instytucje (Rudolf, 2012).

Współczesne rozumienie tej alternatywnej formy dostępu do dóbr oznacza pojawienie się nowych modeli biznesowych wykorzystujących internet, które ułatwiają, a jednocześnie ograniczają konsumpcję i tym samym dostarczają nowych okazji dla rozwoju przedsiębiorczości.

Do głównych zalet konsumpcji współdzielonej można zaliczyć: oszczędność pieniędzy, miejsca oraz czasu, powiększanie grona znajomych i wzmacnianie więzi społecznych, zmniejszenie degradacji środowiska, niwelowanie ilości odpadów oraz nadwyżek tworzonych przez nadprodukcję i nadkonsumpcję przez zwiększenie efektywnego wykorzystania dóbr (Rostek, Zalega, 2015).

Celem niniejszego artykułu są rozważania nad konsumpcją współdzieloną wpisującą się w nowy trend ekonomii współpracy (*collaborative economy*) i okazjami, które ona stwarza dla powstawania i rozwoju różnych form przedsiębiorczej aktywności, poczynając od przedsiębiorczości indywidualnej, przez przedsiębiorczość społeczną, a kończąc na przedsiębiorczości negatywnej. Rozważania poparto przykładami z różnych dziedzin, m.in. transportu, przesyłek kurierskich, usług domowych, hotelarskich i zaplecza technicznego.

Konsumpcja współdzielona – zarys koncepcji

Konsumpcja współdzielona jest szerokim zjawiskiem, nie do końca jednoznacznie zdefiniowanym i zbadanym, posiadającym kilka zamiennych określeń. Pojemna idea konsumpcji współdzielonej mieści zarówno wypożyczanie, wynajem, jak i barter, dzielenie się oraz łączne korzystanie z dóbr, a szerzej – zasobów (Rudawska, 2016). Definicja konsumpcji współdzielonej może zatem szybko ulegać zmianie. Katalizatorem jej dynamicznego rozwoju był kryzys finansowy z roku 2008, a także potrzeba oszczędzania, lepszego wykorzystania zasobów i zmiany relacji społecznych (Rudolf, 2012).

Druga strona ludzkiej natury, czyli dążenie do posiadania, chęć konkurowania i dbania o wąsko pojęty własny interes, jest podstawą ekonomii klasycznej, w której wymiana rynkowa polega na dostępie do dóbr przez nabywanie do nich prawa własności. Konsekwencją prawa własności do danego dobra jest specyficzna relacja konsument–obiekt, regulująca postawę i zachowania jednostki wobec posiadanego produktu. Własność oznacza bowiem swobodę dysponowania dobrem oraz odpowiedzialność za nie. Własność stawia również granice innym jednostkom („nie-posiadaczom”). Właściciel ma prawo regulowania innego dostępu do dobra, prawo do jego wyłącznego użytkowania, zbycia czy wydzierżawienia, a także prawo do pobierania pożytków z dobra (Rudawska, 2016).

Po raz pierwszy pojęcie konsumpcji współdzielonej zostało użyte w 1978 r. przez M. Felsona i J.L. Spaetha w artykule dotyczącym wypożyczania samochodów innym osobom (Felson, Spaeth, 1978), a następnie upowszechnione w 2007 roku przez R. Algara (Algar, 2007). Do rozpowszechnienia tego terminu znacznie przyczyniły się badania R. Botsmana i R. Rogersa (Botsman, Rogers, 2010), publikacja L. Gansky (Gansky, 2010), prace F. Bardhi i G.M. Eckhardt (Bardhi, Eckhardt, 2012) oraz J. Bainbridge'a (Bainbridge, 2013). Konsumpcją współdzielenia zajęły się również Komisja Europejska, która opublikowała propozycje programu na rzecz gospodarki dzielenia się (*Komisja Europejska*, 2016), oraz firmy konsultingowe, takie jak PwC (*(Współ)dziel i rządź! Twój nowy model biznesowy jeszcze nie istnieje*, 2016) lub firma Deloitte (*The sharing economy...*, 2015). W Polsce tematyką tą zajmowali się m.in. T. Zalega (Zalega, 2013), P. Wardak i T. Zalega (Wardak, Zalega, 2013), A. Rostek i T. Zalega (Rostek, Zalega, 2015), I. Rudawska (Rudawska, 2016), A. Juda (Juda, 2013), Ł. Zgiep (Zgiep, 2016), B.F. Malinowski (Malinowski, 2016 a, b) i M. Giełzak (Giełzak, 2016).

Problematyka konsumpcji współdzielonej jest stosunkowo nowa, stale przybywa jej nowych form, brakuje też jednoznacznego sformułowania definicji tego terminu – spotykane w literaturze i działalności biznesowej określenia tego zjawiska interpretowane są na konkretny użytek zainteresowanych osób lub firm oraz w zależności od istniejącej potrzeby. Dodatkową kwestią są licznie używane pojęcia zaczerpnięte z języka angielskiego, które trudno jednoznacznie przetłumaczyć na język polski.

Konsumpcja współdzielona opiera się na skłonności ludzi do współpracy, pomagania innym w dzieleniu się swoim czasem oraz zasobami i może być odwzajemniana w różny sposób: zarówno materialny, jak i pozamaterialny. Zjawisko to wymaga dużej dozy zaufania między współpracującymi partnerami (Botsman, 2012).

W poszukiwaniu interpretacji pojęcia konsumpcji współdzielonej warto zwrócić uwagę na obrazujący to zjawisko przewrotny i jakże wymownie brzmiący początek tytułu monografii R. Botsman i R. Rogers, który w bezpośrednim tłumaczeniu brzmi: *Co jest moje jest i twoje* (Botsman, Rogers, 2016). Monografia ta jest bardzo wnikliwą analizą zjawiska konsumpcji współdzielonej oraz próbą potwierdzenia, że nie jest to jednorazowy alternatywny trend konsumencki, ale długoterminowa rewolucja w sposobie konsumowania (Wardak, Zalega 2013).

Według Botsman konsumpcja współdzielona to wspólne korzystanie z towarów lub usług przez grupę osób lub firm. Zdaniem badaczki jest to mechanizm, który dzięki internetowi ponownie odkrywa takie tradycyjne zachowania rynkowe, jak wynajem, użyczenie, zamianę, wymianę, udostępnianie, podarunki. Zatem konsumpcja współdzielona stoi w opozycji do własności i różni się tym od konsumpcji tradycyjnej, że koszt zakupu towaru lub usługi nie jest ponoszony przez jednostkę, lecz jest dzielony na większą grupę i rekompensowany przez wynajem, wymianę, użyczenia, zamianę, udostępnianie (Botsman, 2015).

W praktyce wiele firm funkcjonujących w obszarze konsumpcji współdzielonej, starających się efektywnie dopasować potrzeby ludzi, zbyt szeroko interpretuje termin *ekonomia współdzielenia* (*sharing economy*) i tym samym nadużywa go¹, co prowadzi do chaosu pojęciowego i zamętu intelektualnego (tab. 1; więcej: Botsman, 2015; Zgiep, 2016).

¹ Szerokie ujęcie tego terminu spotyka się w publikacjach popularyzujących gospodarkę współdzielenia (*Sharing Economy*). Podobnie firmy doradcze, takie jak PwC czy Deloitte, w opracowaniach na temat badań konsumpcji współdzielonej stawiają znak równości między różnymi koncepcjami gospodarki dzielenia się (por.

Tab. 1. Ekonomia współdzielenia w wąskim i szerokim znaczeniu

Ekonomia współdzielenia w wąskim znaczeniu	Ekonomia współdzielenia w szerokim znaczeniu
Użyczenie wolnych lub niecałkowicie wykorzystanych zasobów (na zasadzie współdzielenia)	Użyczenie zasobów nie tylko na zasadzie współdzielenia
Użyczenie wolnych lub niecałkowicie wykorzystanych zasobów tylko przez osoby prywatne	Użyczenie wolnych lub niecałkowicie wykorzystanych zasobów przez osoby prywatne i podmioty gospodarcze
Użyczenie wolnych lub niecałkowicie wykorzystanych zasobów odpłatne lub nieodpłatne	Użyczenie wolnych lub niecałkowicie wykorzystanych zasobów odpłatne lub nieodpłatne
Niewielka rola pośrednika	Duża rola pośrednika
Nacisk na zaufanie i współpracę w społeczności	Nacisk na oszczędność i wygodę klienta

Źródło: Malinowski (2016a)

Tab. 2. Ekonomia współpracy – przykładowe obszary

Przykładowy obszar	Charakterystyka obszaru	Przypadki wykorzystania w działalności gospodarczej
Ekonomia dostępu (<i>Access Economy</i>)	Odpłatny dostęp do czerpania pożytków z towarów zamiast posiadania ich na własność	Odpłatna usługa przewozu (<i>ridesourcing</i>) umożliwiająca zamówienie za pośrednictwem mobilnej aplikacji prywatnego samochodu – przypomina klasyczną usługę taxi, np. firma Uber lub Lyft
Ekonomia cyrkulacyjna (<i>Circular Economy</i>)	Efektywne wykorzystanie zasobów przez spożytkowanie całkowitych ich rezerw pracy i wartości oraz przedłużanie ich trwałości i ponowny recykling	Kupno używanych przedmiotów, poddanie ich recyklingowi produktowemu lub materiałowemu i ponowne użycie; np. części i zespoły samochodowe, regeneracja mebli
Ekonomia prezentów/darów (<i>Gift Economy</i>)	Korzystanie z towarów lub usług bez bezpośredniej płatności za nie, charakteryzujące się oczekiwaniem przyszłego rewanżu (<i>qui pro quo</i>). W przypadku używania tego terminu należy rozważyć, kiedy ofiarowanie darów ma charakter czysto filantropijny, a kiedy nie	W kontaktach biznesowych przełamywanie braku zaufania i pomost do wzajemnej współpracy może prowadzić do powstania zobowiązania do odwzajemnienia (Tkaczyk, 2007); np. firmy Freecycle i Darmobranie budują sieci osób, które chcą dawać i otrzymać rzeczy za darmo
Ekonomia kontraktów (<i>Gig Economy</i>)	Koncepcja oparta na samozatrudnieniu, w której funkcjonują niezależni pracownicy otrzymujący wynagrodzenie za pojedyncze usługi lub określony czas pracy. Orientacja zakłada tymczasowe i krótkoterminowe zatrudnienie tzw. wolnych strzelców	Firma logistyczna Postmates płaci kurierom za dostawę pojedynczych przesyłek (https://postmates.com/about), a firma Uber płaci za wykonany przewóz osób. Na podobnych założeniach działalność opiera też firma TaskRabbit

(Współ)dziel i rządź! Twój nowy model biznesowy jeszcze nie istnieje, 2016; *The sharing economy: Share and make money How does Switzerland compare?*, 2015).

Ekonomia na żądanie (<i>On-Demand Economy</i>)	Otrzymywanie korzyści na czas, czyli dostarczanie produktów lub usług w samym momencie zgłoszenia przez klienta zapotrzebowania na nie (Kowalówka, 2015). W przypadku używania tego terminu należy rozważyć, kiedy korzyści koncentrują się na czasie, a kiedy na wygodzie lub na natychmiastowej gratyfikacji	Przykładem są usługi transportowe oferowane przez firmę Uber. Firma Airbnb umożliwia turystom wynajęcie mieszkania od osób prywatnych (np. podczas nieobecności właścicieli), choć tak naprawdę nie prowadzą one usług hotelarskich. Firma Handy oferuje usługi samozatrudniających się sprzątaczek, które są dostępne w momencie, gdy tylko klient wyrazi taką potrzebę (Kowalówka, 2015). Usługa Amazon Prime przyspiesza wysyłkę na terenie metropolii (Majchrzyk, 2015)
Formuła P2P (<i>Peer Economy</i>)	Koncepcja oparta na łączeniu osób fizycznych i prawnych za pomocą platform internetowych (<i>peer to peer</i>), aby umożliwić im świadczenie usług lub wspólne korzystanie z aktywów, zasobów, czasu, umiejętności lub kapitału – w ograniczonym czasie i bez przekazania praw własności (Styś, 2016). Brak osoby trzeciej może zwiększać ryzyko niedostarczenia produktu lub niewłaściwą jego jakość. To dodatkowe ryzyko jest pokryte zmniejszeniem kosztów transakcji i niższymi cenami	Społecznościowe wypożyczalnie samochodów – P2P Car Rentals – kojarzenie osób, które posiadają nieużywane samochody z osobami, które chciałby je wypożyczyć, np. firmy Turo, Getaround. Usługa Express Drive oferuje tygodniowy wynajem średnich rozmiarów samochodu SUV dla osób wykonujących zawód taksówkarza (Barycki, 2016). Platforma Swap Etsy łączy twórców rzemiosła z jego nabywcami
Wynajem (<i>Rental Economy</i>)	Wynajem, wypożyczenie, dzierżawa produktów za opłatą bez konieczności ich posiadania na własność	Wypożyczalnie samochodów, narzędzi, sprzętu rolniczego, budowlanego, medycznego wypożyczalnie książek, dzierżawa nieruchomości i inne
Ekonomia współdzielenia (<i>Sharing Economy</i>)	Ułatwia pełne wykorzystanie produktów bądź usług za darmo lub za opłatą, bezpośrednio pomiędzy osobami lub organizacjami. W przypadku używania tego pojęcia należy wziąć pod uwagę zachowanie uczestników udostępniających swoje produkty i usługi oraz i wyróżnić pobudki dzielenia się (komercyjne, filantropijne, uwzględniające tylko koszty bezpośrednie)	Na przykład firma Cohealo pomaga szpitalom udostępnić nieużywany sprzęt medyczny. Firma BlaBlaCar umożliwia ludziom wyjeżdżającym daleko wykorzystywanie wolnych miejsc w samochodzie

Źródło: opracowanie własne autora na podstawie Botsman (2015)

Analiza różnych obszarów ekonomii współpracy i przykładów zastosowania jej w działalności gospodarczej (tab. 2) pozwoliły Botsman i Rogers wyróżnić trzy główne jej kategorie: systemy usług produktowych, rynki redystrybucyjne i współdziałanie w ramach stylu życia (Botsman, Rogers, 2010 za: Wardak, Zalega, 2013), a także określić warunki, które muszą spełniać przedsiębiorstwa, aby ich działalność można było zaliczyć do ekonomii współdzielenia (*sharing economy*).

Rudawska (Rudawska, 2016) na podstawie wymiarów ekonomii dzielenia się, zaproponowanej przez F. Bardhi i G.M. Eckhardt, scharakteryzowała obszary konsumpcji współdzielonej przez pryzmat poziomu anonimowości, czasu trwania relacji konsumpcyjnej i dostępności, stopnia zaangażowania konsumenta, pośrednictwa rynku, typu udostępnianego dobra i przesłania ideologicznego (tab. 3). Anonimowość określa relacje konsumenta dobra współdzielonego wobec innych konsumentów tego dobra. Może ona dotyczyć postaw i zachowań interpersonalnych oraz kontekstu używania dobra przez konsumenta. W pierwszym przypadku dostęp może mieć charakter całkowicie anonimowy w relacji do pozostałych użytkowników danego produktu (np. samochodu czy mieszkania), pozbawiony interakcji z nimi. W innych przypadkach dostęp ma cechy społeczne w rozumieniu publicznego kontekstu użytkowania dóbr i usług.

Czas trwania konsumpcji i dostępność to cechy jednorazowe lub długotrwałe, obwarowane członkostwem w danym klubie, systemie. Można zdywersyfikować czas użytkowania danego dobra, stosując przelicznik jednostki pracy i czasu. Czas trwania konsumpcji jest bliski poziomowi zaangażowania się konsumenta. Pojedyncze epizody konsumpcji kolektywnej w przeciwieństwie do tych o dużej częstotliwości i wydłużonym czasie użytkowania nie prowadzą do zjawiska silnego angażowania się konsumenta.

Tab. 3. Charakterystyka obszarów konsumpcji współdzielonej

Obszary konsumpcji współdzielonej	Charakterystyka obszaru	Przykłady zastosowania
Anonimowość	<ul style="list-style-type: none"> – Dostęp do dobra całkowicie anonimowy – brak relacji z pozostałymi użytkownikami danego produktu, dostęp pozbawiony interakcji z nimi – Dostęp ma cechy społeczne – konsumenci mogą użytkować dany obiekt razem z innymi lub konsumować dobra wspólnie w miejscach do tego przeznaczonych, zachodzą interakcje między konsumentami 	<ul style="list-style-type: none"> – Krótkoterminowe wypożyczenie, np. samochodu, roweru miejskiego (Zipcar, Veturilo). Udostępnienie wolnego miejsca w samochodzie (Blablacar). Darmowe zakwaterowanie – <i>couchsurfing</i>
Czas trwania relacji konsumpcyjnej i dostępności	<ul style="list-style-type: none"> – Jednorazowa, incydentalna – np. liczona w minutach, godzinach lub jednostkach pracy – Długotrwała, powtarzalna – np. obwarowana członkostwem w danym klubie lub systemie, przelicznik godzinowy, wieloletni lub w jednostkach pracy 	<ul style="list-style-type: none"> – Wypożyczenie narzędzi, sprzętu turystycznego, pracowników. Wypożyczenie roweru miejskiego, samochodu (Zipcar, Veturilo), książek w bibliotece, filmów, leasing długoterminowy
Poziom zaangażowania się konsumenta	<ul style="list-style-type: none"> – Jednorazowa, incydentalna konsumpcja – brak lub niewielkie zaangażowanie konsumenta – Długotrwała konsumpcja i wydłużony czas użytkowania – prowadzi do zjawiska silnego angażowania się konsumenta 	<ul style="list-style-type: none"> – Wypożyczenie narzędzi, sprzętu turystycznego, strojów, sukien. Biblioteki i kluby miłośników książek, filmów

Pośrednictwo rynku	<ul style="list-style-type: none"> – Zasada non profit – działalność skupia się na wspieraniu prywatnego lub publicznego dobra, bez chęci osiągnięcia zysku – Zasada rynkowa – instytucja pośrednicząca przejawia motywacje ekonomiczne i pobiera od uczestników stworzonego rynku opłatę za użytkowanie i/bądź za przynależność do grona użytkowników 	<ul style="list-style-type: none"> – Biblioteki miejskie, rowery publiczne. Przewóz osób (Ubertaxi). Wypożyczanie sukienek i dodatków (Rent the Runway), wypożyczanie filmów (Netflix), mieszkań, domów (airBNB)
Typ udostępnianego dobra	<ul style="list-style-type: none"> – Doświadczane – Funkcjonalne – Materialne – Wirtualne 	<ul style="list-style-type: none"> – Wystawa w galerii sztuki – Samochody, narzędzia – Nieruchomości – Pliki muzyczne, e-podręczniki
Przesłanie ideologiczne	<ul style="list-style-type: none"> – Zrównoważony rozwój – Ekologia 	<ul style="list-style-type: none"> – Programy dla wspólnego użytkowania dóbr i ich recyklingu – Inicjatywy i kampanie na rzecz ekologii, samochód elektryczny

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Rudawska (2016)

Wykorzystanie rynku jako pośrednika może odbywać się na podstawie motywacji non profit lub być potrzebą osiągania korzyści ekonomicznej. Instytucja pośrednicząca, wykorzystując internet do „kojarzenia” zainteresowanych współdzieleniem dóbr stron, pobiera od uczestników stworzonego rynku opłatę za użytkowanie i/bądź za przynależność do grona użytkowników.

Obszar ekonomii dzielenia się można również opisać poprzez pryzmat typu udostępnianego dobra (dobra doświadczane, funkcjonalne, materialne). Natomiast ostatnim z wyróżnionych kryteriów charakterystyki konsumpcji opartej na dostępie jest stopień uwikłania w nią ideologii. Chodzi tu o wykorzystanie aktywności na rynku jako sfery artykulacji danych przekonań i traktowanie wyborów konsumenckich jako narzędzi, w pewnym sensie – polityki.

Komisja Europejska w komunikacie z 2 czerwca 2016 r. posługuje się terminem *gospodarka dzielenia się* z zastrzeżeniem, że jest on często używany zamiennie z terminami *współkonsumpcja*, *konsumpcja współdzielona*, *gospodarka współdzielenia*. W interpretacji Komisji Europejskiej gospodarka dzielenia się oznacza modele prowadzenia działalności, w których działalność odbywa się dzięki pośrednictwu platform współpracy, tworzących ogólnie dostępny rynek czasowego korzystania z dóbr lub usług, często dostarczanych przez osoby prywatne. Transakcje w ramach gospodarki dzielenia się nie wiążą się zwykle z przeniesieniem własności i mogą być dokonywane odpłatnie lub nieodpłatnie. Według KE gospodarka dzielenia obejmuje trzy kategorie uczestników: usługodawców dzielących się swoimi dobrami, zasobami, czasem lub umiejętnościami – mogą to być osoby fizyczne oferujące usługi okazjonalnie (*peers*) lub usługodawcy zawodowo zajmujący się świadczeniem usług (profesjonalni dostawcy usług); użytkowników tych usług oraz pośredników łączących – za pośrednictwem platformy internetowej – dostawców z użytkownikami i ułatwiających transakcje między nimi (platformy współpracy) (*Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się*, 2016: 3).

W wyżej wspomnianym dokumencie Komisja Europejska zawarła też wskazówki prawne i orientacyjne kierunki polityki stanowiące przyczynek do budowania zrównoważonego i trwałego rozwoju gospodarki dzielenia się. Ustalenia skupiają się na działalności gospodarczej i dotyczą stosowania istniejącego prawa UE w odniesieniu do gospodarki dzielenia się. Obejmują one główne zagadnienia, wobec których stoją podmioty gospodarcze i organy publiczne, a mianowicie: wymagania dotyczące dostępu do rynku, uregulowania dotyczące odpowiedzialności, ochronę użytkowników, samozatrudnienie i opodatkowanie.

Konsumpcja współdzielona a przedsiębiorczość

Przedsiębiorczość podobnie jak *konsumpcja współdzielona* jest terminem szerokim i bardzo pojemnym: ma wiele różnorodnych znaczeń ulegających ciągłym przeobrażeniom. Z punktu widzenia nauk o zarządzaniu przedsiębiorczość rozumiana jest jako cecha (sposób zachowania się) przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa, pod którą rozumie się gotowość i zdolność do podejmowania i rozwiązywania w sposób twórczy i nowatorski nowych problemów, umiejętność wykorzystywania pojawiających się szans i okazji oraz elastycznego przystosowania się do zmieniających się warunków. Przedsiębiorca zawsze poszukuje zmiany, reaguje na nią i wykorzystuje ją jako okazję (Drucker, 1992)

Przedsiębiorczość może obejmować zarówno zachowania przedsiębiorcze prowadzące do rejestracji nowych podmiotów gospodarczych, jak i zachowania przedsiębiorcze w już istniejących organizacjach. Dla tego rodzaju zachowań konsumpcja współdzielona stanowi podatne podłoże, gdyż dostarcza nowych możliwości prowadzenia biznesu i tym samym implikuje liczne okazje dla rozwoju różnych form przedsiębiorczej aktywności.

Konsumpcja współdzielona przyczynia się do wzrostu gospodarczego, tworzenia nowych źródeł dochodu, nowych form zatrudnienia i kreowania elastycznych miejsc pracy, a powstające dzięki innowacjom nowe modele prowadzenia działalności gospodarczej pobudzają stanowiące o przedsiębiorczości czynniki konkurencyjności i wzrostu (Chmielowiec, 2015).

Konsumentom konsumpcja współdzielona przynosi takie korzyści, jak nowe usługi, rozszerzony asortyment usług i niższe ceny. Usługi świadczone w ramach gospodarki dzielenia się mogą być oferowane za darmo, na zasadzie współdzielenia kosztów lub za wynagrodzeniem (tab. 2), co pobudza dzielenie się dobrami oraz ich efektywne wykorzystanie. To z kolei ułatwia realizację ambitnych celów w zakresie zrównoważonego rozwoju i wpisuje się w wyróżnione przez Morisa, Lewisa i Sextona siedem najistotniejszych koncepcji przedsiębiorczości mówiących o kreacji bogactwa, przedsiębiorstwa, innowacji, zmiany, zatrudnienia, wartości i wzrostu (Moris, Lewis, Sexton, 1994 w: Gaweł, 2007).

Z punktu widzenia państwa, konsumpcja współdzielona umożliwia szerokie przemiany rynkowe i otwiera drzwi na nowe, innowacyjne działania wspierające całą gospodarkę oraz poszczególnych obywateli i przedsiębiorców (Chmielowiec, 2015).

Potencjał tkwiący w konsumpcji współdzielonej doceniła m.in. Wielka Brytania, a ostatnio także Unia Europejska. W przygotowanym w 2014 r. na zlecenie rządu brytyjskiego raporcie (Woskow, 2014) przedstawiono dane, według których rynek ten wart jest ponad 15 mld dolarów, zaś w ciągu dekady jego wartość może przekroczyć 335 mld dolarów. Wartość głównych sektorów gospodarki współdzielenia tylko w Wielkiej Brytanii oceniana była na 500 mln funtów. Z tego powodu zaplanowano przeprowadzenie

działań mających na celu umożliwienie szybkiego wzrostu szeroko pojętych projektów związanych z gospodarką współdzielenia i przekształcenie Wielkiej Brytanii w światowe centrum tej gospodarki (Chmielowiec, 2015).

Według szacunków KE, w 2015 r. przychody brutto w Unii Europejskiej uzyskane przez platformy i dostawców w ramach gospodarki dzielenia się osiągnęły wartość 28 mld euro. Przewiduje się, że będą one dalej rosnąć i w przyszłości osiągną wartość od 160 mld do 572 mld euro (*Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się*, 2016).

R. Botsman i R. Rogers wyróżniły cztery kluczowe determinanty napędzające rozwój konsumpcji współdzielonej. Są to: równowaga w otoczeniu, znaczenie wspólnoty i autentyczności, technologie peer to peer oraz korzyści finansowe (więcej w: Wardak, Zalega, 2013: 11–14). Składniki te prowadzą do rozwoju takich czynników przedsiębiorczości, jak technologie IT, urbanizacja i ekologia.

Powstawanie i popularność firm, których model oparty jest na konsumpcji współdzielonej, nie byłoby możliwe bez masowego wzrostu mediów społecznościowych, wykorzystania internetu, sieci bezprzewodowych oraz telefonów komórkowych. Dzięki temu możliwe stało się szybkie użycie olbrzymiej liczby danych, w celu dostarczenia wysokiej jakości produktów do ludzi w czasie, w którym akurat ich potrzebują. Stąd dla przedsiębiorców konsumpcja współdzielona stała się nowym polem dla innowacyjnych usług polegających na łączeniu za pośrednictwem technologii IT posiadaczy dóbr materialnych (mieszkań, samochodów, rowerów itp.) z ich odbiorcami (poszukującymi noclegu, podróżującymi itp.). Przedsiębiorcy nie zarabiają tutaj na wynajmie własnych urządzeń/pojazdów/mieszkań lub świadczeniu związanych z tym wynajmem konkretnych usług. Ich działanie polega na łączeniu posiadaczy poszczególnych dóbr z ich odbiorcami, zaś źródłem przychodu jest albo opłata za umożliwienie kontaktu (tak jak w portalach aukcyjnych), pośrednictwo w pokryciu części kosztów (usługa podobna do PayPal lub PayU), albo inne źródła – np. reklama, sprzedaż dodatkowych usług, takich jak ubezpieczenia itp. (Chmielowiec, 2015). Niejednokrotnie pomyślnie funkcjonujące platformy współpracy są wyzwaniem dla istniejących podmiotów gospodarczych i podważają dotychczasowe modele rynkowe. Ponieważ jednak platformy te umożliwiają oferowanie usług przez pojedynczych obywateli, wspierają one nowe formy zatrudnienia, elastyczne modele pracy i nowe źródła dochodu (*Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się*, 2016; więcej w: Bauwens, Lievens, 2012).

Na całym świecie, współczynnik urbanizacji nieustannie rośnie, a migracja do największych ośrodków sprawia, że popyt na zasoby miasta rośnie znacznie szybciej niż możliwość ich tworzenia. Gęste zaludnienie sprzyja zmianie postawy w kierunku współkonsumowania. Mieszkańcy miast cechują się większą otwartością na to, by współdzielić zasoby. Na co dzień współdzielą tramwaje, autobusy, parki i inne przestrzenie publiczne. Niedobór miejsca i zasobów spowodował przestawienie się mieszkańców miast na mniejsze samochody, a także rowery. W przypadku samochodów natychmiastową korzyścią jest zwiększenie dostępnych miejsc parkingowych w miastach, zaś w przypadku rowerów korzyści to ograniczenie kongestii oraz walory zdrowotne. Wypożyczalnie mogą działać efektywniej, kiedy w okolicy jest więcej ludzi (więcej w: Stępniewicz, 2012; Janczewski, 2010; 2014; 2015). Wszystko to daje również korzyści ekologiczne, a aspekty środowiskowe doskonale wpisują się w trend konsumpcji współdzielonej, jak i przedsiębiorczości, oraz wpływają widocznie na wizerunek firm, rządów i administracji państwowych. Dzięki bardziej efektywnej konsumpcji oraz lepszemu spożytkowaniu istniejących zasobów

osoby i firmy wykorzystujące zjawisko konsumpcji współdzielonej przyczyniają się do zrównoważonego rozwoju, a tym samym mniejszego zużycia energii i zasobów naturalnych, co wpływa bezpośrednio na ochronę środowiska naturalnego.

Przedsiębiorczość oparta na kanwie konsumpcji współdzielonej niekiedy budzi kontrowersje, a w branży taksówkarskiej jest nawet przedmiotem protestów. Niewątpliwie niższe koszty świadczenia usług oraz dostępu do dóbr powodują, iż przedstawiciele tradycyjnych firm (np. korporacje taksówkarskie) dostrzegają zagrożenie dla swojej egzystencji. Korporacje taksówkarskie zarzucają firmom, takim jak: Uber, Wunder, Heetch, Lyft, Gett i wielu innym, że odbierają im klientów, gdyż w nieuczciwy sposób oferują bardzo konkurencyjne stawki za przejazd (więcej w: Chmielowiec, 2015; Rozwadowska, 2016).

Zdaniem niektórych osób zajmujących się ekonomią współpracy, m.in. Ł. Zgiepa czy M. Remisiewicz, istnieje potrzeba szczegółowego zbadania zagadnienia wpływu ekonomii współpracy na tradycyjną gospodarkę – na ile jest to nieuczciwa konkurencja, a na ile innowacja, która w sposób bardziej efektywny wykorzystuje zasoby do tej pory niewykorzystane w gospodarce (Zgieb, 2016b). Również podobne poglądy prezentuje A. Andrysiak (Andrysiak, 2016), który koncentruje się na zagrożeniach stwarzanych przez niektóre modele prowadzenia działalności gospodarczej, opierające się na ekonomii współpracy.

Według M. Remisiewicz podważanie dotychczasowych, tradycyjnych schematów prowadzenia działalności gospodarczej przez tzw. uberopodobne firmy odbywa się na wielu poziomach. To nie tylko rewolucja technologiczna, ale też wyłom w podejściu do zatrudnienia, płatności, regulacji prawnych i oparcie marketingu niemal wyłącznie na obecności w mediach społecznościowych. Zasadne w związku z tym jest pytanie, czy jest to wielka innowacja ułatwiająca życie, czy długoterminowa pułapka, gdyż w dłuższej perspektywie „uberyzacja” może powodować likwidację miejsc pracy, wywoływać presję na jeszcze większe obniżanie kosztów, sprzyjać utrwaleniu podziałów w społeczeństwie (osoby korzystające z IT a osoby wykluczone) (Remisiewicz, 2015), a więc sprzyjać rozwojowi tzw. przedsiębiorczości negatywnej przejawiającej się w postaci szarej gospodarki.

Podsumowanie

Konsumpcja współdzielona zyskuje coraz większą popularność na całym świecie i często nierozłącznie kojarzona jest z pojęciem sharing economy, czyli ekonomią współdzielenia. Firmy, które funkcjonują na tym rynku i intensywnie się rozwijają, mają wszystkie cechy firm przedsiębiorczych, gdyż potrafią dostosować się do codziennych potrzeb klientów (posprzątanie domu, pozbycie się nadmiaru niepotrzebnych rzeczy czy też szybkie i tanie przemieszczenie się), stworzyć nowy rynek dostępny dla większości uczestników, nawet tych słabiej obeznanych z technologiami IT i jednocześnie być blisko klientów oraz wykorzystać efekt skali bez większego angażowania własnych środków.

Modele działalności gospodarczej budowane na kanwie konsumpcji współdzielonej wymagają stałego wsparcia ze strony państwa, w tym wielu zmian legislacyjnych porządkujących rozwój przedsiębiorczości opartej na ekonomii współpracy.

Współcześnie obserwuje się intensywne działania osób próbujących wykorzystać dobry klimat wokół konsumpcji współdzielonej, które są nastawione wyłącznie na zysk usługodawcy i podwykonawcy, podobnie jak to ma miejsce w tradycyjnej gospodarce (Chmielowiec, 2015). Konieczne zatem jest zapewnienie należytych warunków pracy i ochrony socjalnej, odpowiedniej oraz trwałej ochrony konsumentów, wymogów

licencyjnych i zapewnienie określonych wpływów z podatków a także stały monitoring tego zjawiska. Wydaje się też niezbędne prowadzenie intensywnych badań naukowych w tej dziedzinie.

Literatura

References

- Algar, R. (2007). *Collaborative consumption*. Pozyskano z: <http://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/>
- Andrysiak, A. (2016). *Andrysiak: Uberyzacja gospodarki. Czy chcesz cierpieć w imię wolnego rynku?*. Pozyskano z: <http://www.gazetaprawna.pl/artykuly/941363,andyriak-uberyzacja-czy-chcesz-cierpiec-w-imie-wolnego-ryнку.html>
- Bainbridge, J. (2013). *Understanding Collaborative Consumption*. Pozyskano z: http://www.campaign-live.co.uk/article/1208887/understanding-collaborative-consumption?src_site=marketingmagazine#
- Bardhi, F., Eckhardt, G.M. (2012). Access-based Consumption: the Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39, 881–987.
- Barycki, P. (2016). *Witaj w czasach, w których nawet taksówkarz nie potrzebuje już mieć taksówki*. Pozyskano z: <http://www.spidersweb.pl/2016/03/gm-lyft-express-drive.html>
- Bauwens, M., Lievens, J. (2012). *Peer – two – peer i przyszłość kapitalizmu*. Pozyskano z: <http://zielone-wiadomosci.pl/zw/peer-to-peer-i-przyszlosc-kapitalizmu/>
- Botsman, R., Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: the Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Collins.
- Botsman, R. (2012). *The currency of the new economy is trust*. Pozyskano z: <https://www.youtube.com/watch?v=kTqgiF4HmgQ&feature=youtu.be>
- Botsman, R. (2015). *The sharing economy: dictionary of commonly used terms*. Pozyskano z: <http://www.collaborativeconsumption.com/2015/11/12/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms/>
- Chmielowiec, Z. (2015). *Interpelacja nr 32705 do ministra finansów w sprawie polskiego wsparcia dla rozwoju ekonomii współdzielenia*. Pozyskano z: <http://sejm.gov.pl/sejm7.nsf/InterpelacjaTresc.xsp?key=2FF5B5F2>
- Collaborative consumption*. Pozyskano z: <http://www.weshareproject.eu/attachments/article/7/Collaborative%20Consumption%20from%20Wikipedia.pdf>
- Drucker, P.F. (1992). *Innowacje i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Warszawa: PWE.
- Komisja Europejska (2016). *Europejski program na rzecz gospodarki dzielenia się*. Bruksela. Pozyskano z: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881>
- Felson, M., Spaeth, J.L. (1978). *Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach*. *American Behavioral Scientist* 21 (March–April), 614–624.
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*. New York: Penguin Books.
- Gawel, A. (2007). *Ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Giełzak, M. (2016). *Transport 4.0, czyli podróżowanie w czasach sharing economy*. Pozyskano z: <http://wethecrowd.pl/transport-4-0-czyli-podrozowanie-w-czasach-sharing-economy/>
- Janczewski, J. (2010). Współużytkowanie rowerów i samochodów w komunikacji miejskiej – niewykorzystane możliwości. *Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie*, 2(11), 33–42.
- Janczewski, J. (2014). Systemy produktowo-usługowe w transporcie – wybrane przykłady. *Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie*, 1(18), 51–61.
- Janczewski, J. (2015). Wynajem jako forma współużytkowania samochodów. Wybrane kwestie. *Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie*, 2(21), 86–101.

- Juda, A. (2013). *Dlaczego konsumpcjonizm już nie wystarcza – kolaboratywna konsumpcja w Polsce na przykładzie couchsurfingu*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński. Pozyskano z: <http://krytyka.org/wp-content/uploads/2014/03/Aleksandra-Juda-Alternatywna-konsumpcja.pdf>
- Kowalówka, M. (2015). *Nowy kształt rynku pracy, czyli ekonomia na żądanie*. Pozyskano z: <http://www.rynekpracy.pl/artukul.php/wpis.956>
- Majchrzyk, Ł. (2015). *Usługa Amazon Prime Now ma nową stronę*. Pozyskano z: <https://mobirank.pl/2016/05/03/amazon-prime-now-nowa-strona/>
- Malinowski, B.F. (2016a). *Czym naprawdę jest sparing economy?*. Pozyskano z: <http://wethecrowd.pl/czym-naprawde-sharing-economy/>
- Malinowski, B.F. (2016b). *Od couchsurfingu do couchsourcingu, czyli "hotelowe" sharing economy*. Pozyskano z: http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86197.asp?soid=F0C0B551117F4D1AAB98B-C12DD345785
- Remisiewicz, M. (2015). *Uberyzacja – wielki przełom czy pułapka?*. Pozyskano z: http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86197.asp?soid=AD91F8EC92334FB1B2CF8C3A24F85777
- Rozwadowska, A. (2016). *W Uberze zarabiają pośrednicy, kierowcy coraz mniej*. Pozyskano z: http://wyborcza.biz/biznes/1,147749,20745801,w-uberze-zarabiaja-posrednicy-kierowcy-corazmniej.html?utm_source=agora&utm_medium=nlt&utm_campaign=wyborczabiz&disableRedirects=true
- Rostek, A., Zalega, T. (2015). Konsumpcja kolaboratywna wśród młodych polskich i amerykańskich konsumentów (cz. 1). *Marketing i Rynek*, 5, 11–19.
- Rudawska, I. (2016). Ekonomia dzielenia się, czyli konsumpcja współdzielona i inne formy alternatywne-go dostępu do dóbr. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 254, 181–189.
- Rudolf, S. (red.) (2012). *Nowa ekonomia instytucjonalna wobec kryzysu gospodarczego*. Kielce: Wyższa Szkoła Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych im. prof. Edwarda Lipińskiego.
- Rudolf, S. (2012) *Ekonomia współpracy*. Pozyskano z: https://pl.wikipedia.org/wiki/Ekonomia_wsp%C3%B3lC5%82pracy
- Stepniewicz, S. (2012). *Kolaboratywna konsumpcja*. Pozyskano z http://www.pi.gov.pl/parp/chapter_86196.asp?soid=B99FA4D5106242D08CE07FC8D77DFC5E&target=kolaboratywna%20konsumpcja
- Styś, T. (2016). *Inteligentny transport, czyli smart city jeszcze bardziej smart*. Pozyskano z: <http://biznes-salart.pl/stys-inteligentny-transport-czyli-smart-city-jeszcze-bardziej-smart/>
- The sharing economy: Share and make money. How does Switzerland compare?*. (2015). Pozyskano z: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/consumer-business/ch-cb-shared-economy-share-and-make-money.pdf>
- Tkaczyk, J. (2007). Obdarowywanie prezentami jako proces społeczny. *Marketing i Rynek*, 8, 9–14. Pozyskano z: <http://rynkologia.pl/wp-content/uploads/2014/07/Obdarowywanie-prezentami-jako-proces-spo%C5%82eczny.pdf>
- Wardak, P., Zalega, T. (2013). Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki. *Studia i Materiały*, 16, Warszawa: Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, 7–32.
- Woskow, D. (2014). *Unlocking the sharing economy. An independent review*. Pozyskano z: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/378291/bis-14-1227-unlocking-the-sharing-economy-an-independent-review.pdf
- (Współ)dziel i rządź! *Twój nowy model biznesowy jeszcze nie istnieje*. (2016), PwC Polska Sp. z o.o. Pozyskano z: <https://www.pwc.pl/pl/pdf/ekonomia-wspoldzielenia-1-raport-pwc.pdf>
- Zalega, T. (2013). Nowe trendy i makrotrendy w zachowaniach konsumenckich gospodarstw domowych w XXI wieku. *Konsumpcja i Rozwój*, 2(5), 3–22.
- Zgiep, Ł. (2016a). *Współpracy czy współdzielenia – jaka naprawdę jest ta nowa ekonomia?*. Pozyskano z: <http://zgiep.com/wspolpracy-czy-wspoldzielenia-jaka-naprawde-jest-ta-nowa-ekonomia/>
- Zgiep, Ł. (2016b). *Korzyści i obszary ekonomii współpracy w Polsce i na świecie*. Pozyskano z: <http://zgiep.com/korzysci-i-obszary-ekonomii-wspolpracy-w-polsce-i-na-swiecie/>

Jerzy Janczewski, inż. mechanik, doktor nauk ekonomicznych w zakresie zarządzania, adiunkt w Katedrze Systemów Transportowych Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się na logistyce zwrotnej i problematyce zarządzania przedsiębiorstwami mikro i małymi z branży usług motoryzacyjnych i transportu drogowego.

Jerzy Janczewski, mechanical engineer, doctor of economic sciences in management, lecturer at the University of Humanities and Economics, Transport Systems Department. 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 NOWAK

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

Bezpieczeństwo konsumenta w transakcjach kredytowych

Consumer Safety in Loan Contracts

Streszczenie: Celem artykułu jest ocena poziomu bezpieczeństwa konsumenta w transakcjach kredytowych. Rozważania dotyczą postanowień zawartych w umowach kredytowych w kontekście niedozwolonych klauzul umownych oraz wygórowanych opłat. Ocena bezpieczeństwa konsumenta dokonana została na podstawie danych pochodzących z raportów Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w kontekście nowych przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym. Z przeprowadzonych badań wynika, iż naruszenia praw konsumentów polegają głównie na niejasnych zapisach umów i wygórowanych opłatach. Wnioski zawarte w artykule określają wpływ zmian prawnych na poziom bezpieczeństwa konsumenta oraz stabilność systemu finansowego. W zakończeniu znajdują się sugestie dotyczące rozwiązań podnoszących poziom bezpieczeństwa konsumenta w sektorze finansowym, opartych na edukacji konsumentów.

Abstract: the paper is aimed at the identification and evaluation of consumer safety in the loan contract. It is focused on the loan contracts in aspect of abuse contract terms and excessive charges. The research used current data coming from reports published by Office of Competition and Consumer Protection and the new norms provided by the Act on competition and consumer protection and the Act on supervision on financial markets. The results of research show that the main infringements are based on the terms having more then one meaning referring to the rules of imposing charges. The conclusions of paper identify the influences of institution and law changes on consumer safety and the consequences for consumer protection system. There are also the recommendation for solutions increasing consumer safety on financial markets based on consumer education.

Słowa kluczowe: bezpieczeństwo konsumenta; niedozwolone postanowienia umowne; ochrona konsumenta; umowy kredytowe

Keywords: abuse contract terms; consumer protection; consumer safety; loan contracts

Otrzymano: 25 października 2016

Received: 25 października 2016

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Nowak, P. (2017). Bezpieczeństwo konsumenta w transakcjach kredytowych. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 13, 275–288. DOI: 10.24917/20833296.13.20

Wstęp

Bezpieczeństwo konsumenta na rynku kredytowym zasadniczo kształtowane jest przez postanowienia zawartej umowy. W stosunkach prawnych o charakterze konsumenckim obowiązująca w prawie cywilnym zasada swobody zawierania umów jest mocno ograniczona przez zasadę ochrony słabszej strony (Szuma, 2007). Oznacza to, że postanowienia umów mogą być niedozwolone z mocy prawa i jeżeli zostały zastosowane, to nie wiążą stron (Gnela, 2013). Orzeczenie o niedozwoloności postanowień może wydać Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a od 17 kwietnia 2016 r. – prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). Zgodnie z *Kodeksem cywilnym* niedozwolone postanowienia umowne to postanowienia nienegocjowane indywidualnie, które kształtują prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy (regulacja ta nie dotyczy głównych świadczeń, w tym ceny i wynagrodzenia, jeżeli zostały sformułowane w sposób jednoznaczny) (Gnela, 2012).

Celem niniejszego artykułu jest ocena stanu bezpieczeństwa konsumenta w transakcjach kredytowych w świetle raportów Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz nowelizacji ustaw, które weszły w życie w 2016 r. Artykuł obejmuje przepisy *Ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw* (Dz.U. z 2015 r. poz. 1634) oraz *Ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw* (Dz.U. z 2015 r. poz. 1357). Pierwsza nowelizacja wprowadziła m.in. nowy sposób kontroli wzorców umownych, natomiast druga określiła maksymalną wysokość opłat. Artykuł oparty jest na danych zastanych, aktach prawnych oraz aktualnej literaturze przedmiotu.

Charakter zadłużenia gospodarstw domowych

Podmioty zajmujące się udzielaniem kredytów konsumenckich, działające w Polsce, są zróżnicowaną grupą zarówno w zakresie formy organizacyjnej, zakresu oferowanych usług finansowych, jak i skali działania. Wśród kredytodawców wyodrębnia się trzy podstawowe grupy:

- banki (w tym banki spółdzielcze i instytucje kredytowe),
- spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe,
- inni przedsiębiorcy udzielający pożyczek (tzw. parabanki).

Na koniec 2015 r. roku działało w Polsce 38 banków komercyjnych, 27 oddziałów instytucji kredytowych, 561 banków spółdzielczych oraz 48 spółdzielczych kas oszczędnościowo-kredytowych. Liczba przedsiębiorstw pożyczkowych prowadzących działalność w Polsce nie jest dokładnie znana. Obecnie żadna z instytucji państwowych nie prowadzi rejestru kredytodawców innych niż banki i spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe (SKOK-i), dlatego dane na ten temat mają jedynie charakter orientacyjny. Dopiero od 22 lipca br. Instytucje pożyczkowe, by móc prowadzić działalność, będą musiały być wpisane do rejestru przy Komisji Nadzoru Finansowego (KNF). Branżowy rejestr firm pożyczkowych, do którego wpis jest dobrowolny i bezpłatny, utworzył w styczniu 2015 r. Związek Firm Pożyczkowych. W dniu uruchomienia rejestru było w nim prawie 100 firm pożyczkowych (Gafrikova, 2016).

Zgodnie z najczęściej stosowaną klasyfikacją kredyty gospodarstw domowych dzieli się na mieszkaniowe i konsumpcyjne. Kredyty mieszkaniowe przeznaczone są na sfinansowanie zakupu domu lub mieszkania i wymagają zabezpieczenia, którym najczęściej jest finansowana nieruchomość, natomiast kredyty konsumpcyjne mają na celu pokrycie wydatków na zaspokojenie bieżących potrzeb konsumpcyjnych i są najczęściej udzielane bez zabezpieczenia, na podstawie miesięcznych dochodów kredytobiorcy. Do kredytów konsumpcyjnych zalicza się kredyty gotówkowe, ratalne, samochodowe i inne.

Pojęcie kredytu konsumpcyjnego nie jest tożsame z pojęciem kredytu konsumenckiego. W zakres kredytu konsumpcyjnego wchodzi również te kredyty, które podlegają wyłączeniu na mocy ustawy o kredycie konsumenckim (np. kredyty nieoprocentowane, kredyty udzielane na preferencyjnych warunkach, kredyty z dofinansowaniem państwa) (Ofiarski, 2014). Kredyt konsumencki to kredyt udzielony przez przedsiębiorcę konsumentowi, zgodnie z cywilnoprawną definicją przedsiębiorcy i konsumenta. Za umowę o kredyt konsumencki uważa się w szczególności umowę pożyczki, dlatego pojęcia kredytu i pożyczki, mimo różnic występujących między nimi, będą stosowane w artykule zamiennie.

Na koniec 2015 r. w portfelach banków znajdowało się 21,2 mln kredytów konsumpcyjnych o łącznej wartości 133,4 mld zł i średniej wartości 6,3 tys. zł (zob. tab. 1). W 2015 r. odnotowano rekordowy poziom sprzedaży kredytów konsumpcyjnych w ujęciu wartościowym – banki udzieliły 9,8 mln kredytów o łącznej wartości 78,6 mld zł (Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, 2016).

Charakterystyczną cechą portfela kredytów konsumpcyjnych jest silna asymetria. W ogólnej liczbie kredytów dominują kredyty o niskich kwotach (kredyty do 2 tys. zł stanowią 41,3% ogólnej liczby udzielonych kredytów, ale zaledwie 5,1% ogólnej wartości portfela), natomiast w ogólnej wartości kredytów dominują kredyty o najwyższych kwotach (kredyty powyżej 50 tys. zł stanowią zaledwie 3,1% ogólnej liczby udzielonych kredytów, ale aż 37,4% ogólnej wartości portfela).

Tabela 1. Struktura portfela kredytów konsumpcyjnych banków (stan na koniec 2015 r.)

Liczba kredytów (tys.)				
kredyty gotówkowe	kredyty ratalne	kredyty samochodowe	pozostałe	ogółem
5 914	5 077	161	10 021	21 173
Wartość kredytów (mln zł)				
kredyty gotówkowe	kredyty ratalne	kredyty samochodowe	pozostałe	ogółem
76 284	22 318	3 705	31 079	133 386

Źródło: Urząd Komisji Nadzoru Finansowego (2016: 117)

Wartość pożyczek i kredytów udzielonych przez spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe wyniosła w czerwcu 2016 r. 7,42 mld zł (SKOK..., 2016).

Ustalenie wartości kredytów udzielanych przez parabanki jest trudne przede wszystkim z uwagi na brak pełnych informacji, zarówno o liczbie tych podmiotów, jak i średniej wartości udzielanych przez nie pożyczek. Z danych przedstawionych przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce wynika, iż średnia wartość pożyczki udzielanej

przez sektor pozabankowy w 2010 r. wynosiła 944 zł, natomiast wartość wszystkich udzielonych przez ten sektor pożyczek w roku 2010 szacowano na 1,76 mld zł. Z powyższych danych wynika, że głównymi kredytodawcami są banki, a SKOK-i i przedsiębiorstwa pozabankowe odgrywają drugorzędną rolę.

Kredyt konsumpcyjny w ciągu ostatnich lat coraz słabiej wspomagał finansowanie bieżącej konsumpcji prywatnej, a w większym stopniu dostarczał środków do realizacji przedsięwzięć długofalowych (Czapiński, Panek, 2015). Wpływ na wykorzystanie kredytów do finansowania konsumpcji miały także czynniki pozostające poza kontrolą gospodarstw domowych, takie jak polityka kredytowa banków. Od 2013 r. dużo banków poluzowało wymagania wobec kredytobiorców, zwiększyło maksymalną kwotę dostępnego kredytu i wydłużyło okres kredytowania.

Jakość portfela kredytowego banków na koniec 2015 r. była zbliżona do stanu z końca roku poprzedniego – udział kredytów zagrożonych w ogólnej liczbie kredytów kształtował się na poziomie 9–12% (wyższy udział występował w przypadku kredytów do 2 tys. zł, gdzie sięgał 17%) (zob. tab. 2). Największa wartość kredytów zagrożonych przypadała na kredyty o najwyższych kwotach, co wynikało z ich dominacji w ogólnej wartości portfela (wartość kredytów zagrożonych na kwoty powyżej 50 tys. zł wynosiła 7,2 mld zł i stanowiła aż 44,8% ogólnej wartości kredytów zagrożonych na koniec 2015 r.).

Tab. 2. Struktura portfela zagrożonych kredytów konsumpcyjnych banków (stan na koniec 2015 r.)

Liczba kredytów (tys.)				
kredyty gotówkowe	kredyty ratalne	kredyty samochodowe	pozostałe	ogółem
815	431	16	1 475	2 737
Wartość kredytów (mln zł)				
kredyty gotówkowe	kredyty ratalne	kredyty samochodowe	pozostałe	ogółem
9 172	2 787	271	3 917	16 147
Udział wartości kredytów zagrożonych w poszczególnych kategoriach kredytów (%)				
kredyty gotówkowe	kredyty ratalne	kredyty samochodowe	pozostałe	ogółem
12	12,5	7,3	12,6	12,1

Źródło: Urząd Komisji Nadzoru Finansowego (2016: 117)

Udział kredytów zagrożonych wykazywał wzrost do 2003 r., a następnie odnotowano spadek do 2008 r. Od 2009 r. nastąpił gwałtowny wzrost liczby kredytów zagrożonych (wskaźnik udziału należności zagrożonych wzrósł ponad dwukrotnie w latach 2008–2012) (Garnarczyk, Mocek, Skikiewicz, 2014). W 2015 r. stan zagrożonych kredytów konsumpcyjnych kształtował się na poziomie z końca 2014 r. (śladowy wzrost o 19 mln zł, tj. o 0,1%), choć ich udział w portfelu uległ obniżeniu z 12,7% na koniec 2014 r. do 12,0% na koniec 2015 r. Tak więc jakość portfela kredytowego pozostaje względnie stabilna. Należy jednak mieć na uwadze, że relatywnie dobre wskaźniki w znacznym stopniu wynikają z kontynuacji sprzedaży części portfela „złych” kredytów lub przeniesienia ich do ewidencji pozabilansowej (w 2015 r. w ramach tych operacji banki wyksięgowały z bilansu kredyty o łącznej wartości około 4,8 mld zł). Gdyby nie to zjawisko, liczba kredytów zagrożonych uległaby zwiększeniu. Dodatkowo zmniejszeniu udziału kredytów zagrożonych

w ogólnej liczbie kredytów sprzyjał wzrost akcji kredytowej prowadzący do obniżenia udziału kredytów zagrożonych i opóźnionych w spłacie w całym portfelu. Uchwalona w lutym 2013 r. nowa Rekomendacja T dała możliwość stosowania uproszczonych zasad oceny zdolności kredytowej (po spełnieniu określonych warunków dotyczących charakteru kredytu oraz okresu współpracy klienta z bankiem), co niewątpliwie podniosło poziom ryzyka ekspozycji kredytowych.

Zjawisko wysokiego zadłużenia gospodarstw domowych występuje w Polsce w niewielkim stopniu na tle krajów Europy Zachodniej, pomimo wysokiej dynamiki wzrostu długu. Budżety około 70% gospodarstw domowych obciążone są w niskim stopniu spłatami z tytułu kredytów i pożyczek (wskaźnik obciążenia długiem do 20% dochodu) (Wałęga, 2013). Wprawdzie poziom zadłużenia gospodarstw domowych nie jest wysoki, jednak wysokie tempo wzrostu zadłużenia skłania do refleksji nad konsekwencjami finansowania konsumpcji kredytem (Świecka, 2008).

Stan bezpieczeństwa konsumentów w transakcjach kredytowych w świetle raportów UOKiK

Naruszenie praw konsumenta dotyczących stosowania postanowień niedozwolonych odbywa się przez stosowanie postanowień tożsamych z umieszczonymi w rejestrze postanowień niedozwolonych lub stosowanie postanowień spełniających kodeksowe kryteria klauzul niedozwolonych. Zgodnie z *Kodeksem cywilnym* postanowienia wzorców umownych stosowanych przez przedsiębiorców mogą zostać uznane za niedozwolone (abuzywne), jeśli kształtują prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając przy tym jego interesy.

Ocena stanu bezpieczeństwa konsumenta w zakresie stosowania niedozwolonych postanowień umów zawarta została w raporcie obejmującym wyniki badania praktyki kredytodawców i stosowanych przez nich wzorców umownych, przeprowadzonego przez prezesa UOKiK w okresie od marca do listopada 2012 r. (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2013). Badanie objęło 147 wzorców stosowanych przez 20 przedsiębiorców pod kątem ich zgodności z ustawą o kredycie konsumenckim oraz treści mogących stanowić niedozwolone postanowienia umowne zgodnie z art. 385(1) § 1 i 3 oraz art. 385(3) k.c. Urząd poddał ocenie zgodność badanych wzorców umownych z obowiązującymi przepisami prawa regulującymi ten obszar. Badaniem zostały objęte podmioty reprezentujące trzy grupy kredytodawców ze względu na formę ich działalności: banki, spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe i parabanki.

W wyniku kontroli prezes UOKiK zakwalifikował jako abuzywne 36 postanowień, a 9 uznał za tożsame z postanowieniami wpisanymi do rejestru postanowień niedozwolonych.

Według raportu najwięcej trudności sprawiło pożyczkodawcom poprawne określenie przesłanek zmiany oprocentowania i zmiany wzorca umownego w zakresie opłat pobieranych od klientów (z 9 postanowień uznanych za tożsame z klauzulami niedozwolonymi 5 nie spełniało wymogu jednoznaczności). Oznacza to, że kredytodawcy mają największe problemy z prawidłowym określeniem warunków związanych z kosztem kredytu, a więc tych, które są najistotniejsze dla klienta.

Podobnie wygląda struktura zakwestionowanych postanowień, mających charakter postanowień wypełniających znamiona postanowień niedozwolonych. Kształtowała się ona następująco:

- postanowienia dotyczące zmiany wzorca umownego (głównie w zakresie zmiany warunków wypowiedzenia umowy i w zakresie zmiany opłat i prowizji) – 16 zakwestionowanych postanowień,
- postanowienia dotyczące zmiany oprocentowania kredytu – 3 zakwestionowane postanowienia,
- postanowienia dotyczące czynności windykacyjnych – 3 zakwestionowane postanowienia,
- postanowienia dotyczące ubezpieczenia kredytu – 4 zakwestionowane postanowienia,
- postanowienia dotyczące rozwiązania umowy – 4 zakwestionowane postanowienia,
- pozostałe – 8 zakwestionowanych postanowień.

W przypadku zakwestionowanych postanowień prezes UOKiK złożył pozew do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o uznanie postanowień za niedozwolone.

Niejasność warunków daje kredytodawcy możliwość jednostronnej interpretacji umowy i zmiany jej treści w dowolnym czasie, który uzna dla siebie za korzystny. Takie zapisy są niekorzystne dla kredytobiorców ze względu na wysoką niepewność kontraktu i ryzyko poniesienia nadmiernych kosztów. Na liście niedozwolonych postanowień umownych zawartej w art. 385 k.c. figurują m.in. takie, które przyznają przedsiębiorcy uprawnienia do dokonywania wiążącej interpretacji umowy (art. 385 pkt. 9 k.c.). Niepewność kontraktu może wynikać z dużej liczby przesłanek przewidzianych w umowie, których zaistnienie daje prawo do zmiany warunków lub niejednoznacznego określenia tych przesłanek. W efekcie kredytobiorca nie jest w stanie przewidzieć, jak często kredytodawca zechce zmieniać warunki umowy.

Niekorzystny charakter postanowień dotyczył również kierunku zmian warunków i proporcji. Uprawnieniom przedsiębiorcy do podwyższenia opłat w ślad za wzrostem wskaźników ekonomicznych nie towarzyszyło analogiczne uprawnienie konsumenta do ich obniżenia, gdy wartość tych samych wskaźników spadnie. Ponadto przewidziana w umowie skala wzrostu opłat nie była symetryczna ze skalą ich spadku – te pierwsze były większe od tych drugich.

W kwestionowanych postanowieniach zabrakło także określenia terminów, w jakich zmiany w umowach mogą być wprowadzane. Może to prowadzić do sytuacji, kiedy przedsiębiorca zmieni warunki długo po zmianie wskaźnika, z którym bieżąca sytuacja nie ma już kompletnie ekonomicznego związku. Zdaniem UOKiK, przedsiębiorca powinien dokonać zmiany bezpośrednio po zmianie wskaźnika. W zakwestionowanych postanowieniach zabrakło również określenia, z jaką częstotliwością będzie badana zmiana przyjętego wskaźnika.

Niejasność warunków dotyczyła również zasad zabezpieczenia kredytu i odstąpienia od umowy. Z niektórych umów wynikało, że kredytobiorca nie jest w stanie przewidzieć, czy i kiedy bank zażąda od niego dodatkowego zabezpieczenia kredytu, ani ocenić, czy takie żądanie jest w danych okolicznościach zasadne. Nieprecyzyjne zapisy umowy pozabwiają kredytobiorcę możliwości kontroli realizacji umowy przez kredytodawcę.

Ponadto niektórzy kredytodawcy przyznawali sobie znaczną swobodę dotyczącą decyzji, kiedy odstąpić od umowy, tworząc niepewność po stronie konsumenta co do trwałości stosunku prawnego.

Kolejnym źródłem informacji na temat stanu przestrzegania prawa i poziomu bezpieczeństwa konsumenta jest raport przedstawiający wyniki kontroli opłat stosowanych przez instytucje pozabankowe, przeprowadzonej przez prezesa UOKiK w okresie od

stycznia do maja 2013 r. (Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (2013a). Zbadano praktyki 30 wybranych przedsiębiorców oraz 73 wzorce umów. Ponieważ na podstawie samej analizy wzorców umów nie zawsze można było ustalić, jakie rzeczywiście opłaty są stosowane, konieczne było przeanalizowanie także faktycznie zawieranych umów. W związku z tym prezes UOKiK wystąpił do przedsiębiorców o przekazanie 10 umów wraz z kopiami, zawartych w dniu 15 stycznia 2013 r.

Naruszenia przedsiębiorców polegały głównie na stosowaniu niedozwolonych postanowień umów (20 postanowień). Prezes UOKiK postanowił wystąpić z powództwem o uznanie postanowień za abuzywne do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumenta w stosunku do postanowień:

- nieokreślających w sposób dostatecznie precyzyjny procedur windykacyjnych,
- określających zbyt wysokie koszty windykacyjne,
- zastrzegających opłaty w wygórowanej wysokości,
- dotyczących sposobu naliczania kosztów windykacyjnych,
- określających wymogi spłaty zadłużenia,
- przewidujących rażąco wygórowane kary umowne,
- dotyczących zmiany wzorca umowy,
- przewidujących opłatę za zawiadomienie o wypowiedzeniu umowy.

Najwięcej zakwestionowanych w trakcie kontroli postanowień dotyczyło nieprecyzyjnego sposobu określania procedur windykacyjnych (6 postanowień), stosowania zbyt wysokich kosztów windykacyjnych (5 postanowień) i zastrzegających opłaty w wygórowanej wysokości (4 postanowienia).

Zastrzeżenia prezesa UOKiK wzbudziły także przypadki stosowania klauzul tożsamyh z klauzulami wpisanymi do rejestru (27 postanowień):

- zastrzegające opłaty z tytułu czynności windykacyjnych w wygórowanej wysokości,
- niezawierające precyzyjnych procedur windykacyjnych,
- przewidujące opłatę za wysłanie oświadczenia o wypowiedzeniu umowy,
- przewidujące nieprecyzyjne przesłanki zmiany opłat i prowizji,
- przewidujące nieprecyzyjne przesłanki zmiany umowy,
- przewidujące opłatę za wypełnienie weksla w wygórowanej wysokości.

Najwięcej zakwestionowanych postanowień dotyczyło wygórowanych opłat za czynności windykacyjne (13 postanowień), nieprecyzyjnych procedur windykacyjnych (5 postanowień) i przewidujących opłatę za wysłanie oświadczenia o wypowiedzeniu umowy (4 postanowień).

Zakwestionowane postanowienia dotyczyły traktowania przez kredytodawców należności pozaodsetkowych jako wynagrodzenia, a nie rekompensaty kosztów. Dotyczyły stosowania opłat, których wysokość nie odpowiada 1) świadczeniu po stronie pożyczkodawcy, 2) kosztom podejmowanych czynności, 3) wartości świadczonej usługi.

Wysokość opłat za czynności windykacyjne powinna odzwierciedlać rzeczywiste koszty tych czynności. Tymczasem w kwestionowanych postanowieniach przedsiębiorcy zastrzegali opłaty za czynności, które nie muszą wiązać się z ponoszeniem jakichkolwiek dodatkowych kosztów. Nie było też jasne, jakie działania w ramach przekazania sprawy do postępowania windykacyjnego przedsiębiorca miałby wykonywać.

Koszty wezwań powinny odpowiadać kosztom rzeczywiście poniesionym przez przedsiębiorcę. Pożyczkodawca przy zastrzeganiu tego typu opłat nie powinien bezzasadnie obciążać nimi konsumentów w nadmiernej wysokości. Przedmiotowe postanowienia

z uwagi na ich sprzeczność z dobrymi obyczajami oraz na to, iż rażąco naruszają interesy ekonomiczne konsumentów, zostały uznane przez prezesa UOKiK za niedozwolone.

Z raportów wynika, że umowy kredytowe charakteryzuje wyraźna asymetria praw i obowiązków stron z niekorzyścią dla kredytobiorców/konsumentów. Widać to wyraźnie w najważniejszych dla konsumenta postanowieniach dotyczących warunków zmiany opłat, które przyznają kredytodawcy prawo do podwyższenia opłat w przypadku zmiany określonych wskaźników, natomiast nie mówią nic na temat możliwości ich obniżenia. W umowach kredytodawcy dają sobie prawo do zmiany warunków, nie dając takiego samego prawa konsumentom.

Nowelizacja ustawy o ochronie konkurencji i konsumenta oraz ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym

System ochrony konsumentów uległ istotnej zmianie w wyniku nowelizacji *Ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* przez uchwalenie *Ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw* (Dz.U. z 2015 r. poz. 1634). Nowelizacja weszła w życie 17 kwietnia 2016 r. Nowe przepisy przewidują istotne wzmocnienie uprawnień prezesa UOKiK w zakresie ochrony zbiorowych interesów konsumentów. Zmiany mają znaczący wpływ zarówno na działalność przedsiębiorców, jak i na sposób egzekucji prawa przez prezesa UOKiK.

Główne cele nowelizacji to:

- szybsze eliminowanie niekorzystnych dla konsumentów praktyk rynkowych,
- usprawnienie kontroli klauzul niedozwolonych.

Najważniejsze zmiany wprowadzone przez nowelizację ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obejmują (Namysłowska, Piszcz, 2015):

- zakaz proponowania konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają ich potrzebom oraz proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru,
- wprowadzenie decyzji tymczasowych prezesa UOKiK,
- wprowadzenie instytucji „tajemniczego klienta”, która pozwoli na uzyskanie dowodów w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
- nowy model kontroli postanowień wzorców umów,
- publikowanie bezpłatnych komunikatów i ostrzeżeń w publicznym radiu i telewizji,
- możliwość wyrażenia przez prezesa UOKiK poglądu w sprawie.

Zmianie uległa procedura uznawania postanowień wzorców umowy za niedozwolone. Dotychczas rozstrzygał w tym zakresie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów na podstawie przepisów zawartych w *Kodeksie postępowania cywilnego*. Według nowych regulacji o uznaniu postanowienia za niedozwolone orzeka prezes UOKiK w drodze decyzji administracyjnej.

Celem zmiany było też zniesienie wadliwej i powszechnie znanej praktyki składania licznych spraw o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolony przez podmioty, które czynią to jedynie w celach zarobkowych, a nie w celu rzeczywistej dbałości o interesy konsumentów. Postępowanie administracyjne ma trwać znacznie krócej niż postępowanie sądowe – powinno być zakończone w terminie czterech miesięcy, a w sprawie

szczególnie skomplikowanej nie później niż w terminie pięciu miesięcy od jego wszczęcia. Postępowanie nie będzie jednak wszczynane, jeśli od końca roku, w którym zaprzestano stosowania niedozwolonych praktyk, upłynęły trzy lata.

Efektem postępowania w sprawie o uznanie postanowienia wzorca umowy za niedozwolony jest wydanie przez prezesa UOKiK decyzji administracyjnej, w której rozstrzyga on, czy dana klauzula ma niedozwolony charakter oraz zakazuje jej dalszego wykorzystywania. Przed nowelizacją istniały wątpliwości, czy rozstrzygnięcie we wspomnianym zakresie dotyczy wyłącznie przedsiębiorcy, którego wzorzec umowy był przedmiotem postępowania, czy też wszystkich przedsiębiorców wykorzystujących w swoich wzorcach zakwestionowane przez sąd postanowienia. W tym zakresie dokonana nowelizacja jednoznacznie określa krąg podmiotów związanych decyzją o abuzywności danej klauzuli. Decyzją prezesa UOKiK uznająca postanowienie wzorca umowy za niedozwolone ma skutek tylko w stosunku do przedsiębiorcy, który ją stosował, oraz wobec wszystkich konsumentów, którzy zawarli z nim umowę na podstawie klauzuli wskazanej w decyzji.

Oprócz samego stwierdzenia abuzywności danego postanowienia prezes UOKiK może ponadto: 1) zobowiązać przedsiębiorcę do poinformowania konsumentów, będących stronami umów zawartych na podstawie takiego wzorca, o uznaniu za niedozwolone postanowienia tego wzorca, 2) zobowiązać przedsiębiorcę do złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia o treści i w formie określonej w decyzji, 3) nakazać publikację decyzji na koszt przedsiębiorcy.

Należy jednak wskazać, że uchylenie przepisów *Kodeksu postępowania cywilnego* o postępowaniu przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów nastąpi dopiero po upływie 10 lat od dnia ogłoszenia ustawy. Obecnie obowiązują więc dwa odrębne reżimy postępowania – sądowe oraz administracyjne. Na starych zasadach do rejestru będą trafiały klauzule tylko w tych sprawach, w których wniesiono pozwy do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów przed 17 kwietnia 2016 r.

Pomimo iż nowe przepisy wydają się rozwiązywać problemy związane z zalewem pozwów składanych przez podmioty quasi-konsumenckie oraz dotychczasowym, długim trybem eliminowania niedozwolonych postanowień wzorców umów z obrotu gospodarczego, należy pamiętać, iż administracyjny tryb kontroli niesie niebezpieczeństwo wydawania arbitralnych rozstrzygnięć bez obiektywnego i wnikliwego zbadania sprawy.

Kolejnym aktem prawnym wychodzącym naprzeciw interesom konsumentów jest *Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw* (Dz.U. z 2015 r. poz. 1357), która weszła w życie 11 marca 2016 r. Ustawa miała na celu m.in. obniżenie opłat pobieranych przez kredytodawców od kredytobiorców.

Na koszt kredytu składają się odsetkowe i pozaodsetkowe koszty kredytu. Odsetkowe koszty kredytu są i były przez przepisy prawa limitowane. W umowach kredytowych zawieranych od 1 stycznia 2016 r. odsetki maksymalne nie mogą wynieść więcej niż dwukrotność odsetek ustawowych, a te są równe sumie stopy referencyjnej Narodowego Banku Polskiego i 3,5% (obecnie odsetki maksymalne wynoszą 10% w stosunku rocznym). W umowach zawartych do dnia 1 stycznia 2016 r. odsetki nie mogły wynosić więcej niż czterokrotność wysokości stopy kredytu lombardowego Narodowego Banku Polskiego.

Dla umów zawieranych przed 11 marca 2016 r. wysokość opłat pozaodsetkowych nie była ograniczona, co dawało możliwość nadużyć ze strony kredytodawców i uderzało w interesy konsumentów. Od 11 marca 2016 r. maksymalna wysokość pozaodsetkowych

kosztów kredytu równa się sumie 25% całkowitej kwoty kredytu i 30% kwoty zmiennej, uzależnionej od okresu, na jaki zaciągnięta zostanie pożyczka.

Zgodnie z art. 7 *Ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw*, maksymalną wysokość pozaodsetkowych kosztów kredytu oblicza się według wzoru: $MPKK \leq (K \times 25\%) + (K \times nR \times 30\%)$, w którym poszczególne symbole oznaczają:

MPKK – maksymalną wysokość pozaodsetkowych kosztów kredytu,

K – całkowitą kwotę kredytu,

n – okres spłaty wyrażony w dniach,

R – liczbę dni w roku.

Jeśli zatem pożyczka została wzięta na rok, to koszty pozaodsetkowe nie mogą być obecnie wyższe niż 55% kwoty kredytu, jeśli wzięta została na pół roku – maksimum kosztów pozaodsetkowych wynosi 40% kwoty kredytu, jeśli na miesiąc – 27,5% itd.

Ponadto, wszystkie pozaodsetkowe opłaty nie mogą przekroczyć 100% całkowitej kwoty kredytu. Nowe przepisy nakładają także na przedsiębiorców obowiązek zwrotu konsumentowi wszelkich opłat w przypadku niewypłacenia kredytu – również wtedy, gdy umowa kredytu nie została zawarta.

Od 11 marca 2016 r. wysokość kosztów w przypadku nieterminowej spłaty kredytu jest limitowana. Ustawa przewiduje, że jeśli łączna wysokość opłat z tytułu zaległości w spłacie kredytu (np. opłat windykacyjnych) oraz odsetek za opóźnienie przekracza wysokość odsetek maksymalnych, to należą się opłaty i odsetki w kwocie odpowiadającej wysokości odsetek maksymalnych. Maksymalne odsetki za opóźnienie wyznaczane są jako dwukrotność sumy stopy referencyjnej NBP oraz 5,5%. Na dzień dzisiejszy limit ten wynosi 14% rocznie.

Wprowadzona została także tzw. reguła 120 dni, zgodnie z którą, jeśli pożyczkodawca udzieli danemu konsumentowi kolejnych kredytów w okresie 120 dni od daty wypłaty pierwszego, całkowitą kwotę kredytu do obliczania maksymalnego poziomu kosztów pozaodsetkowych stanowi całkowita kwota pierwszego zobowiązania. W praktyce ten przepis ma zapobiec tzw. rolowaniu pożyczek, tzn. spłacaniu starej pożyczki nową, i tym samym pobieraniu nadmiernych dodatkowych opłat za przedłużenie terminu spłaty, które mogłyby wpędzać pożyczkobiorców w pułapkę zadłużenia.

Dotychczasowe doświadczenia pokazują, że rozwiązanie problemu wysokich opłat przez nakładanie limitów jest mało skuteczne. Takie regulacje prowadzą do obchodzenia przepisów przez kredytodawców przez przededefiniowywanie przedmiotu usługi, rozwój segmentu pożyczek internetowych, w którym koszty działalności pożyczkowej są niższe oraz do zwiększenia szarej strefy. Nie mówiąc już o wątpliwościach związanych z niezgodnością z konstytucją przepisów, które przewidują nierówne traktowanie sektorów bankowego i pozabankowego – ograniczenia dotyczące pozaodsetkowych kosztów kredytu nie dotyczą kredytów w rachunku bieżącym ani kart kredytowych. Z całą pewnością dzięki *Ustawie z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw* firmy, których funkcjonowanie opiera się na wciąganiu klientów w pętlę zadłużenia przez wpędzanie ich w dodatkowe koszty związane z windykacją i przedłużaniem okresu spłaty, mają trudniejsze warunki działania.

Jedną z konsekwencji wprowadzenia limitów kosztów jest zwiększenie średniej kwoty pożyczki, ponieważ przy niskich kwotach działalność pożyczkowa staje się nieopłacalna, co wbrew intencjom ustawodawcy prowadzi do szybszego zadłużania się i uderza

w najsłabszych finansowo kredytobiorców. O ile jeszcze w I połowie 2015 r. średnia wartość pożyczki wynosiła 1144 zł, o tyle w I połowie 2016 r. wzrosła o 26,7% do 1449 zł. (Dobre..., 2017). Poza tym nałożenie limitów na koszty kredytu prowadzi do wzrostu opłat z tytułu innych usług finansowych, których opłaty nie są objęte ograniczeniami. Wątpliwości związane ze skutecznością tego typu regulacji miała również Federacja Konsumentów, co znalazło wyraz w oficjalnym stanowisku w ramach opiniowania projektu UD 145 z grudnia 2016 r., w którym proszono o weryfikację tezy, że skrajne obniżenie kosztów spowoduje wzrost szarej strefy (Federacja Konsumentów, 2017).

Problemy pożyczkobiorców biorą się z niskiej świadomości prawnej, niskiej kultury dotrzymywania umów i niezrozumienia charakteru stosunków prawnych, w których uczestniczą. Bezpieczeństwo obrotu gospodarczego wymaga, aby strony trzymały się postanowień zawartych umów oraz terminów realizacji świadczeń; w przypadku sporów między stronami sądy będą stały na stanowisku *pacta sunt servanda*. Strony muszą realizować umowę zgodnie z jej postanowieniami, chyba że zawiera ona postanowienia abuzywne, które z mocy prawa są nieważne. Pożyczkobiorcy nie mogą dowolnie traktować terminu spłaty i nie trzymać się w tym zakresie treści zawartej umowy, tzn. pożyczka udzielona na miesiąc nie może być spłacana przez cały rok. Podobnie jak pożyczkę na 20 lat powinno się spłacić po 20, a nie np. po 30 latach. Jedną z postaci niskich kompetencji finansowych konsumentów, obok ponoszenia nieuzasadnionych rynkowo wysokich opłat, jest nieterminowa spłata zobowiązań. W każdym przypadku tzw. rolowanie kredytu podnosi całkowite koszty kredytu. Nie ma znaczenia, czy rolowana jest „chwilówka”, czy kredyt hipoteczny, zawsze rolowanie będzie oznaczało konieczność poniesienia dodatkowych, często bardzo wysokich kosztów z tytułu przedłużenia umowy kredytowej.

Zawsze, gdy wstępują problemy ze spłatą, mamy do czynienia z niedopasowaniem pożyczki do sytuacji kredytobiorcy. Sytuacja taka jest niekorzystna zarówno dla kredytodawcy, jak i dla kredytobiorcy, aczkolwiek w niejednakowym stopniu – większy ciężar złej decyzji kredytowej ponosi kredytobiorca, a nie kredytodawca. Sytuacja kredytodawcy pogorszy się dopiero wtedy, gdy takich decyzji będzie dużo. Złe decyzje kredytowe uderzają także w pozostałych uczestników rynku finansowego i są zagrożeniem dla stabilności systemu finansowego. Pojawia się w związku z tym pytanie, czy złej decyzji można było uniknąć i czy strony umowy zrobiły wszystko, aby do takiej sytuacji nie doszło. Dopasowanie kredytu do potrzeb kredytobiorcy – a przede wszystkim – spłacalność kredytu ma zapewnić prawidłowo przeprowadzona ocena zdolności kredytowej kredytobiorcy. Niestety, jak wynika z raportów organów nadzoru rynku zaniechania banków w procesie oceny zdolności kredytowej są poważne i polegają m.in. na: przyjmowaniu zbyt niskich buforów bezpieczeństwa, nadmiernym wydłużaniu okresu kredytowania, przyjmowaniu zbyt niskich kosztów utrzymania kredytobiorców, manipulowaniu informacją (Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, 2016).

W przypadku pożyczek niskokwotowych na krótki okres dla pożyczkobiorcy nie mniej ważny od kosztu pożyczki jest łatwy do niej dostęp i szybkie wypłacanie środków (opracowania Związku Firm Pożyczkowych wskazują, że większość pożyczek udzielanych jest osobom młodym, ze stosunkowo wysokimi dochodami, na bieżącą konsumpcję).

Wskaźnik rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania (RRSO), który wprowadziła Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, mający służyć konsumentom do dokonywania porównań i wyboru najtańszego kredytu/pożyczki, nie oddaje rzeczywistego kosztu pożyczek krótkoterminowych, ponieważ rozsądnie rzecz biorąc, pożyczka

np. na miesiąc, nie jest pożyczką na rok. Wskaźnik rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania to syntetyczny wskaźnik, którego konstrukcja nie przystaje do kredytów na niskie kwoty i krótkie okresy z uwagi na podstawę roczną – przy niskich kwotach i krótkich okresach przyjmuje on skrajne wartości.

Ponadto, jak wiemy, dla umów zawartych od 11 marca 2016 r., jeśli nie nastąpi zwrot pożyczki w terminie, to maksymalne koszty windykacyjne są określone ustawą i nie mogą obecnie przekroczyć 14% w skali roku. Z kolei maksymalna kwota opłat pozaodsetkowych nie może przekroczyć 100% wartości pożyczki. (dla kredytów o okresie kredytowania dłuższym niż 2,5 roku maksymalne pozaodsetkowe koszty kredytu są równe całkowitej kwocie kredytu). Jest to limit graniczny, przekroczenie którego grozi sankcją kredytu darmowego. Tak więc RRSO dla pożyczek krótkoterminowych ma wyłącznie charakter orientacyjny. Rzeczywisty koszt kredytu bardziej odzwierciedlałaby miesięczna rzeczywista stopa procentowa (MRSO).

Większą odpowiedzialność z tytułu źle zawartej umowy nakłada na kredytodawców *Ustawa z dnia 23 marca 2017 r. o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami* (Dz.U. 2017 poz. 819). Ustawa reguluje m.in.: zasady i tryb zawierania umów o kredyt hipoteczny, zakres informacji udzielanych klientowi przed zawarciem umowy, prawa i obowiązki konsumenta, kredytodawcy, pośrednika i agenta w związku z zawartą umową hipoteczną. Ustawa w znacznej części wchodzi w życie 22 lipca 2017 r.

Ustawa ma na celu wdrożenie postanowień unijnej dyrektywy MCD w sprawie konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami mieszkalnymi. Nowe przepisy uniezależniają m.in. wynagrodzenie osób dokonujących oceny zdolności kredytowej od ilości zaakceptowanych wniosków. Ma to zapobiec sytuacji, gdy pracownik instytucji finansowej podwyższa zdolność kredytową klienta, aby zwiększyć swoje wynagrodzenie.

W ustawie poświęcono sporo uwagi procesowi badania zdolności kredytowej. Ryzyko błędów w procedurze oceny zdolności kredytowej zostało przerzucone na bank. Jeśli proces badania zdolności kredytowej nie zostanie przeprowadzony prawidłowo, kredytodawca nie będzie mógł odstąpić od umowy o kredyt lub jej zmienić, chyba że jest to korzystne dla klienta i wyraża on na to zgodę. Dotyczy to także sytuacji, gdy kredytobiorca przedstawił niekompletne informacje przed zawarciem umowy – z tego powodu kredytodawca nie będzie mógł wypowiedzieć umowy.

Zakończenie

Wyniki raportów pokazują, że umowy kredytowe są asymetryczne i nieprzyjazne dla konsumentów – ich postanowienia można interpretować jako wyraz lekceważenia kredytobiorców. Stanowią wysokie potencjalne zagrożenie dla konsumentów (Knehans-Olejek, 2015). Nie spełniają wytycznych Generalnego Inspektora Nadzoru Bankowego, iż powinny być tworzone z punktu widzenia konsumenta i powinny charakteryzować się starannością w odniesieniu do precyzyjnego, jednoznacznego i zrozumiałego dla konsumenta określenia warunków. Nieprecyzyjne zapisy w umowach dają kredytodawcom możliwość uznaniowego podnoszenia opłat, co naraża konsumentów na nadmierne koszty i poważne problemy finansowe (Sługocka-Krupa, 2014).

Nowelizacje ustaw wpłynęły na rynek finansowania detalicznego, aczkolwiek co do ich skuteczności w zakresie poprawy bezpieczeństwa konsumentów należy podchodzić

z dużą ostrożnością. Wydaje się, że najlepszym narzędziem ochrony jest wiedza konsumentów. Niestety, wiedza Polaków na temat usług finansowych jest bardzo powierzchowna. Większość nie rozumie, na czym polega ich działanie. Ponadto konsumenci wykazują nieumiejętność korzystania ze skomplikowanych narzędzi prawnych. Biorąc na przykład pod uwagę doświadczenia związane z wdrożeniem ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, oddanie bezpośrednio w ręce konsumentów możliwości sądowego dochodzenia praw nie przyniosło oczekiwanych rezultatów (Nowińska, 2014). Dlatego najskuteczniejsze rozwiązania w zakresie poprawy bezpieczeństwa konsumentów usług finansowych polegają na zapobieganiu podejmowania złych decyzji. Szczególnie ważne są kampanie informacyjno-edukacyjne realizowane w ramach prowadzonej polityki konsumenckiej, podnoszące wiedzę i rozwijające prawidłowe nawyki u konsumentów.

Literatura

References

- Czapiński, J., Panek, T. (2015). *Diagnoza społeczna 2015*. Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego.
- Dobre wyniki firm pożyczkowych w I półroczu 2016* (2017, 7 lipca). Pozyskano z: <https://kpf.pl/dobre-wyniki-firm-pozyczkowych-w-i-polroczu-2016/>
- Federacja Konsumentów. *Pismo FK/MB/LGS//146/2016*. (2017, 7 lipca). Pozyskano z: <https://legislacja.rcl.gov.pl/docs//2/12292908/12397482/12397485/dokument267566.pdf>
- Gafrikova, V. (2016). Koszty kredytu konsumenckiego w świetle regulacji prawnych. *Przedsiębiorstwo Przyszłości*, 4(29), 60–75.
- Garnarczyk, J., Mocek, M., Skikiewicz, R. (2014). *Zachowania gospodarstw domowych na rynku usług finansowych w warunkach zmiennej koniunktury*. Warszawa: CeDeWu
- Gnła, B. (2012). *Prawo handlowe dla ekonomistów*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Gnła, B. (2013). *Umowa konsumencka w polskim prawie cywilnym i prywatnym międzynarodowym*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- Gnła, B. (red.) (2007). *Ochrona konsumenta usług finansowych. Wybrane zagadnienia prawne*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 53–59.
- Knehans-Olejnik, A.M. (2015). *Ochrona i edukacja konsumentów na rynku kredytów hipotecznych i konsumpcyjnych*. Warszawa: DeCeWu
- Namysłowska, M., Piszcz, A. (2015). *Ustawa o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 5.8.2015r. Komentarz*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Nowińska, E. (2014). Ochrona konsumentów przed nieuczciwymi działaniami przedsiębiorców. W: M. Gancarz, E. Sługocka-Krupa (red.), *Ochrona konsumentów i jej współczesne wyzwania*. Lublin: Wydawnictwo KUL, 33–45.
- Ofiarski, Z. (2014). *Ustawa o kredycie konsumenckim. Komentarz*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- SKOK w liczbach. (2016, 10 października). Pozyskano z: <http://www.skok.pl/o-skok/skok-w-liczbach>
- Sługocka-Krupa, E. (2014). Ochrona konsumentów na rynku usług kredytowych – wybrane problemy. W: M. Gancarz, E. Sługocka-Krupa (red.), *Ochrona konsumentów i jej współczesne wyzwania*. Lublin: Wydawnictwo KUL, 297–315.
- Szuma, K. (2007). Realne możliwości zapoznania się klientów z wzorcami umownymi. W: B. Gnła (red.), *Ochrona konsumenta usług finansowych. Wybrane zagadnienia prawne*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 53 i n.
- Świecka, B. (2008). *Bankructwa gospodarstw domowych. Perspektywa ekonomiczna i społeczna*. Warszawa: Difin.

- Urząd Komisji Nadzoru Finansowego (2016). *Raport o sytuacji banków w 2015 roku*. Warszawa. Pozyskano z: https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/RAPORT_O_SYTUACJI_BANKOW_2015_47215.pdf
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (2013a). *Opłaty stosowane przez instytucje parabankowe. Raport*. Warszawa.
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (2013b). *Raport z kontroli przedsiębiorców udzielających kredytów konsumenckich w 2012 r.* Pozyskano z: <https://uokik.gov.pl/raporty2.php>
- Wałęga, G. (2013). *Kredytowanie gospodarstw domowych*. Warszawa: PWE.

Paweł Nowak, dr, ekonomista, adiunkt w Katedrze Ekonomii i Polityki Gospodarczej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Zajmuje się gospodarką, bezpieczeństwem obrotu gospodarczego i ochroną konsumenta. Autor publikacji naukowych z zakresu ekonomii, prawa i finansów.

Paweł Nowak, PhD, economist and assistant professor in the Department of Economics and Economic Policy, the Pedagogical University of Cracow. Main research interests: economy, safety of transaction and consumer protection. He is the author of numerous articles on economics, law and finance.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: gelb@wp.pl

Wybrane zagadnienia
przedsiębiorczości w edukacji

CZĘŚĆ 3
PART 3

Selected Issues
of Entrepreneurship in Education

TOMASZ TADEUSZ BRZOWOSKI

Uniwersytet Wrocławski, Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej, Polska ■
University of Wrocław, Academic School Complex at the Wrocław University of Technology, Poland

Tutoring jako alternatywna metoda edukacji

Tutoring as an Alternative Method of Education

Streszczenie: Problematyka referatu dotyczy prób implementacji idei tutoringu w polskim systemie nauczania. Tutoring jako nowa forma pracy z uczniem, opierająca się głównie na symetrycznej relacji pomiędzy nauczycielem a podopiecznym, ma krótką historię w polskim systemie oświaty, m.in. na poziomie edukacji ponadgimnazjalnej. Tutoring na ogół jest postrzegany jako idea alternatywna wobec tradycyjnych metod pracy z uczniem, stając się szansą na wzajemne zrozumienie potrzeb intelektualnych oraz emocjonalnych ucznia i nauczyciela. Jest także metodą znacząco różniącą się od tej, którą stosuje się z powodzeniem m.in. na uczelniach anglosaskich. Okres wdrażania tutoringu i przystosowania go do specyfiki pracy w polskiej szkole zaowocował wypracowaniem jego nowych form, uwzględniających rodzime uwarunkowania kulturowo-obyczajowe. Ta nowatorska forma pracy sięgająca korzeniami klasycznego modelu relacji mistrz – uczeń nierzadko napotyka poważne bariery, głównie natury systemowej. Celem artykułu jest zarówno wskazanie korzeni tej interesującej i skutecznej metody nauczania, jak i przedstawienie możliwości jej implementacji w rodzimym systemie edukacji. Autor nie tylko pokazuje jej zalety, lecz także podkreśla mankamenty, zwracając uwagę na odmienną kulturę i systemową krajów anglosaskich, z których pochodzi tutoring, i polskiego modelu oświaty. Ponadto, autor przedstawia problem specyfiki polskich doświadczeń we wdrażaniu tej metody, jej przebiegu, nowatorstwa oraz pozytywnych efektów pracy.

Abstract: the paper focuses on attempts of implementing tutoring in the Polish education system. Tutoring as a new form of work with the student, based mainly on a symmetrical relationship between the teacher and the student, has a short record of existence in the Polish education system at the level of secondary education. Tutoring is generally seen as the idea of an alternative to traditional methods of working with students, becoming an opportunity for mutual understanding of intellectual and emotional needs of the student and the teacher. Tutoring is also a method that differs significantly from the one which is used successfully in English universities. The period of implementation of tutoring and adapting it to the specific context in Polish schools, resulted in the elaboration of the new forms, taking into account the conditions of indigenous cultural and moral factors. This innovative form of work dating back to the roots of classical model of Master-disciple relationship often faces significant barriers, especially in the nature of the system. The aim of the article is not only to identify the roots of this interesting and effective teaching methods, but present the possibilities of its implementation in the Polish education system. The author not only shows the advantages, but also highlights its shortcom-

ings, noting the cultural and system differences between the Anglo-Saxon countries (where tutoring comes from) and a Polish model of education. In addition, the author presents the problem of the specificity of the Polish experience in the implementation of this method, its progress, innovation and positive effects of work.

Słowa kluczowe: metoda; relacja mistrz – uczeń; system edukacji; tutoring

Keywords: Master – disciple relationship; education system; method; tutoring

Otrzymano: 26 października 2016

Received: 26 October 2016

Zaakceptowano: 24 lutego 2017

Accepted: 24 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Brzozowski, T.T. (2017). Tutoring jako alternatywna metoda edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 291–303. DOI: 10.24917/20833296.13.21

Wstęp

Od wielu lat toczy się w Polsce debata o przyszłość, kształt oraz jakość rodzimego systemu edukacji. Jak dotąd, w bogatej literaturze przedmiotu, możemy natrafić na wiele ciekawych rozwiązań oraz pomysłów, jednak póki co pozostają one w większości jedynie teoretycznym śladem potrzeb, nadziei oraz refleksji. Jedną z metod dających gwarancję powodzenia przy określonych korektach uwzględniających specyfikę polskiego systemu edukacji oraz profil jej przyszłych beneficjentów jest tutoring. To sprawdzona metoda współpracy między nauczycielem i uczniem, choć jej skuteczność została potwierdzona głównie poza granicami naszego kraju. W 1923 r. Henry Ford miał powiedzieć, że: „Jeśli jest coś, czego nie potrafimy zrobić wydajniej, taniej i lepiej niż konkurenci, nie ma sensu, żebyśmy to robili i powinniśmy zatrudnić do wykonania tej pracy kogoś, kto robi to lepiej niż my”. To często cytowane zdanie odnoszące się do strategii outsourcingu może być z powodzeniem zastosowane także w sferze edukacji.

Jeśli inni, wykorzystując narzędzie tutoring, otworzyli nowe możliwości i z perspektywy ich doświadczeń wynika, że jest to skuteczny sposób przekazywania wiedzy, kształtowania postaw, budowania umiejętności oraz tworzenia właściwej hierarchii wartości, nadającej sens oraz cel życia młodemu człowiekowi, wyposażając go przy tym na dalsze samodzielne i odpowiedzialne życie, nie widzę powodu, byśmy nie mogli takich rozwiązań przenieść na rodzimy grunt i wykorzystać w naszej codziennej pracy na poziomie szkolnictwa ponadgimnazjalnego i – co bardziej oczywiste – akademickiego.

Metoda tutoring, w zamyśle jej teoretyków, miała przywrócić do praktyki edukacyjnej znaną ze starożytności zasadę wzajemnego uczenia się od mistrza. Warto zauważyć, że w relacji między nauczycielem i uczniem nie zawsze mistrz był osobą najważniejszą. Mistrz był ściśle związany z uczniem. Trudno być mistrzem dla uczniów, których się nie ma, i na odwrót: niepodobna być uczniem bez mistrza. Otóż jeden od drugiego jest zależny, jeden na drugiego wpływa, pozostawiając trwały ślad. Obaj budują wzajemną więź emocjonalną, intelektualną, społeczną. Mistrz miał wiedzę, a umiejętne jej wykorzystanie budowało jego autorytet, nie tylko jako uczonego, ale nade wszystko jako mędrca.

Mówiąc o tutoring, mam na myśli relację, która należy do istoty ludzkiego bytu: „Mamy w sobie jakieś ontologiczne nakierowanie na inne osoby, na tworzenie relacji. Dzięki «ty» drugiej osoby kształtuje się także moje osobowe «ja». Jesteśmy istotami relacyjnymi, ludźmi we wzajemnych relacjach. Kształtuje nas jakość tych relacji. Od ich jakości zależy wyrazistość naszego własnego oblicza. Mieć wyraźne oblicze to być bardziej i wyraźniej osobą autentycznie życzliwą i przyjazną, zdolną do współczucia (czucia wspólnego z innymi, a nie taniej litości!), otwartą w swoich poglądach na to wszystko, co ludzi interesuje, niepokoi i raduje.” (Hryniewicz, 2016: 10). Tak rozumiana relacja nie tylko wpływa na podopiecznego, lecz także sprzyja wznoszeniu się ku doskonałości mistrza. Jest on w stanie obserwować jego postępy, korygować błędy pojawiające się na ścieżce młodego adepta mądrości, proponując mu różne rozwiązania, wspierać go w trudach i niepowodzeniach, nie narzucając z góry dobrych i skutecznych rozwiązań. Jest to możliwe, ponieważ mistrz ma czas dla ucznia, a uczeń ma czas dla mistrza.

Pojawiająca się tu kategoria czasu, tak deficytowego towaru na współczesnym rynku, jest wartością niezbędną do tego, by w przestrzeni „między” zaszło autentyczne spotkanie nauczyciela i podopiecznego. Czas więc czyni pięknym i możliwym taką bezwarunkową współpracę, ale – jak się okazuje – może być zarazem skuteczną dlań przeszkodą. „Będąc dla”, mistrz oddaje się i powierza zarazem temu, ku któremu jest zwrócona jego troska i uwaga, warunkiem takiej relacji jest „bycie dla” nie „bycie w” (bycie w sobie, ku sobie, dla siebie). Mieć czas, znaczy być, korzystać z czasu, być do dyspozycji dla: „Bo póki jestem, to nieprawda, że «nie mam czasu». Właśnie mam czas. To, że jestem, znaczy właśnie, że mam czas. [...] To ty jesteś czasem. Ty, twoje życie, to właśnie dany ci czas. I co uczynisz z tym twoim życiem, tj. z tym twoim czasem? Nie mów choć, że go nie masz, bo to tak jakbyś siebie nie miał, jakby coś innego ciebie miało, jakbyś niewolnikiem był” (Filek, 2100: 92). Opisana powyżej relacja umożliwia rzeczywiście nabywanie przez uczniów istotnych kompetencji, zarówno w sferze moralnej, jak i emocjonalnej oraz społecznej (Nerwińska, 2009).

Zasadniczym celem artykułu jest odwołanie się do praktyk anglosaskich: źródła tutoringu opierającego się na indywidualnym modelu nauczania, który w tamtych warunkach ujawnił swą nad wyraz dużą skuteczność. Tekst określa szanse, ale i trudności, przed jakimi staje współczesny polski system edukacji w kontekście ewentualnego przyjęcia tutoringu jako alternatywnego modelu nauczania. Tutoring zdobywa w Polsce coraz więcej zwolenników. O rosnącym zapotrzebowaniu na tę formę współpracy nauczyciela i ucznia świadczy ogólnopolski projekt finansowany ze środków MEN „Wychować człowieka mądrym. Wprowadzenie modelu pracy wychowawczej i resocjalizacyjnej z zastosowaniem metody tutoringu szkolnego jako profilaktyki pozytywnej problemów w polskiej szkole” (listopad 2016–grudzień 2018)¹. W tekście zwraca się także uwagę na uwarunkowania (mentalne i systemowe), różniące polski model oświaty i system anglosaski. Ważnym elementem pracy są opisy doświadczeń z dotychczasowych prób wdrożenia tej metody oraz opisy nowatorstwa tutoring.

¹ Podmiotem odpowiedzialnym za realizację projektu jest Instytut Tutoringu Szkolnego (ITS) będący placówką Towarzystwa Edukacji Otwartej TEO z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Robotniczej 36 (www.tutoring.org.pl). Adres strony projektu: <http://www.tutoringszkolny.pl/>.

Założenia i rodzaje tutoringu jako alternatywnej metody w edukacji

Tutoring jest sposobem pracy indywidualnej. Wymaga specyficznych warunków oraz przestrzeni, w której kształcenie indywidualne ma szansę zaistnieć oraz przynieść pożądaną skutek (Fijałkowski, 2009). Według Sitko, tutoring jako metoda zbliżania do siebie nauczyciela i ucznia ma szansę stać się nową metodą w systemie edukacji, która zapewni jej nową wartość (Sitko, 2011). Sięgając do historii idei tutoring, niektórzy badacze upatrują jej źródeł w myśli koncepcyjnej Michela de Montaigne'a, postulującego indywidualną ścieżkę wychowania (Fijałkowski, 2009). Najczęściej jednak zwraca się uwagę na anglosaski wzorzec związany w tradycjami panującymi w przyuniwersyteckich kolegiach dwu ośrodków akademickich: Universitas Oxoniensis (zał. przed 1167 r.) oraz University of Cambridge (zał. w 1209 r.) – w tradycji angielskiej nazywanych łącznie Oxbridge.

Kolegia pełniły funkcję internatów zarówno dla studentów, jak i wykładowców. Były miejscem pobytu kadry oraz uczniów, dostarczając okazji do permanentnych spotkań poza tymi formalnymi, wynikającymi z rozkładu zajęć. Z czasem kolegia uzyskały autonomię, ustanawiając niezależne organy samorządowe. Do ich zadań należało zapewnienie warunków utrzymania oraz opieki nad jakością i skutecznością nauczania. Źródłem finansowania kolegiów bywali zamożni dostojnicy i hojni donatorzy. Można więc mówić o formie mecenatu. Zdaniem Pełczyńskiego, późniejsi absolwenci byli opłacani jako mentorzy dzieci z arystokratycznych rodzin, którzy pomagali im w nauce i wychowaniu. Jako ich tutorzy, mieszkali z daną rodziną, niejednokrotnie udając się z podopiecznymi w dalekie podróże, co było zwieńczeniem etapu ich nauczania (Pełczyński, 2007). Termin *tutor* odnosi się do opiekuna i wychowawcy (*private tutor*) oraz do pracownika uniwersyteckiego pełniącego funkcję kierownika i opiekuna, czuwającego nad indywidualnym rozwojem powierzonych mu studentów (*university teacher*). Mianem *tutor of class* określa się wychowawcę w szkole odpowiadającej naszemu systemowi edukacji na poziomie ponadgimnazjalnym. Słowo to pozostaje w ścisłym związku z innymi, połączonymi z pracą tutora, m.in.: *tutee* (uczeń) czy z tytułem określającym zajęcia opierające się na indywidualnym kontakcie tutora z *tutee*.

Tutoring w uniwersyteckiej tradycji akademickiego szkolnictwa brytyjskiego opierał się na indywidualnym kontakcie tutora z *tutee*. Spotkania o charakterze studyjnym były odgórnie wyznaczane i zachowywały częstotliwość jednego lub dwóch w tygodniu. Główną formą prowadzenia tutoriali był racjonalny dyskurs naukowy, z inherentnie w nim zawartym dialogiem: tutor omawiał problem, wskazując i zachęcając do przeczytania odpowiedniej dla danego problemu literatury, oraz wskazywał wykłady, w których podopieczny powinien uczestniczyć. Dodatkowo, podopieczny był zobligowany do napisania pracy pisemnej, omówienia postawionej przezeń tezy oraz użytej argumentacji. Drogą dyskusji i pytań wspólnie dokonywano oceny tekstu, wskazując na jego mocne oraz słabsze strony. Skutek był taki, że po spotkaniu podopieczny pozostawał z poczuciem wolności i autonomii co do sposobu wykorzystania czasu pozostałego do kolejnego spotkania. Mógł go poświęcić na czytanie zaproponowanych lektur, studia indywidualne, kwerendę do eseju lub inny rodzaj działalności intelektualnej. Miał też za zadanie z tego czasu się rozliczyć, najpierw przed sobą, w obecności tutora, oraz przed tutorem. Cykliczność spotkań gwarantowała stały kontakt, poczucie odpowiedzialności za powierzone zadanie oraz bieżącą korektę niedociągnięć wraz z umiejętnym rozpoznaniem ich źródeł, przeszkód oraz tego,

co można poprawić. Tutor niczego nie narzucał, ale proponował. Była to jedynie oferta z pogłębioną analizą *modus operandi* i możliwymi skutkami takich czy innych wyborów.

Warto podkreślić, że rozwój intelektualny ucznia nie był jedynym celem tutoringingu. Był nim również rozwój moralny, przejawiający się w umiejętności samodzielnego budowania hierarchii wartości oraz odpowiednich kompetencji społecznych, manifestujących się postawami wobec innych osób oraz otoczenia. Miarą postępu było także nakreślenie konkretnego celu życia wraz ze sposobami jego realizacji. Choć dziś wyróżnia się przede wszystkim tutoring naukowy, rozwojowy oraz rówieśniczy, moim zdaniem nadrzędną wobec nich rolę odgrywa tutoring moralny (względnie etyczny), z którego wynikają pozostałe umiejętności (<http://tutoring.pl/tutoring/>)²: *Moral tutor – A tutor in a university, college, etc., appointed to look after the moral welfare of a particular student or group of students* (https://en.oxforddictionaries.com/definition/moral_tutor). Tutor moralny jest nauczycielem uniwersyteckiej uczelni lub nauczycielem mianowanym, którego zadaniem jest opieka nad wzrostem i dobrem moralnym konkretnego ucznia albo grupy studentów. Budowaniu wartości moralnych sprzyjało, jak się wydaje, wspólne przebywanie w kolegiach, któremu towarzyszyły częstsze kontakty pomiędzy nauczycielami i uczniami. Relacje między nimi były bardziej zażyłe. Spotykano się na stołówkach, w bibliotekach, na wspólnych spacerach, w czasie uprawiania sportu. Tutorzy najczęściej byli osobami stanu wolnego – bez odpowiedzialności za rodzinę mogli bez reszty oddać się pracy nad postawą własną i podopiecznych, wykazując przy tym duże zaangażowanie czy wręcz poświęcenie.

Tutoring przeciwko produkcji taśmowej, problemom społecznym i reifikacji nauczyciela, ucznia/studenta

Jeżeli pytamy o potrzebę oraz zasadność wprowadzenia metody tutoringu do naszych szkół i akademii, musimy ustalić pewne niewygodne dla naszego europejskiego systemu edukacji fakty. Oto nieco dłuższa charakterystyka: „Wraz z trendem produkcji masowej, który zapoczątkowany został pod koniec XIX wieku, zrodził się pomysł budowania fabryk jako jednej dużej maszyny. Najważniejszy protagonista tej ery Frederic Taylor nie dostrzegał żadnej znaczącej różnicy pomiędzy sterowaniem pracą ludzką a pracą maszyny [...] To był właśnie ten czas, kiedy tworzone szkolnictwo publiczne w znanej nam do dziś formie. I dlatego też nie może dziwić, że produkcja masowa była dla jego twórców wzorem [...] Szkoły są [...] stworzoną przez człowieka instytucją, która najbardziej podobna jest do taśmy produkcyjnej. Cały system zbudowany jest na oddzielnych stopniach, które nazywa się klasami i na które ściśle dzieli się dzieci według ich wieku. Oczekuje się, że każdy

² Fundacja Kolegium Tutorów przyjmuje, że obecnie występuje kilka odmian tutoringu. Autorzy ci uważają je od tego, kto jest w nich podmiotem oraz w jakich warunkach zachodzi. Wyróżniają więc: 1. tutoring rówieśniczy jako przypadek dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Starsze z nich lub takie, które posiadły bogatszą wiedzę i umiejętności, opiekują się i uczą dzieci młodsze; 2. tutoring wychowawczo-rozwojowy, w którym dzieci w starszych klasach szkoły podstawowej oraz młodzież gimnazjalna i ponadgimnazjalna są podopiecznymi dla ich nauczyciela-tutora. Wychowawca, poznając zainteresowania ucznia, ukierunkowuje go w stronę dalszego rozwoju. Tutor wraz z uczniem wytyczają cele i monitorują proces ich realizacji. Rozwój jest tu pojmowany wszechstronnie, dotyczy nie tylko sfery intelektualnej, lecz także poziomów społecznego i kulturowego; 3. tutoring naukowy jako rozwój intelektualny w sytuacji, gdy uczeń/student zdążył już sprecyzować swoje zainteresowania i pragnie je dalej rozwijać.

uczeń będzie wspinał się stopień po stopniu w przewidzianym na to czasie. Każda klasa ma przydzielonego strażnika, który w szkole nazywa się nauczycielem. W określonym, dokładnie ustalonym czasie przygotowuje się w klasach 20–40-osobowych uczniów do egzaminów. Cała szkoła jest tak skonstruowana, aby mogła pracować zgodnie ze ścisłym rozkładem, w którym z góry dzwonekami narzucono precyzyjnie ustalone przerwy na wypoczynek i czas pracy. Każdy nauczyciel dokładnie wie, czego się od niego oczekuje, aby taśma mogła nadal poruszać się w tempie zaplanowanym z góry” (Salcher, 2009: 23–24).

By uniknąć takich enigmatycznych i rozmytych w codzienności szkolnej i uniwersyteckiej kontaktów, potrzebny jest tutoring jako metoda z definicji zorientowana na drugiego człowieka, z jego indywidualnymi potrzebami, niepokojami, przeszkodami oraz nadziejami. Najistotniejszym argumentem za przyjęciem tutoring jako wyprzedzającego działania edukacyjnego jest, jak sądzę, kilka niepokojących wskaźników, które ukazują stan głębszej erozji w zakresie dyspozycji sporej części młodzieży do umiejętnego budowania głębszego sensu własnej egzystencji. Jeśli nie ma się określonego celu, nie ma działania, nie ma potrzeb tego działania, nie ma ruchu: „Młodzież w coraz większym stopniu doświadcza poczucia zagubienia i trudności w określeniu swojej tożsamości, nie otrzymując wystarczającego wsparcia ze strony rodziny i szkoły. Warto postawić pytanie o rolę i zadanie nauczyciela w kontekście zachodzących przemian. Przesłał on być jedynym źródłem wiedzy i informacji. Rozwój nowoczesnych technologii i postęp nauki nie pozwala nauczycielowi pozostawać w roli eksperta w określonej dziedzinie wiedzy. Jedynie 30% informacji i wiedzy o świecie uczniowie zdobywają w szkole, pozostałe 70% to źródła pozaszkolne. Dlatego coraz ważniejsze stają się kompetencje nauczyciela pełniącego rolę przewodnika, kogoś, kto poprowadzi ucznia po jego własnych ścieżkach rozwoju, przestrzega przed niebezpieczeństwami, pomaga w docieraniu do źródła, pokazuje, jak z tych źródeł czerpać. Taka rola w stosunku do ucznia pełni tutor” (Nerwińska, 2009: 11–12).

Tutoring stwarza warunki do wspólnego poszukiwania sensu, nadającego cel życiu tutora i ucznia. Chodzi więc o to, by umiejętnie go rozpoznać, określić. Sens nie może być abstraktem, czymś nieostrym, zamazanym. Jeśli takim się jawi, może nas zwieść, odciągnąć uwagę od istoty rzeczy. Dlatego potrzebny jest tutor. Pomaga ten sens skonkretyzować, odkryć, czasem przedzierać się ku niemu z mozołem. Współpracując z tutorem, nigdy na tej trudnej i stromej ścieżce nie jesteśmy sami, możemy ramię w ramię zdążać ku wyżynom: „[...] liczy się przede wszystkim nie jakiś ogólnie pojęty sens, lecz to, co w danym momencie ma znaczenie w życiu konkretnej jednostki. [...] Nie należy poszukiwać w życiu jakiegoś abstrakcyjnego sensu. Każdy człowiek ma swoje wyjątkowe powołanie czy misję, której celem jest wypełnienie konkretnego zadania. Nikt nas w tym nie wyręczy ani nie zastąpi, tak jak nie dostaniemy szansy, aby drugi raz przeżyć swoje życie. A zatem każdy z nas ma do wykonania wyjątkowe zadanie, tak jak wyjątkowa jest okazja, aby je wykonać” (Frankl, 2015: 163–164).

Poruszone problemy znajdują swój wyraz w kilku niepokojących danych. Trudno jednoznacznie ustalić ścisły związek między kłopotami w wychowaniu a deficytem w postawach i kompetencjach społecznych aktualnego systemu edukacji, ale jeśli przyjąć, że instytucje oświatowe, zaraz po środowisku rodzinnym, są najsilniejszymi ośrodkami socjalizacji to staje się jasne, jak ważna jest ich rola, rzutująca w późniejszym etapie życia na postawę moralną oraz społeczną absolwentów. Palącym zagadnieniem jest kwestia pokolenia NEET (*not in employment, education or training*). To kategoria młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym (Serafin-Juszczak, 2014). Nazwa po raz pierwszy pojawiła

się w 1999 r. w brytyjskim raporcie rządowym: *Bridging the Gap* i odnosiła się do sytuacji młodzieży w przedziale wiekowym 16–18 lat, do ludzi młodych, pozostających przez minimum 6 miesięcy bez nauki i pracy. Osoby te nie uczestniczyły w żadnych kursach podnoszących ich kwalifikacje. Według danych Eurostatu młodzi bierni, będący między 25 i 29 rokiem życia stanowią 17,3 % populacji młodzieży w Europie, co daje liczbę bliską 5 mln. Nie uczą się, nie pracują, nie uczestniczą aktywnie w życiu gospodarczym i społecznym. W Polsce stanowią 17,6% wszystkich młodych w tym przedziale wiekowym. Dla przykładu w Czechach jest to 10,8%, w Niemczech – 9,3%, na Węgrzech – 16,5%, na Słowacji – 19,2%, w Bułgarii – 24,0%, w Rumunii – 24,1%, na Litwie – 14,4 %, na Łotwie – 16,1%, w Estonii – 15,1%, Hiszpanii – 22,2%, Grecji – 26,1%, a we Włoszech – 31,1% (<http://kobieta.onet.pl/sa-mlodzi-nie-ucza-sie-i-nie-pracuja-zyja-na-koszt-rodzicow-to-pokolenie-konsumpcyjne/k81g4b>).

Według policyjnych statystyk, liczba zamachów samobójczych w Polsce zakończonych zgonem w roku 2014 wyniosła 6155 (16 na 100 tys. mieszkańców). Dane są niedoszacowane, bowiem w kraju istnieją trzy statystyki. Policja opiera się na systemie sprawozdawczym „Temida”, który zbiera dane, gdy istnieje podejrzenie przestępstwa. Statystyka ujawnia 50-procentowy wzrost samobójstw w Polsce w latach 2013–2014. Statystyka GUS z kolei bierze pod uwagę karty zgonów i jest sprawozdawczo opóźniona (aktualnie mamy dane za rok 2013). Wskaźniki GUS-u są zazwyczaj wyższe niż policyjne, niekiedy nawet o kilkadziesiąt procent. Co więcej, statystyki GUS i policji nie do końca są w pełni wiarygodne w stosunku do stanu faktycznego. GUS i policja wiele zgonów, które mogły być spowodowane samobójstwem, odnotowuje jako śmierć z powodu innej przyczyny (np. urazu, zatrucia, przyczyn nieznanych). Faktem jest, że Polska jest jednym z liderów spośród krajów z zagrożeniem samobójczym w Europie i na świecie. Zalicza się do 25 państw z największą liczbą samobójstw (<http://www.medonet.pl/zdrowie/zdrowie-dla-kazdego,samobojstwo-po-polsku--rozmowa-z-prof--bartoszem-loza--psychiatra,artykul,1722304.html>).

Z innych źródeł wiemy, że piąty rok z rzędu zmniejsza się liczba ludności naszego kraju. Co prawda roczniki tzw. relatywnego wyżu z lat 1979–1984 podejmują decyzje o prokreacji, ale nie poprawia to ogólnego stanu zapaści demograficznej. Pod koniec czerwca 2016 r. Polska liczyła 38 mln 422 tys. obywateli. To o 15 tys. mniej niż na końcu ubiegłego roku i o 27 tys. mniej niż rok temu. Dane te pochodzą ze wstępnych szacunków GUS. Kurczenie się liczby ludności to skutek faktu, że w pierwszym półroczu liczba zgonów w Polsce była o blisko 9 tysięcy większa niż liczba urodzonych dzieci (<http://wiadomosci.onet.pl/kraj/dziennik-gazeta-prawna-wiecej-slubow-wiecej-dzieci-ale-polakow-mniej/r0estv>). Według danych GUS w I półroczu 2016 r. przyszło na świat ok. 191 tys. dzieci – prawie 10 tys. więcej niż przed rokiem. Według demograf Agaty Zygmunt z Uniwersytetu Śląskiego, to najprawdopodobniej skutek prokreacji kobiet ponad trzydziestoletnich, które zdecydowały się na dziecko w momencie stabilizacji ekonomicznej. W końcu czerwca 2016 odnotowano liczbę 74 tys. małżeństw, czyli o 5 tys. więcej niż przed rokiem. Większe poczucie bezpieczeństwa to, zdaniem prof. Henryka Domańskiego z PAN, przyczyna zwiększenia się liczby zawieranych związków (<http://wiadomosci.onet.pl/kraj/dziennik-gazeta-prawna-wiecej-slubow-wiecej-dzieci-ale-polakow-mniej/r0estv>). Mimo tych nieco bardziej optymistycznych danych wcale nie jest dobrze.

Wciąż lawinowo rośnie liczba rozwodów w Polsce. W 1958 r. było ich 11 tys., w 1970 – 34,6 tys. W latach 1990–2000 – 45 tys., w 2006 r. – 71,9 tys., w 2010 – 61,3 tys. W okresie

2013–2014 już 65,8 tys. Wśród najczęstszych przyczyn rozwodów w 2014 r. wymieniana się: niezgodność charakterów: 19 tys., niedochowanie wierności małżeńskiej: 5,1 tys., alkohol: 3,3 tys., dłuższą nieobecność: 1,3 tys., negatywny stosunek do członków rodziny: 1,1 tys. W przeliczeniu na 1000 nowo zawartych małżeństw w 2014 r. najwięcej rozwodów miało miejsce w województwie lubuskim (434,1), później w dolnośląskim (425,5), w kujawsko-pomorskim (418,0), zachodnio-pomorskim (408,4) W mazowieckim było to 391,6, w lubelskim – 291,0, w małopolskim – 253,7, w podkarpackim – 205,7 (<http://kobieta.onet.pl/w-polsce-rozpada-sie-juz-co-trzecie-malzenstwo-jakie-sa-przyczyny-gdzie-jest/0sqyb8>).

Dlaczego tutoring? Korzyści, zagrożenia, perspektywy

Pełne i wyczerpujące zdefiniowanie tutoringu wraz z określeniem statusu i miejsca tutora jest niezmiernie trudne. Przyczyniają się do tego nowe pojęcia, które zamiast wskazywać na różnice, często sprawiają, że ich znaczenia się na siebie nakładają. Myli się więc tutora np. z facylitatorem, do którego zadań należy czynny udział w konkretyzowaniu procesów komunikacyjnych pomiędzy osobami uczestniczącymi w dyskursie. Pomaga on osiągać wspólne rozwiązania drogą mediacji między stronami, wspierając dyskutujących w zakresie precyzowania używanego kodu językowego. Ujawnia rzeczywiste intencje osób będących w interakcji, motywuje do działania na rzecz osiągnięcia celu. Tutor wykorzystuje podobne metody w swojej pracy, ale robi coś jeszcze. Nie jest rozjemcą ani funkcjonariuszem w służbie edukacji, jest przyjacielem i towarzyszem podróży i nie dąży za wszelką cenę do maksymalnych rozwiązań. Tutor proponuje, podsuwa pomysły, stwarza szanse i daje poczucie bezpieczeństwa na wypadek porażki.

Tutor korzysta z wybranych metod pracy coacha, ale coachem do końca też nie jest. Nie jest tym bardziej trenerem, który wie, co należy w danej chwili zrobić, by zapewnić sukces. Tutor nie musi być mądrzejszy o... czy od... Facylitator jest motywatorem, podobnie jak trener, jest modelowym przykładem tego, co zrobić, by osiągnąć sukces. „[...] tym, co facylitator – 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*” (Makowski, 2016: 389). Tutor nie może niczego „odgrywać”. W momencie popadnięcia w sytuację nieautentyczną, wybierając jakąkolwiek rolę, kończy się jako tutor i wchodzi w całkiem odmienną, nieznaną idei tutoringowi rolę. Może stać się wówczas terapeutą, trenerem, facylitatorem. Jego mandat jako tutora wygasa. Z kolei coach jest osobą pomagającą odkryć właściwą drogę, używając do tego swoich umiejętności (Stoltzfus, 2013). Coach niczym się od tutora nie różni, jednak wykorzystuje instrumentarium, które bardziej przybliża go do trenera niż tutora. Z tego powodu bycie tutorem jest trudne i często niemożliwe bez ciągłej, metodycznej pracy, przede wszystkim nad sobą. Jest znacznie łatwiej, kiedy tutora wspomaga i wspiera jego tutor. Do takich relacji idea ta zachęca, wskazując je jako niezbędne narzędzie.

Tutor wraz z podopiecznym powinni w równym stopniu dążyć, by relację między nimi jak najszybciej zamienić w dialog: „Dialog między opiekunem i podopiecznym tworzy swoistą synergię. Efekt synergiczny osiągniemy tylko wówczas, gdy zajdzie realne współdziałanie różnych czynników, którego efekt będzie większy niż suma poszczególnych oddzielnych działań” (Brzozowski, 2016: 93). Tutoring, choć na ogół kojarzony

z przestrzenią akademicką lub szkolną, jest także obecny w sferze społecznej. Metoda ta jest z powodzeniem wykorzystywana również w szeregu inicjatyw mających miejsce poza oświatą. Metoda tutoring: „Wzorem anglosaskim spotykana jest w działaniach służących edukacji osób dorosłych bądź też w wolontariacie podejmowanym na rzecz dzieci z określonymi potrzebami edukacyjnymi. Tutoring jest wykorzystywany do wspierania osobistego rozwoju liderów społecznych orazw mniejszym bądź większym stopniu doświadczaających wykluczenia” (Sarnat-Ciastko, 2015: 43).

Tutoring, jak się okazuje, może mieć szerokie zastosowanie, choć jego głównym tere-
nem pozostaje środowisko szkole i akademickie. Wzmacniając kapitał społeczny osób za-
wodowo zajmujących się wspieraniem innych, elementy tutoringingu ujawniają swą wyjąt-
kową przydatność. Ważne, by w tego typu działaniach znalazła się przestrzeń na tutorialie
indywidualne. Te każdorazowo inne spotkania mają swą specyfikę i głębię. Z mojego pięt-
nastoletniego doświadczenia jako tutora wynika, że choć ważna jest praca z małą liczeb-
nie grupą, to najważniejsze są regularne i zaplanowane spotkania tutorialowe w formule
„jeden na jeden”, albo bardziej „jeden dla jednego”. Tu zachodzą najściślejsze związki
osobowe, intelektualne i społeczne. Tu buduje się przyjaźń i wzrasta poziom mistrzostwa
tutora. Tutorialie stają się czasem zrozumienia dla odmienności myślenia, innych dróg
działania, odrębnych celów oraz rozmaitych ścieżek ich osiągnięcia; podczas tych spotkań
kształtuje się krytyczny aparat w stosunku do własnych myśli i działań.

Tutoring jest sposobem pracy nie tylko rozwijającym warsztat ucznia, ale z uwagi na
dwukierunkowość dostarczającym wiedzy tutorowi. Jak pisze Zbigniew Pełczyński, przy-
pomina to grę w tenisa: tutor serwuje w stronę ucznia piłkę, a zadaniem ucznia jest ją
odbijać. Powtarzając zagrania, uczeń odbija piłkę z coraz większą wprawą. Choć jeden
z graczy jest bardziej doświadczony (tutor), sam nie może grać w tenisa, ale potrzebuje
partnera. Jeden potrzebuje drugiego, by gra mogła się toczyć i by miała sens. Jako meto-
da rozwoju tutoring stwarza szanse zarówno podopiecznemu, jak i tutorowi. Zadaniem
tutora jest dostarczanie uczniowi inspiracji i motywacji, by zechciał samodzielnie doko-
nać eksploracji interesującej go rzeczywistości. Tutor wyposaża go w wiedzę i odwrotnie.
Brzezińska i Rycielska twierdzą, że: „Wszystko to dzieje się w przestrzeni określonej przez
wcześniej wytyczone przez tutora, przy udziale ucznia cele, przy czym cele rozwojowe
przynajmniej ogólnie powinny być określone na początku interakcji tutorskiej. Z kolei
sposób ich osiągnięcia musi być dynamiczny, zmienny, zależny od momentu rozwoju tak
ucznia, jak tutora, uwzględniający zmiany w środowisku, a także poszukiwania, nową
wiedzę i doświadczenia ucznia oraz tutora” (Brzezińska, Rycielska, 2009: 20).

Korzyści z tutoringingu mogą być obustronne. Tutoring w stosunku do ucznia może:

- sprzyjać samorealizacji, motywować do permanentnego rozwoju;
- umożliwiać regularne monitorowanie wyników własnej pracy;
- wyrabiać nawyki myślenia;
- kształtować umiejętność analizy i przekształcania materiału;
- budować własne stanowisko;
- uczyć rozwiązywania problemów;
- prowadzić do obrony własnej opinii;
- skutecznie wykorzystywać własne zasoby;
- usprawniać w zdobywaniu mądrości.

W przypadku tutora:

- przeciwdziała tzw. wypaleniu zawodowemu;

- oferuje możliwości rozwoju osobowego (uczenia się, podnoszenie kompetencji zawodowych i społecznych);
- rozwija umiejętność relacji dialogicznej przy zachowaniu szacunku dla innych;
- wpływa na zmianę autorytetu, tj. nie wynika on z pełnionych funkcji, ale z osobowości;
- buduje pozytywne relacje międzyludzkie;
- wzmacnia empatię;
- pozwala zachować autentyczność;
- uczy konsekwencji i elastyczności w sytuacjach trudnych i nietypowych³.

Tutoriale pomagają w zdobyciu samodzielności, zbudowaniu odpowiedzialności za własną edukację, w systematyczności i planowaniu. Uczą wyboru celów, drogi życiowej, ścieżki własnego rozwoju, realizowania planów i pokonywania trudności. Prowadzą do samodzielności w docieraniu do źródeł informacji i ich selekcji, do samoakceptacji i poczucia własnej wartości, kształtują postawy otwartości i życzliwości dla innych. Ponadto, pozwalają na wzrost poziomu zaufania, wzmacniają odwagę w publicznym formułowaniu własnych opinii, uczą kreatywnego i autonomicznego myślenia, akceptacji dla odmienności oraz zachowań o charakterze subwersywnym. Uczą szacunku, współpracy w grupie oraz kształtują prawidłową wrażliwość na los innych wraz z towarzyszącą jej odpowiedzialnością.

Jak każda metoda pracy, tutoring ma także swą słabą stronę. Należą do niej wysokie koszty. W sytuacji chronicznego niedofinansowania sektora oświaty mówienie o kosztach staje się niepokojąco drażliwe. Tutoring nie jest tani, ale od tego, czy jest rzeczywiście drogi, zależy nasza perspektywa badawcza. Jeśli potraktujemy tę metodę jako koszt, trudno nie zgodzić się z tym, że to kosztowny sposób osiągania sukcesów, ale jeśli spojrzymy na problem w kategoriach inwestycji długofalowej z odległą stopą zwrotu, koszt ten jawi się nieco inaczej. Tutoring wpływa na zmianę postaw, szczególnie tych społecznych. W świetle przytoczonych danych należy się zastanowić, czy opłaca się nam z tutoringu rezygnować?

Pracować wedle idei tutoring to znaleźć miejsce i czas na zajęcia w małych grupach, wyasygnować środki na tutoriale oraz, jeśli trzeba – z mojego doświadczenia wynika, że spora liczba spotkań nieformalnych odbywa się z potrzeby obu stron i są one dobrowolne i niewynagradzane – pieniądze na spotkania pozaszkolne, np. wycieczki grupowe lub pojedyncze. Są one elementem edukacji kulturowej, stając się zwieńczeniem okresu terminowania pod okiem tutora. Wyjazdy to spotkania w drodze. Wymagają od partnerów w relacji sporego wysiłku, ponieważ nie chodzi tu jedynie o obejrzenie dzieła sztuki, filmu czy wysłuchanie koncertu. Najważniejsze jest to, co dzieje się po. To czas refleksji, dyskusji, wymiany myśli i intuicji, to czas na żywą relację intelektualną, analizę i wnioski. Tylko taki wyjazd daje gwarancję powodzenia edukacyjnego.

Innym problemem pozostaje system kształcenia tutorów. Tutorem nie uda się zostać po kilkugodzinnym szkoleniu. Potrzeba tu długoletniej praktyki i nieustannych konsultacji z własnym tutorem. Do tutoring się dojrzuje, jest on budowany w trakcie kontaktu z innym, to trudny i mozolny proces. Jest czasem tworzenia najpierw siebie, po to, by później móc wspomagać tworzenie innych. Wymaga zmiany postawy wobec ucznia, uczenia

³ Zob.: *Program Life-Tutoring. Podręcznik*. Publikacja w ramach projektu „Nawigator zdobywców przyszłości”.

się symetryczności relacji. Jest wyzwaniem wymagającym przede wszystkim zmiany siebie. Masowy system edukacji taśmowej absolutnie nie sprzyja zawiązywaniu tego typu relacji. Statystyki, rankingi i olimpiady nie zastąpią obecności innego, jego wzrastania, upadków, niepowodzeń, ale i rozwoju. Tutor jest świadkiem zdarzeń, które przydarzają się podopiecznemu. Jeśli szybko nie przynoszą pożądanego skutku, nie można zdezerterować! Cnota cierpliwości jest wartością będącą na wyposażeniu pracowni mistrza. W procesie wzajemnej edukacji tutora i ucznia niezbędnymi stają się zaufanie, otwartość, autentyczność, szacunek i cierpliwość.

Zakończenie

We współczesnej edukacji coraz śmielej testuje się nowe rozwiązania. Mają one głównie służyć usprawnieniu skuteczności sposobów przekazywania wiedzy. Ostatnio np. dyskutuje się potrzebę wprowadzenia obowiązkowych zajęć szybkiego pisania na klawiaturze komputerowej, bowiem ta umiejętność staje się wymogiem naszych czasów (Finlandia). Szkoły na własną rękę wprowadzają nowatorskie metody nauczania przy użyciu najnowszych technologii. Zgodnie z oczekiwaniami społecznymi oferta edukacyjna powinna przyciągać ucznia pomysłowością i zainteresować go na tyle, by zechciał skorzystać z kształcenia. Jednym z postulatów jest pomysł, by uczeń w szkole był edukowany przez zabawę. Ta idea doczekała się swego urzeczywistnienia i nie mówi się już o edukacji, ale gamifikacji.

Gamifikacja jest pomysłem amerykańskim. Szkoła publiczna z Nowego Yorku Quest to Learn wprowadziła pionierski program nauczania przez gry. Uczniowie rozwiązują różne problemy, używając multimedialnego narzędzia Gamestar Mechanic. Projektując własne gry, program stawia im wyzwania, którym muszą sprostać. Najlepsze rozwiązania są nagradzane artefaktami, które z kolei są wykorzystywane w kolejnych grach. (Wittenberg, 2014). Rodzi się pytanie: ile w tego typu rozwiązaniach wychowania, a ile zabawy, ile edukacji przygotowującej do odpowiedzialnych wyzwań społecznych, a ile ludycznych sposobów na spędzenie czasu w szkołach? To, że edukacja zmienia się na naszych oczach, pozostaje bezspornym faktem, ale wciąż niepokoi pytanie o kierunek tych zmian, o cele oraz oczekiwania społeczne.

Tutoring jako metoda wspierająca, kształtująca i przekazująca wiedzę bezpośrednio od nauczyciela, który daje się poznać również od strony warsztatu pracy, staje się szansą na bardziej podmiotowe relacje. W systemie publicznego kształcenia nie zawsze jest to możliwe. Nie musi to wynikać z braku dobrej woli nauczyciela czy niechęci ucznia. Błąd, jak sadzę, tkwi w systemie: w jego strukturze istnieją bariery, których nie da się ominąć. Żaden wychowawca np. nie ma szansy na głębsze rozpoznanie sytuacji konkretnego ucznia, mając przed sobą trzydziestoosobową klasę i jedną godzinę do dyspozycji wychowawcy. Wydaje się, że bardziej otwartymi i przygotowanymi na alternatywne wobec klasycznych sposoby nauczania pozostają szkoły niepubliczne. Mniejsza liczebność grup rówieśniczych w takich placówkach jest dodatkową zaletą, ponieważ zwiększa szanse dotarcia do ucznia w jego indywidualności i pozwala dostrzec szczególne uzdolnienia. Ich rozpoznanie i ukierunkowanie jest znacznie łatwiejsze. Można je szybciej rozpoznać, choćby przez częstszy kontakt (podobnie jak niegdyś w kolegiach).

Obecnie najbardziej aktywnymi ośrodkami promującymi i wdrażającymi tutoring w polskiej edukacji na poziomach szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz

ponadgimnazjalnych są autonomiczne podmioty: Instytut Tutoringu Szkolnego (<http://tutoring.org.pl/>), Fundacja Kolegium Tutorów (<http://tutoring.pl/>) i Collegium Wratysłaviense (<http://cw.edu.pl/>) – wszystkie źródłowo związane z Towarzystwem Edukacji Otwartej TEO (<http://teo.org.pl/>) z siedzibą we Wrocławiu. Ponadto tutoringiem jako alternatywnym modelem edukacyjnym, w ramach projektu „Wychować człowieka mądrego”, zostaną objęte zgłoszone Miejskie Ośrodki Wychowawcze i Młodzieżowe Ośrodki Socjoterapii.

Tutoring jest ważny jeszcze z jednego powodu, mianowicie zwiększa zakres czynnika ludzkiego, we współczesnej edukacji elementu dziś deficytowego. Warto zwrócić uwagę na badania i opinie tych, którzy przeszli podobną drogę. Podejmują nierzadko te same wyzwania, chcąc się rozwijać i pomagać w rozwoju innym. Tutoring zaraża w sensie pozytywnym, bo chociaż na mierzalne efekty trzeba nieraz długo czekać, najważniejsza jest wspólna świadomość kroczenia drogą nieustannego rozwoju.

Literatura

References

- Brzezińska, A.I., Rycielska, L. (2009). Tutoring jako czynnik rozwoju ucznia i nauczyciela. W: P. Czekierda, M. Budzyński, J. Traczyński, Z. Zalewski, A. Zembruska (red.). *Tutoring w szkole. Między teorią a praktyką zmiany edukacyjnej*. Wrocław: Wydawnictwo Towarzystwa Edukacji Otwartej, 19–30.
- Brzozowski, T.T. (2016). Dialog jako punkt wyjścia dla edukacji współzależnej. W: A. Sarnat-Ciastko (red.). *Licea ALA. Szkoły skoncentrowane na uczniu. Nowa kultura szkoły*. Wrocław: Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, 87–100.
- Fijałkowski, A. (2009). Z dziejów myślenia o tutoring – krótki zarys historii indywidualnego kształcenia wychowania. *Kwartalnik Pedagogiczny*, 2(212).
- Filek, J. (2010). *Życie, etyka, inni. Scherza i eseje filozoficzno-etyczne*. Kraków: Wydawnictwo Homini.
- Frankl, V.E. (2015). *Człowiek w poszukiwaniu sensu*. Przeł. A. Wolnicka. Warszawa: Wydawnictwo Czarna Owca.
- Hryniewicz, W. (2016). *Wiara w oczekiwaniu. Rozmawia Justyna Siemienowicz*. Kraków: Wydawnictwo ZNAK.
- <http://cw.edu.pl/> (23.03.2017).
- https://en.oxforddictionaries.com/definition/moral_tutor (19.10.2016).
- <http://kobieta.onet.pl/w-polsce-rozpada-sie-juz-co-trzecie-malzenstwo-jakie-sa-przyczyny-gdzie-jest/0sqyb8> (21.10.2016).
- <http://kobieta.onet.pl/sa-mlodzi-nie-ucza-sie-i-nie-pracuja-zyja-na-koszt-rodzicow-to-pokolenie-konsumpcyjne/k81g4b> (21.10.2016).
- <http://teo.org.pl/> (23.03.2017).
- <http://tutoring.org.pl/> (21.03.2017).
- <http://tutoring.pl/tutoring/> (18.10.2016).
- <http://tutoring.pl/> (20.03.2017).
- <http://wiadomosci.onet.pl/kraj/dziennik-gazeta-prawna-wiecej-slubow-wiecej-dzieci-ale-polakow-mniej/r0estv> (16.10.2016).
- <http://www.medonet.pl/zdrowie/zdrowie-dla-kazdego,samobojstwo-po-polsku--rozmowa-z-prof--bartoszem-loza--psychiatra,artykul,1722304.html> (20.10.2016).
- Makowski, M. (2016). Determinanty przedsiębiorczości w opinii nauczycieli i przedsiębiorców. Konkluzje i praktyczne wskazania z programu Perspective. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 378–390.
- Nerwińska, E. (2009). Tutoring szansą dla ucznia, nauczyciela i systemu edukacji. W: P. Czekierda, M. Budzyński, J. Traczyński, Z. Zalewski, A. Zembruska (red.). *Tutoring w szkole. Między teorią a praktyką zmiany edukacyjnej*. Wrocław: Wydawnictwo Towarzystwa Edukacji Otwartej, 10–13.

- Pełczyński, Z. (2007). Tutoring wart zachodu. Z doświadczeń tutora oksfordzkiego. W: B. Kaczarowska (red.). *Tutoring w poszukiwaniu metody kształcenia liderów*. Warszawa, 31–36.
- Salcher, A. (2009). *Utalentowany uczeń i jego wrogowie*. Przeł. A. Ryłska-Juruś, Rzeszów: Wydawnictwo Oświatowe FOSZE.
- Sarnat-Ciastko, A. (2015). *Tutoring w szkole*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Serafin-Juszczak, B. (2014). NEET – nowa kategoria młodzieży zagrożonej wykluczeniem społecznym. *Folia Sociologica*, 49.
- Sitko, M. (2011). Tutoring szansą dla systemu edukacji. *Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze*, 4.
- Stoltzfus, T. (2013). Sztuka zadawania pytań w Coachingu. Przeł. B. Olechnowicz, Wrocław: Wydawnictwo Aetos Media.
- Wittenberg, A. (2014). Gamifikacja nauczania, tutoring zamiast wykładu. *Dziennik Gazeta Prawna*, 232(3837).

Tomasz Tadeusz Brzozowski, dr, Instytut Kulturoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego, Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej. Mieszka i pracuje we Wrocławiu. Absolwent filologii polskiej i filozofii Uniwersytetu Wrocławskiego. Ukończył studia podyplomowe przedsiębiorczości w WSH we Wrocławiu oraz historii na UW. Doktor nauk humanistycznych w zakresie filozofii. Dwukrotny stypendysta MEN, nauczyciel dyplomowany, prowadzi praktykę tutorską. Przygotowuje dysertację w Instytucie Kulturoznawstwa Uniwersytetu Wrocławskiego na temat wpływu procesów globalnych na kondycję i kształt międzypodmiotowych relacji dialogicznych. Autor ponad sześćdziesięciu recenzowanych artykułów naukowych. Zajmuje się filozofią wartości, bada przestrzeń aksjologiczną i jej wpływ na kształt polskiej myśli filozoficznej XIX i XX w. Interesują go idee wartości obecne w różnych nurtach kultury i edukacji oraz etyka w biznesie (CSR). Tutor-trener Ogólnopolskiego projektu „Wychować człowieka mądrego. Wprowadzenie modelu pracy wychowawczej i resocjalizacyjnej z zastosowaniem metody tutoringu szkolnego jako profilaktyki pozytywnej problemów w polskiej szkole” (listopad 2016–grudzień 2018): projekt finansowany ze środków Ministerstwa Edukacji Narodowej.

Tomasz Tadeusz Brzozowski, PhD, Institute of Cultural Studies at the University of Wrocław; Academic School Complex at the Wrocław University of Technology. He has graduated from Polish Philology and Philosophy at the University in Wrocław. He has completed entrepreneurship and history as a postgraduate study. He works as a certified teacher. Currently he is a doctoral candidate in cultural studies in the Department of Historical and Pedagogical Sciences at the University of Wrocław. Cultural studies provide him with tools and competencies to analyse and understand systems of values and identity strategies in the modern world. He is busy with ethics, ontology and transcendental philosophy, as well and Polish philosophy in the 19th and 20th century. He is interested in ethics of business (Corporate Social Responsibility). Now, he prepares a second dissertation about global processes and their influence on the quality of interpersonal and dialogical relationships. Tutor-coach of the National project “Raise a wise man. The introduction of the model of educational work and rehabilitation using the method of school tutoring as prevention of problems in the Polish school” (November 2016 – December 2018). The project is funded by the Ministry of National Education.

Adres/Address:

Politechnika Wrocławska
Wybrzeże Wyspiańskiego 27
50-370 Wrocław, Polska

Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej
Wybrzeże Wyspiańskiego 27
50-370 Wrocław, Polska

e-mail: 777iskander@gmail.com

NORA KATONA
Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary

Assessment Strategies and Evidence-Based Interventions

Abstract: An overview of assessment strategies in an evidence-based programme aimed at promoting entrepreneurial skills of disadvantaged young people. Key-elements of evidence-based programs are reviewed and the development of a competence questionnaire to fulfil the requirements of assessments of evidence-based programme development practices and research based on Chorpita's (2003) categorization. The strategies of selecting scales to utilize in content validation of the ten competencies identified are provided. Self-efficacy, assertive behaviour, locus of control scales, as well as the Strengths and Difficulties Questionnaire (Goodman, 1997) have corroborate the content validity of the competency questionnaire by providing strong correlation with required competency sub-scales at a $p < 0,01$ significance level. On the other hand, two alternative possible explanations are offered why self-esteem scale of Rosenberg (1965) did not provide any correlations.

Keywords: assessment strategy; competency questionnaire; content validity; entrepreneurship; evidence-based programme; NEET; youth

Received: 8 November 2016

Accepted: 27 February 2017

Suggested citation:

Katona, N. (2017). Assessment Strategies and Evidence-Based Interventions. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 304–312. DOI: 10.24917/20833296.13.22

Introduction

The current levels of youth unemployment in Europe reached a new historic high of 23.5% in February 2013, more than twice as high as the adult rate, with some 5.7 million young people affected. Young people that have only completed lower secondary education (early leavers from education and training) bear the highest risk of unemployment. In 2012, the EU average youth unemployment rate was 22.8%, but reached 30.3% for low-skilled youth (European Commission, 2012).

An OECD report of 2012 warns that due to their lack of skills, motivation and self-worth, this “lost generation” might have difficulties in entering the workforce even when the recession ends and demand for employees is higher (OECD, 2012).

This fuelled a proposal for Erasmus + funding concentrates on the low skilled young people, often classed as NEETS, (not in employment education or training) in each of the partner countries. We will develop a programme that will promote the skills, behaviours and attitudes to turn them into proactive members of society with the ability to move forward into education, training employment or self-employment.

The project successful in being awarded funds was named “Reaching the lost generation”¹ (RLG) and addresses the issue of the very high number of young people who are not in employment and training by developing entrepreneurial skills in young people between the ages of 16–24 in hard to help groups across the 4 countries partners represent: EduNet Foundation (Hungary), the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of the Pedagogical University of Cracow (Poland), Euro-Training Centre (Germany), Train’d Up (Scotland).

In discussions regarding our current project partners came to the conclusion that although the countries may be at differing levels of economic development, the issues for young people with barriers are the same. This project will look at the development of an educational programme that will help to promote the entrepreneurial skills of disadvantaged young people in its widest sense, moving them from reactive to proactive behaviours. Thus the aim of RLG is to develop a programme to promote the skills, behaviours and attitudes that turn NEET youth into proactive members of society with the ability to move forward into education, training, employment or self-employment, by providing a comprehensive 12-week Entrepreneurial Training programme that is flexible enough to cater to the diverse needs of the target group in different countries.

As all partners have extensive knowledge regarding disadvantaged youth provided training services to enhance employment, the first step was to identify personal traits and motivations which were deemed of particular importance in relation to success in business and to be reinforced via training. The following personal traits were singled out based on literature (Morris et al., 2013): a) passion (confronts opportunities and challenges with strong enthusiasm and sustains a highly motivated state to reach goals); b) perseverance (maintaining goal-directed action even when faced with obstacles) and c) proactivity (looks for opportunities, initiates and takes action, and perseveres until they have brought about the change they planned for). At the same time some personal motives that play an important role in achieving success were also identified: a) internal locus of control (the degree of conviction to which a person believes that he/she can directly affect an event or control an outcome); b) need for achievement (tries to accomplish difficult tasks – and maintains high standards in implementation) and c) self-efficacy (a person’s belief that they are able to do and successfully accomplish a task or specific activity). As the above-listed characteristics are difficult to influence in a direct fashion, we looked for employability competencies related to these. Utilizing the generic building blocks competency model the US Department of Labour Employment & Training Administration (Bruinekool, 2013) the following ten competencies fitting into Tier 1 (personal competencies) and Tier 3 (workplace competencies) were delineated providing content areas for training:

- Adaptability and flexibility: ability to overview and reformulate plans in order to fit changing conditions.

¹ This project is funded by the European Union (2014-1-HU01-KA200-002376).

- Business thinking and awareness: knowing where to look for information, understanding administration, how to allocate necessary resources in order to reach success in business.
- Decisions making skills: ability to find multiple viewpoints to evaluate alternatives in on an appropriate timescale, weighing possible risks.
- Interpersonal skills: readiness to communicate and do teamwork – ability to work with people from diverse backgrounds. Ability to identify own thoughts and feelings and communicate them; using all these skills in conflict resolution; assertive communication; active listening skills; clarification of ideas; debating skills; negotiating; cooperation in pair- and team-work; networking; building and maintaining good relationships.
- Problem solving: defining problems, creativity in finding solutions, efficient locating and use of information to generate alternative solutions (thinking outside the box).
- Taking responsibility: willing to take accountability for actions and recognize the consequences of decisions.
- Strong initiative: looks for new opportunities, highly motivated, persistent, identify and choosing the best way to achieve one's goals.
- Planning and organizing: prioritizing in order to manage work and time effectively, meeting deadlines.
- Willingness to learn: self-reflection on strengths and weaknesses; missing competencies and skills are looked upon as learning opportunities; being open to acquiring new skills.
- Willingness to take risks: ability to accept ambiguity and make choices even if not all information is available; to perform risk assessment and take considered risks, learning from past experiences.

In line with current expectations regarding evidence-based programmes and interventions the programme has incorporated several features that comply with the requirements of evidence-based programmes. Literature review suggests that there is no one commonly accepted definition of “evidence-based” programme or practice. Most definitions of “evidence-based” include common elements such as: a strong theoretical foundation; practice or programme intended for a developmentally appropriate, circumscribed population; quality data collection and procedures; and evidence of effectiveness (Ebbole, 2007).

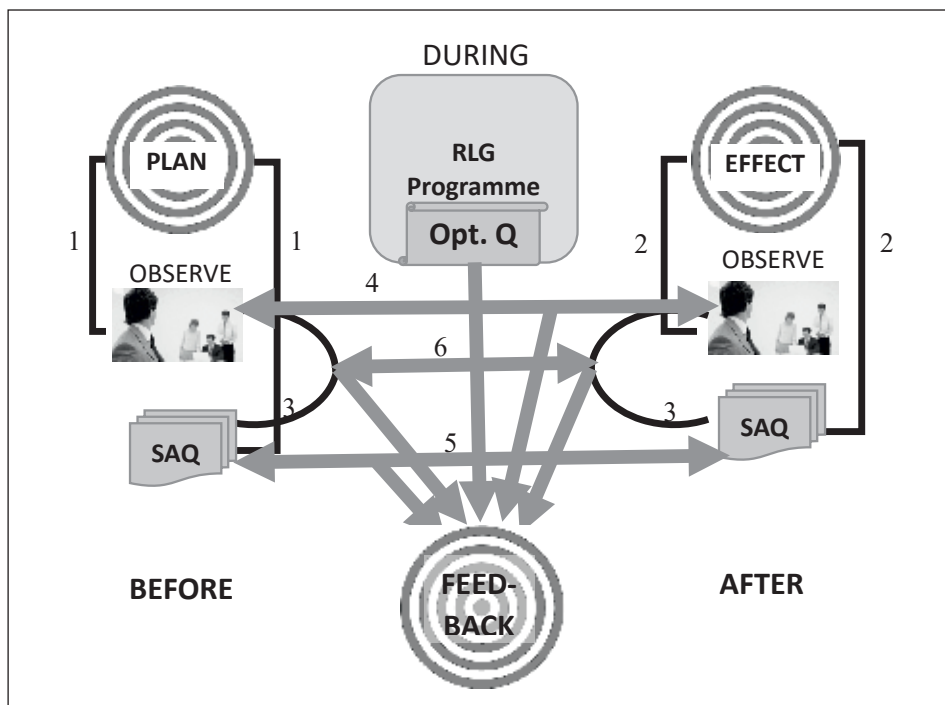
Although Sping (2007) delineates the importance of evidence-based practice in regards to clinical practice – it is easy to reframe the benefits to the field of employability and entrepreneurship training. One is that of quality and accountability – one of the central themes of evidence-based programmes – is to provide interventions that have scientifically based evidence on efficiency. A second benefit is the ability to inform policy-makers on effective interventions, provide impetus for change in a direction that has long-term benefits for all involved. The third advantage is that at the interface of pre-existing disciplines, spanning borders, provide transdisciplinary contacts with a common language and a core of knowledge that fuels development. This in turn informs the development of an infrastructure that fills those gaps which emerge in transitioning processes between institutions and school-to-labour market – especially in cases of disadvantaged or at risk youth.

According to Chorpita's (2003) grouping, there are four types of research designs that aim to further evidence-based practice. Efficacy studies evaluate interventions in controlled research settings, while transportability studies examine the degree to which intervention effects generalize to practice settings and if implementing it in a practice setting is feasible. The third type are dissemination studies which utilize intervention agents that are part of the system of service, and the fourth are system evaluation studies used to establish independence from the "investigator effect" – the sustainability of an intervention is investigated. The RLG project partners emphasized due to socio-cultural and economic differences of countries involved means that very flexible program-development is needed to cater to different needs on the one hand, and this also facilitates the development of a program that is in line with transportability (examining the degree to which intervention effects generalize to different practice settings) and dissemination (using intervention agents that are part of the system of service) on the other. The use of measurement tools validated against standardized instruments partially fulfil some of the key requirements of an efficacy research, as well.

Development of assessment strategy

In order to fulfil the needs of an evidence-based programme a complex set of assessment tools had to be developed and validated. An overview of the process, types of tools and goals of utilized assessments is provided in Figure 1.

Fig. 1. An overview of assessment strategy used to inform planning and efficiency evaluation in the RLG Programme



Assessments utilized serve three goals: a) to advise appropriate planning in order to meet the given group's specific needs, b) before-after intervention measures provide information on effectiveness, c) provide feedback to individual participants on their own strengths and areas of further development.

In order to advise planning of the training curriculum (lines labelled "1" in Fig. 1) suited to the needs of the specific group of participants two methods of assessment were utilized. One method, a more traditional approach is to ask participants to fill in questionnaires (SAQ in Fig. 1), the second a more unorthodox approach was to utilize observation during activities that load on the competencies to be developed in the training modules. This latter ("observe" in Fig. 1) may be conceptualized as a form of authentic assessment as data are collected while the participants are engaging in activities that simulate real-life situations (Frey, Schmitt and Allen, 2012). These assessments are repeated after the training process (lines labelled "2" in Fig. 1). The comparison of observation and self-assessment questionnaires shed light on the possible distortions between subjective and objective judgements of competencies (lines labelled "3" in Fig. 1).

The comparison of the before-after treatment data (lines labelled "4", "5" and "6" in Fig. 1) will provide us with one of the measures of efficiency. Optional self-assessment questionnaires (Opt.Q in Fig. 1) may be employed during training delivery, and person-related information on all previously mentioned data serve as important feed-back resources for participants to further heighten awareness of own strengths and identify areas for development.

Development of assessment tools

One of the main methods of assessment was observation during activities in an authentic tasks. Each of the ten competencies was assessed by two activities each. Each activity loading on two different competencies. Depending on the attribute to be observed some of the observation sheets contained yes-no type of checklists, whereas others contained rating-scales usually with 3 points (0-1-2). Characteristically there were 3-5 facets for each competency to be observed, which were described in behaviourally oriented terms in order to facilitate unequivocal marking of observations. Professionals delivering the training were prepared for this role during a "Train the trainer" event.

The other assessment method was a self-assessment regarding the ten employability competencies identified for the purposes of the project. For this purpose a mutually agreed list of items regarding the ten competencies were formulated. The wording of the items based on the outcomes of the JET Pack (Copps, Plimmer, 2013) with four items for each of the ten competencies, asking for responses on a 6 point Likert-type scale (with endpoints of strongly agree vs. strongly disagree – utilizing emoticons). In this article we will focus on content validity and reliability of the latter self-assessment questionnaire.

Participants

Participants were NEET youth who were participating in a special reintegration programme for early school-leavers. Altogether 78 students – 43 boys 35 girls – aged between 16 years 5 months and 20 years 3 months (average age 17 years 5 months).

Number of participants per group varied between 9 and 13.

Measures utilized and results

As the aim was to identify the reliability and content validity of the competencies scale, which contains 40 items on a six-point Likert type scale. For determining the content validity of the scale developed by the project we utilized standardized tests available, that are connected to personal traits and motives that were identified as important. Another aspect to take into account was the below-average reading rate of participant's. When attempting to determine content validity relatively shorter scales and subscales that have proven (Cronbach's alpha higher than 0,75) reliability, which combined would not exceed 40 items.

Based on the above we chose Rosenberg's self-esteem scale, which has ten items utilizing a 4-point Likert scale (Rosenberg 1965), the self-efficacy subscale of the Individual Protective Factors Index (Springer and Philips 1995) consisting of seven items on a four-point Likert scale, five items pertaining to assertiveness in social skills and seven items regarding locus of control from the California Healthy Kids Survey (as published in JET pack – Copps and Plimer 2013). The Strengths and Difficulties Questionnaire (Goodman, 1997) was adopted in order to be able to look at prosocial behaviours and peer relations as a part of social skills, having 10 items and utilizing a 3-point Likert scale.

The reliability of the scales were between 0,74 and 0,83 (Self-esteem scale $\alpha = 0,83$; self-efficacy scale $\alpha = 0,78$; locus of control scale $\alpha = 0,75$; assertiveness scale $\alpha = 0,74$). The reliability of the employability-related competencies scale was $\alpha = 0,87$.

As all the measures proved to be acceptable we continued with identifying correlation between measures (Table 1).

Content validity is corroborated by the scales, as the assertiveness scale and the Strengths and Difficulties scale, both measuring interpersonal skill, not only correlate with each other in a significant manner, but also with the items measuring interpersonal skills as a competency. The assertiveness scale significantly correlates with most competencies – clearly reflecting that it is an important element underlying most other competencies. Although we expected that self-esteem be correlated to strong initiative, willingness to learn and take risks as a self-assured stance is a necessary quality in all the competencies – the wording of items may be one factor resulting in this outcome. That is, the wording of competencies are behaviourally based, while those in the self-esteem scale are not. The other factor contributing to it is the area-specificity of self-esteem items is low, while in the case of competency items it is high. The probability that these two aspects are likely causes is further emphasized by the fact, that self-efficacy scale is highly and significantly correlated to all competencies, items on both scales being behaviourally rooted in their statements and expressed in a content-specific manner. Self-efficacy is the belief that the person will be successful at mastering or solving a task, so it is an integral part of any competency. A strong belief in internal control will increase self-efficacy beliefs, while an external locus of control is likely to undermine them. This strong correlation between the two concepts is corroborated by $r = 0,7$ at $p < 0,01$ significance level. The well-functioning scale which shows strong correlation to self-efficacy – should also correlate with locus of control. This requirements is fulfilled.

Table 1. Correlations between scales utilized (Self-ef. = Self-efficacy scale; cont. = locus of control; self-es = self-esteem; AF = adaptability-flexibility; BA = business thinking and awareness; DM = decision making; IS = interpersonal skills; PO = planning and organizing; PS = problem solving; SI = strong initiative; TK = taking responsibility; WL = willingness to learn; WR = willingness to take risks)

		AF	BA	DM	IS	PO	PS	SI	TR	WL	WR	self-ef.	contr.	assert	self-es.	SDQ
AF	Pearson Cor.	1														
	Sig. (2-tailed)															
	N	78														
BA	Pearson Cor.	,413 ⁺	1													
	Sig. (2-tailed)	,001														
	N	78	78													
DM	Pearson Cor.	,466 ⁺	,330 ⁺⁺	1												
	Sig. (2-tailed)	,000	,008													
	N	78	78	78												
IS	Pearson Cor.	,355 ⁺	,518 ⁺	,278 ⁺	1											
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,028												
	N	78	78	78	78											
PO	Pearson Cor.	,489 ⁺	,550 ⁺	,415 ⁺	,308 ⁺	1										
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,014											
	N	78	78	78	78	78										
PS	Pearson Cor.	,634 ⁺	,426 ⁺	,564 ⁺	,330 ⁺	,515 ⁺	1									
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,008	,000										
	N	78	78	78	78	78	78									
SI	Pearson Cor.	,494 ⁺	,423 ⁺	,448 ⁺	,355 ⁺	,526 ⁺	,626 ⁺	1								
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,004	,000	,000									
	N	78	78	78	78	78	78	78								

Discussion and closing thoughts

The most frequently utilized method for gathering information – because of the ease of administration and high amounts of information gained are self-assessment questionnaires. The construction of a questionnaire that can serve planning and evaluation purposes in an evidence-based programme is a key element – and establishing its reliability and content validity become highly important.

The fact that standardized tools showed strong correlations to most competencies where expected in a significant manner ensure that the competency questionnaire is a scale with high utility.

In spite of all these positive elements there are some serious shortcomings, as well. The sample size is quite small – and would be worthwhile to utilize in non-NEET population to be able to gain a sample-size fit for standardization. Test-retest reliability is to be established, but the given population is not necessarily available for these purposes. Because of small sample-size identification of dimensions within the questionnaire at this moment is only possible at the expert level further data is necessary to facilitate statistical factor analysis.

References

- Bruinekool, M. (2013). Assessing Sector-Based Career Advancement: Satisfaction Surveys and Secondary Data. *Journal of Rehabilitation Administration*, 37(2).
- Chorpita, B.F. (2003). The frontier of evidence-based practice. In: A.E. Kazdin, J.R. Weisz, (Eds). *Evidence-based psychotherapies for children and adolescents*. New York, NY, US: Guilford Press, 42–59.
- Copps, J., Plimmer, D. (2013). The journey to employment. A guide to understanding and measuring what matters to young people, *New Philanthropy Capital*.
- Ebbole, T. (2007). *Evidence-Based Programs and Practices: What Does It All Mean?*. Retrieved from: http://www.evidencebasedassociates.com/reports/research_review.pdf
- European Commission (2012). EU Employment and Social Situation, *Social Europe Quarterly Review*, Luxembourg: EC. Retrieved from: <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=8885&langId=en>
- Frey, B.B., Schmitt, V.L., Allen, J.P. (2012). Defining authentic classroom assessment. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 17(2), 2.
- Goodman, R. (1997). The Strengths and Difficulties Questionnaire: a research note. *Journal of Child Psychology and Psychiatry* 38, 581–586.
- Lloyd, S.R. (1995). *Developing Positive Assertiveness: Practical Techniques for Personal Success*. Menlo Park, CA: Crisp Publications, Inc.
- Morris, M.H., Webb, J.W., Fu, J., Singhal, S. (2013). A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352–369.
- OECD (2012). *OECD Employment Outlook 2012*. Retrieved from: http://dx.doi.org/10.1787/empl_outlook-2012-en
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Spring, B. (2007). Evidence-based practice in clinical psychology: what it is, why it matters; what you need to know. *Journal of Clinical Psychology*, 63(7), 611–631.
- Springer, J.F., Philips, J.L. (1995). *Individual Protective Factors Index: A Measure of Adolescent Resiliency*. Folsom, CA: EMT Associates.

Nora Katona, PhD, associate professor, Eötvös Loránd University, Faculty of Education and Psychology, Institute of Psychology. Nora Katona has been active in the field of school psychology, being one of the founding members of the School Psychology Section of the Hungarian Psychological Association, serving as a secretary, later as a President of the International School Psychology Association is currently the associate professor the Psychology Institute of the Eötvös Loránd University, Budapest. Research interests include school psychology and strength-based assessment, employability skills and education, career-planning and life-skills.

Address:

Eötvös Loránd University
Institute of Psychology
Faculty of Education and Psychology
Izabella utca 46
H-1064 Budapest, Hungary
e-mail: katona.nora@ppk.elte.hu

This article was written under the “Reaching Lost Generation” (RLG) project funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission and National Agency of Erasmus+ Programme cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



WIOLETTA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, WIKTOR OSUCH, TOMASZ RACHWAŁ, AGNIESZKA ŚWIĘTEK
Pedagogical University of Cracow, Poland

Developing Entrepreneurial Competencies of the RLG Project Participants – Applicability of Assessment Tools and Results of Pilot Studies

Abstract: the paper shows the results of the research on competencies, including assessment of acquisition of ten entrepreneurial competencies specified within the Reaching Lost Generation (RLG) project. The competencies developed among participants are classified to broadly describe the sense of initiative and entrepreneurship as one of the eight key competencies in the European education system. In Poland, competency assessment was based on the observation of participants in the two selected schools-partners of the RLG project. The target group were students of final grades of upper secondary schools, who were preparing for the matriculation exam and had serious problems in choosing their educational and career path, and had a weak sense of mastery of entrepreneurial competencies. The assessment of acquired competencies was based on the observation tasks carried out during the initial and final evaluation. Based on the study, it can be concluded that the level of acquired competencies of the participants after completing the course of workshops for all tested ten competencies has increased significantly among both groups analysed, as well as in most individual cases. In addition to that, self-assessment of workshop participants was conducted. With the help of a questionnaire, the workshop participants assessed their acquisition of given competencies. The results of participants self-evaluation also show an increase in acquired competencies, although they are not as vast and clear as in the case of the assessment done by the observers, which may indicate a high sense of responsibility and prudence in the self-assessment among workshop participants. The conducted research can be a starting point for further studies and analysis of the process of developing entrepreneurial competencies among students of different types of schools and teaching profiles, especially showing the process and methods of acquisition of skills necessary for finding an attractive profession in the rapidly changing labour market. Nevertheless, the results of the pilot studies conducted during the test phase of the project indicate the usefulness of the proposed tools, both regarding the assessment of the level and the development of entrepreneurial competencies in the training practice.

Keywords: business competencies; competencies assessment; entrepreneurial competencies; key competencies; NEET; sense of initiative and entrepreneurship

Received: 2 January 2017

Accepted: 30 June 2017

Suggested citation:

Kilar, W., Kurek, S., Osuch, W., Rachwał, T., Świętek, A. (2017). Developing Entrepreneurial Competencies of the RLG Project Participants – Applicability of Assessment Tools and Results of Pilot Studies, *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 314–328. DOI: 10.24917/20833296.13.23

Introduction

The changing dynamics of social and economic development in European countries confront the education system with particular challenges of shaping key competencies of children and young people, as well as adults, in lifelong education. One of these core competencies is broadly understood entrepreneurship, allowing for active participation in the socioeconomic life and career development, according to individual interests and skills. At the same time, in many European countries, despite the observed symptoms of recovery from the global crisis and the shortage of skilled workers in many sectors of the economy, high rates of unemployment among young people are noted (Kilar et al., 2016). In some countries, there has also been lots of discouragement among young people to address the challenges of further education and preparation for active professional life. There is often a claim attitude towards the welfare system, i.e. waiting for state aid. Among young people, there is also little need in many European countries – compared with other nations in the world, such as the United States – to set up and run their own business. The situation as mentioned earlier was one of the prerequisites for the development of the European “Reaching Lost Generation” (RLG) project aimed at shaping entrepreneurial attitudes of young people entering the labour market, with particular emphasis on low-skilled young people discouraged from further education and work. These difficulties refer in particular to the countries of Central and Eastern Europe which have undergone post-1989 systemic changes, from the centrally-controlled economy to the market economy and the significant transformation of social and economic structures (Rachwał, 2015; Dominiak, Rachwał, 2016). The situation in Poland in the field of unemployment among young people has improved significantly in recent years. Since 2002 the subject of “entrepreneurship” has been implemented in general education in secondary schools (see Rachwał, Kurek, Boguś, 2016). In many fields of study, also non-economic, there are courses offered in the area of entrepreneurship (Płaziak, Rachwał, 2014), and the level of entrepreneurial intentions of students in Poland is quite high (see, for example, Jaminez, Wach, 2014; Rachwał, Wach, 2016; Wach, Wojciechowski, 2016). However, for many groups of young people, especially those who do not continue their education in college, development of entrepreneurial attitudes is a necessity. To this end, various initiatives are undertaken to develop methods for assessing the level and development of entrepreneurial competencies, one of which is the RLG project.

With the above-mentioned in mind, the aim of the article is to present the possibilities of using tools developed in the RLG project to assess ten key competencies of entrepreneurship in young people who need to choose a further path of education or enter the labour market. The paper presents conditions for the implementation of the program, the role of key persons in its application, and the results of research conducted in Polish schools on the effectiveness of these tools during the pilot phase of the project. It allows, on the one hand, to assess the opportunities for the development of entrepreneurial competencies as a result of the RLG training, and, on the other, point out the practical benefits

of using these tools and educational materials in school practice and in various educational institutions in shaping entrepreneurial attitudes.

Entrepreneurship and innovation of the RLG project

The RLG project was co-financed by the EU under the Erasmus+ program (Key Action 2 – Strategic Partnership). The project implementation covered three years from 1 September 2014 to 31 August 2017. The RLG project was targeted specifically at low-skilled young people, often classified as NEET (not educated, employed or trained) in each partner country, i.e. Poland, Germany, Hungary and Scotland (the UK). Thus the target group was primarily the unemployed young people aged 16–24 with low qualifications and low labour market activity. At the stage of the testing of tools and didactic materials, at least 96 people in the four countries were supported. In the case of Poland, a target group were students of the last classes of high school and technical secondary school, who were at the point of starting their careers and entering the labour market. For motivational reasons, student workshops were developed under the theme of the Reach for your Life's Goals (RLG). The detailed objectives and tasks in the project implementation were presented in previous studies (Kilar et al., 2016).

The innovation of the RLG project is primarily its holistic approach to addressing the low level of competency of the target group. With the tools to determine the level of these competencies (specially developed questionnaire and Initial Assessment tasks) before the start of training, it was possible to assess the level of each of the ten entrepreneurial competencies of the program participants. It enabled selecting the appropriate tasks from the available workshops activates for developing these competencies, with an emphasis on those whose deficit was greatest in the light of the previous diagnosis. Then it was possible to examine the effects of their implementation with the Final Assessment tool.

The innovativeness of the developed training program also involved the selection of compelling, differentiated tasks, developing specific competencies using a variety of methods and techniques of work, which counteracted the possible lack of interest of the participants and increased their involvement in the exercises.

Entrepreneurship was inseparable from the very essence of the project since the competencies developed by the participants were widely understood as one of the eight key competencies in the European education system. During workshops, some skills directly involved in business or work in any company or organisation were developed, such as planning and coordinating, decision making, creative problem solving and business thinking (Table 1). Therefore, all the elements of entrepreneurship and initiativeness defined in the concept of key competencies for the European education system were developed in practice. It was how young people were prepared to take responsibility for their lives, both private and professional, the skilful choice of further education paths, finding themselves in a dynamically changing labour market and developing their careers.

Research profile of the target group

In the case of the Polish partner of the RLG project, the target group consisted of students of the last years of high schools who were preparing for the Matura exam and had serious problems deciding about their educational and professional path while feeling a lack

Table1. Entrepreneurial competencies diagnosed and developed within the RLG Project

No.	Competency	Significance range of competencies – expected skill or presented attitude
1.	Willingness to learn	<ul style="list-style-type: none"> – desire to acquire new knowledge and expertise – ability to self-reflect on own strengths and weaknesses – recognising own limitations and opportunities for further study and work
2.	Interpersonal skills	<ul style="list-style-type: none"> – ability to communicate effectively – ability to precisely express own thoughts and feelings – ability to work in pairs and as a team – ability to work with different people – ability to perceive the feelings of others – ability to communicate assertively and use it to solve conflicts – ability to actively listen – ability to negotiate – ability to build and maintain proper social relationships
3.	Strong initiative	<ul style="list-style-type: none"> – strong and persistent motivation to act – actively seeking new opportunities and solutions – ability to search and choose the best way to reach own goal
4.	Problem solving	<ul style="list-style-type: none"> – ability to define a problem – creativity in finding possible alternatives to the problem – ability to use acquired information to address the problem
5.	Taking responsibility	<ul style="list-style-type: none"> – awareness of the consequences of decisions – willingness to take responsibility for actions taken
6.	Planning and organising	<ul style="list-style-type: none"> – assigning tasks necessary to achieve the goal – ability to determine the order and timing of subsequent tasks – consistency in the implementation of the prepared plan
7.	Adaptability and flexibility	<ul style="list-style-type: none"> – capacity to revise and change own views, behaviours and actions to adapt to changing conditions
8.	Business thinking and awareness	<ul style="list-style-type: none"> – ability to find the right sources of information – understanding the operation of administrative structures – ability to accurately locate resources
9.	Willingness to take risks	<ul style="list-style-type: none"> – ability to assess the risks of the decisions made (or to be taken) – accepting the need to make decisions in the event of uncertainty or incomplete information – ability to conclude from past events
10.	Decision making	<ul style="list-style-type: none"> – ability to analyse issues from different angles – making decisions at the right time – making decisions to the possible benefits and dangers stemming from them

Source: own work based on the materials developed during the implementation of the RLG project

of entrepreneurial competency and lack of willingness to undertake the business activity. Two groups were selected for the study, both from the Małopolskie Voivodeship. The first one was more professionally profiled, as it was the Hospitality class in the Poviát Centre for Vocational and Continuing Education in Wieliczka (Powiatowe Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego – PCKZiU). The second one was represented by students of different high school classes in the 11th High School (XI Liceum Ogólnokształcące – XI LO) in Kraków. In total, 11 students of the Matura class of the PCKZiU from Wieliczka

(both boys and girls) and 13 students of the XI LO Matura classes in Kraków (girls only) participated in the research.

Methodology of the research

By carrying out both Initial Assessment and Final Assessment in the selected Kraków and Wieliczka schools, the level of acquisition of competencies by workshop participants was assessed via observation and questionnaire surveys. The level of acquisition of each of the ten entrepreneurial competencies listed in the RLG project was assessed (Table 1). The assessment was made in points (according to the formulas in the evaluation questionnaires) and then converted to a percentage share of the competency acquired.

The same exercises were planned as part of a preliminary assessment for XI LO in Kraków and PCKZiU in Wieliczka. However, for the final evaluation, different tasks were performed so that they were not boring to the participants. What is more, the students might have remembered correct and incorrect answers from the Initial Assessment. Exercises in the final evaluation checked the same ten selected competencies, and the scores were given in points, which were then converted into the percentage of available competencies.

Besides, self-assessment of students' competencies was carried out according to the accepted questionnaire form. All the participants of the workshop from both schools completed a self-assessment questionnaire at the beginning of the seminar cycle and after the completion of the workshop cycle.

The role of the observer in evaluating competencies of the workshop participants

Before the implementation of the workshop, a training session was held for trainers and observers. During the "train the trainer" session, trainees were given the opportunity to use teaching materials to assess the development of competencies, as well as the necessary documentation (including observer cards) and to train the trainers also to act as observers. It was important for future observers to understand the importance and responsibility of the role they were to play, as they needed to evaluate the level of competency acquired by workshop participants. It was particularly important during the initial assessment of the "in-entrance" competencies were conducted, as well as during the final assessment conducted after the workshop. Close, real cooperation was required between the lead trainer and the observers.

It was suggested that in training workshops for groups of about 12 students (in the case of Polish schools) at least four observers took part so that the number of individuals observed was not higher than four. It seemed necessary for the precise observation of the participants and the assessment of their competency acquisition. In this case, each trainer-observer evaluated three previously selected students. Observers did not change the observed students during workshop sessions, as this might have led to unnecessary confusion and less precise assessment of competency development, and thus might have influenced significantly the outcome of the study. One can agree with the statement that the more observers, the more objective and precise the assessment of the acquisition of competency by workshop participants.

Analysis and evaluation of the results of participants' competency research – observers' assessment

The assessment of the workshop participants conducted by observers¹ within the initial and final assessment, for both groups participating in the project pilot phase, showed an increase in all competencies as a result of the workshops (Fig. 1). The highest growth was recorded in the "willingness to learn" competency from 51% to 91%, i.e. 40 percentage points (pp). Substantial increases were also observed in business thinking, decision-making and strong initiative.

The results of the study of changes in the level of competency before and after the workshop, however, differed for both schools.

The results of the conducted research and the level of acquired competency during the initial and final assessment for the 13 participants of the XI LO in Kraków are presented in the bar graph (Fig. 2). Based on the studies conducted, it can be concluded that the level of acquired competencies of the participants after completing the workshop for all the ten competencies examined increased significantly. The highest increase in the competencies assessed was for business thinking – increase by 39 pp (from 38% to 77%), problem-solving – increase by 27 pp (from 42% to 69%), willingness to learn – increase by 26 pp (from 57% to 83%).

The smallest increase in the competencies surveyed was in willingness to take risks (from 51% to 58%). Among the remaining competencies analysed there was an increase of about a dozen percentage points. It can, therefore, be said that the planning and implementation of a 72-hour cycle of entrepreneurship workshops for a group of 13 participants brought the desired result.

The results of the conducted research, as well as the preliminary and final level of acquired competencies for 11 participants of the PCKZiU in Wieliczka, are presented in the bar graph in Figure 3.

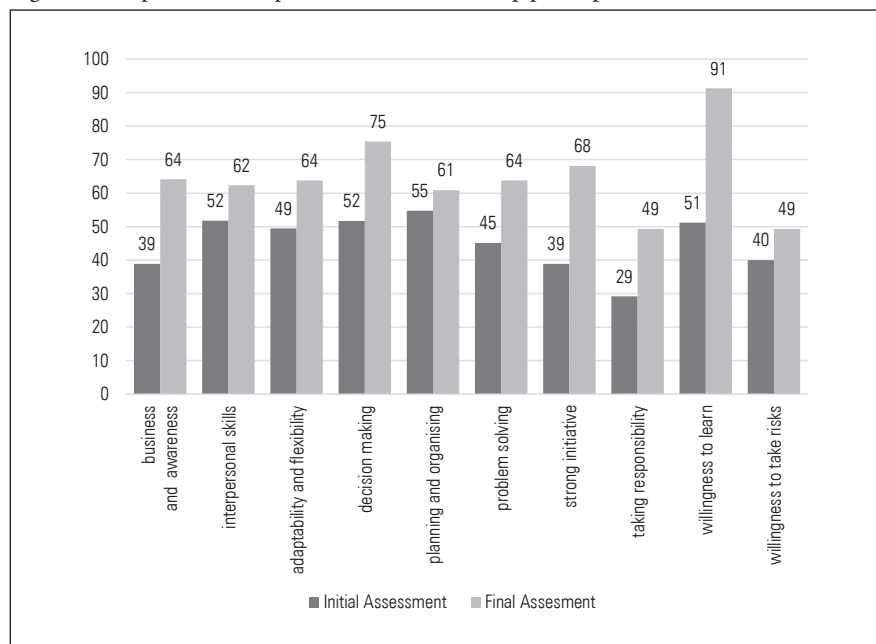
Based on the conducted studies, it can be concluded that the level of acquired competencies of participants after the workshop course for nine of the ten competencies examined increased significantly (similarly to the group from XI LO in Kraków). The highest increase in the analysed competencies was for willingness to learn – an increase in the level of competency acquisition by as much as 55 pp (from 45% to 100%), a strong initiative – an increase by as much as 38 pp (from 35% to 73%), decision-making – an increase by 27 pp (from 49% to 76%), and willingness to take risks – an increase of 24 pp (from 21% to 45%).

The level of two competencies of those surveyed – planning and organising – slightly decreased, i.e. by 2 pp (from 52% to 50%), while the willingness to take risks by 17 pp (from 56% to 39%). Out of the remaining competencies, their acquisition increased by about a dozen percentage points.

It can be stated that the initial level of competencies among the participants from the XI LO in Kraków in many analysed competencies was higher by about a few to a dozen percentage points compared to the participants of the PCKZiU in Wieliczka. This difference can be explained by the fact that Kraków high school students initially achieved more top results of the acquisition of competencies compared to the students

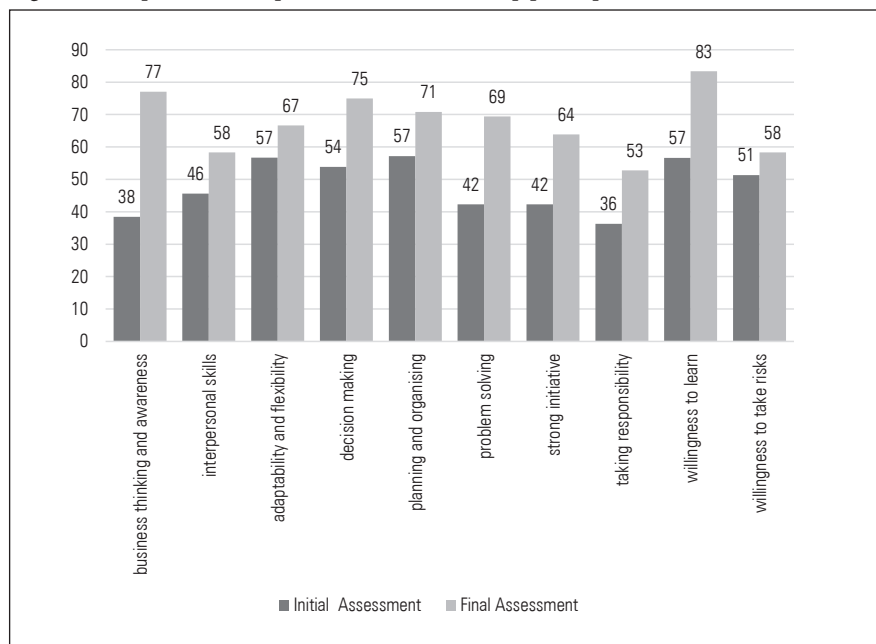
¹ Example exercises were presented in an earlier publication (Kilar et al., 2016).

Fig. 1. Development of competencies of the workshop participants – both schools



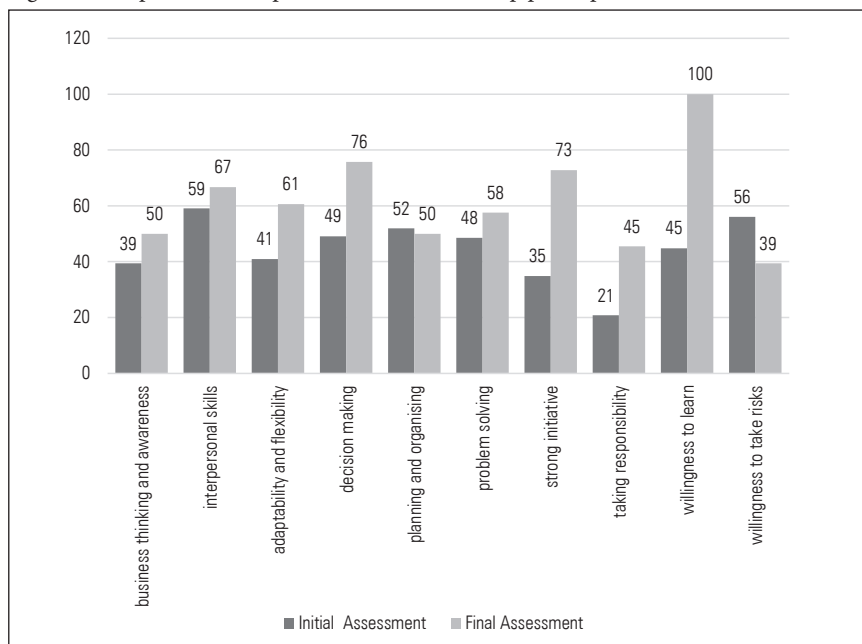
Source: own work based on the research results during the RLG project implementation

Fig. 2. Development of competencies of the workshop participants – XI LO in Kraków



Source: own work based on the research results during the RLG project implementation

Fig. 3. Development of competencies of the workshop participants – PCKZiU in Wieliczka



Source: own work based on the research results during the RLG project implementation

from outside of Kraków, mainly from the vocational class. However, more detailed studies, in the larger population of participants, seem necessary, as the limited research group in the pilot phase of the project does not allow for such a generalisation.

Based on the research conducted, however, one does not see the same tendencies among the participants from the XI LO in Kraków and PCKZiU in Wieliczka in terms of the growth of the same competencies. This can be explained by the different class profiles in the two schools, as well as by a diverse group of trainers who conducted the workshops. It should be emphasised that, despite the use of the same tools (exercises carried out during the workshop), the trainers, in particular, their competency concerning specific tasks and the ability to maintain good relations with participants, can have a significant impact on the outcome. Nevertheless, growth is noticeable.

Self-assessment of acquired competencies of workshop participants – theoretical considerations and research results

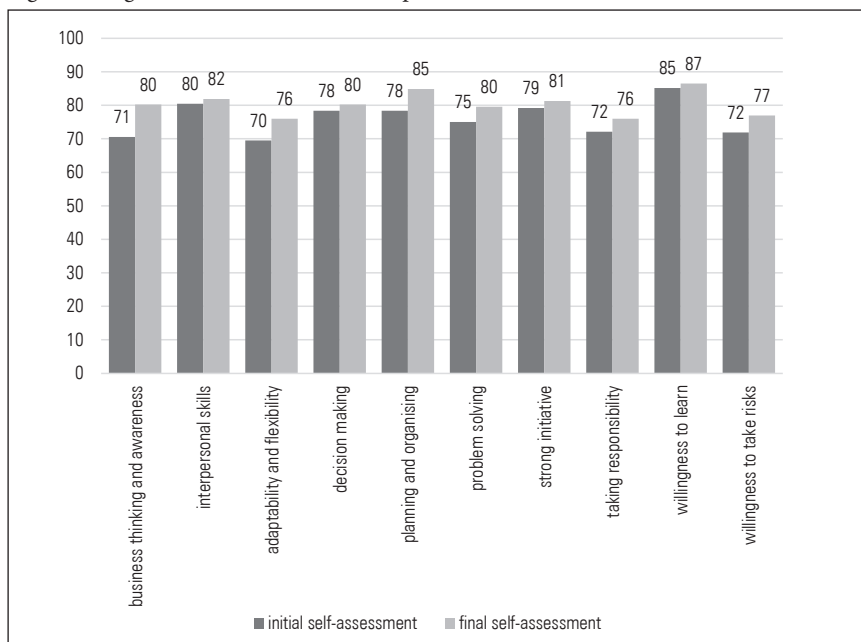
In addition to evaluating the level of competency of the project participants' through the observations made by the observers during the Initial Assessment and Final Assessment, it is also important – according to the authors of the project – to assess the personal competencies of the participants themselves. The students' responses to the self-assessment questionnaire at the beginning and the end of the project allowed them to determine how they perceived their entrepreneurial knowledge and skills before and after the workshop cycle. The competency and self-awareness of their level are necessary for participants not only for their future careers but also for their private life.

Perceiving own knowledge and skills is an essential element of self-esteem, understood as “the attitude towards oneself, especially own abilities, as well as other features of social value” (Szewczuk, 1985: 275). The competencies developed in the project, such as interpersonal skills, problem-solving, decision-making, or willingness to learn, are such competencies. Self-esteem follows Higgins’ self-regulation theory (1987) from the own comparison between the “real me” and the “ideal me”. “Real me” includes true qualities and competencies possessed by a person, while “ideal me” is the intentional image of the individual, resulting from the overlap of own expectations and the demands of the society (Higgins, 1987). The feeling of divergence between the two images causes the desire of individuals to reduce the distance between them (Oleś, 2008), and its achievement gives a sense of self-satisfaction. By evaluating ourselves, we are never objective. That is why there are two types of self-esteem: high (positive attitude towards oneself) and low (negative attitude towards oneself). Type of self-assessment influences well-being, especially the nature of social relationships and career. People with low self-esteem are insecure, have less motivation and lower aspirations, so they do not undertake challenges, assuming that they will fail (Kulas, 1986). They are more likely to take easier tasks and thus achieve less in life than they objectively could have reached (Kulas, 1986). Paradoxically, they are not safer – in adult life they have far more financial and professional problems than people with higher self-esteem. People with low self-esteem are susceptible to criticism from others and are afraid of being ridiculed, so they tend to withdraw from social life, and it is tough to include them in social relationships (Grabowiec, 2011, Wosik-Kamala, 2007, Kulas, 1986). People with high self-esteem are the opposite; they boldly face more difficult challenges, are more focused on them and are more flexible in solving problems (Baumeister, Smart, Boden, 1996). They are more satisfied with themselves and their lives, making them more likely to have close social relationships and more apt to enjoy personal and professional success (Diener E., Diener M., 1995).

The analysis of participants’ responses regarding own competencies before and after the workshop showed that the students raised their self-esteem. In the case of all ten competencies developed in the project, the average level of mastery of each of them increased. Before the workshop, the project participants in both schools assessed their competencies positively, on average, from 70% to 85% (Fig. 4). The results were higher than those resulting from the assessment of the tasks performed by observations in the first evaluation. On average, the students rated worse their competencies in adaptation and flexibility in the new situation (70%) and business thinking (71%). They also poorly rated own ability to take responsibility and willingness to take risk (72%). Students from both schools rated highest their willingness to learn (85% on average) and interpersonal skills (80%). As a result of the workshops, the participants raised their self-assessment. In their view, they showed highest average progress in business thinking (average rating increased by 9 pp), planning and organising (by 7 pp), as well as adaptability and flexibility (by 6 pp), which are the competencies which they initially rated the weakest. The smallest progress in their assessment was made in the case of those competencies that had already been ranked high, such as interpersonal competencies or learning motivation (by 2 pp). As a result of the workshops, according to the self-assessment of the participants, their level of competency rose from 2 to 9 pp, depending on competency.

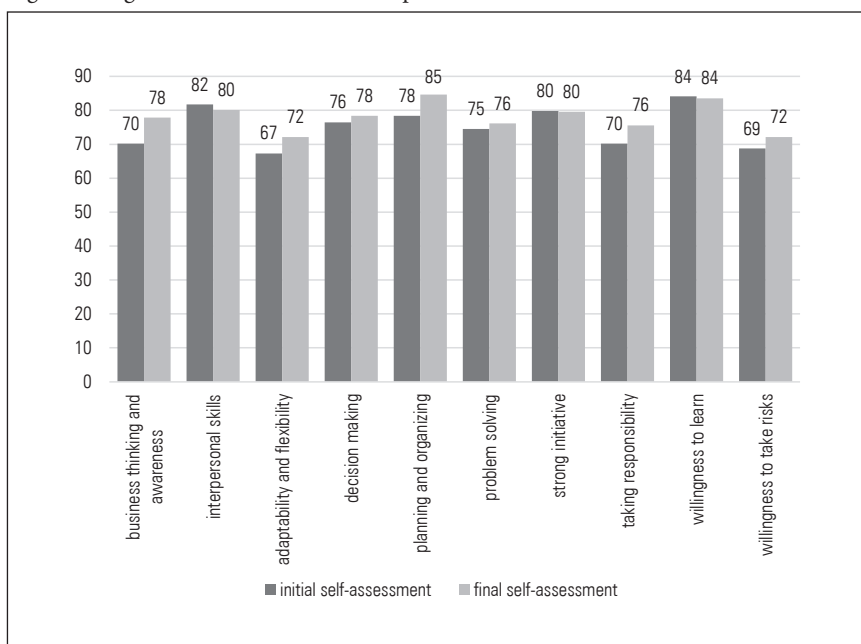
A separate analysis of the changes in the self-evaluation of participants in the project in the XI LO in Kraków and the PCKZiU in Wieliczka showed that the differences in the

Fig. 4. Changes in self-assessment of competencies – both schools



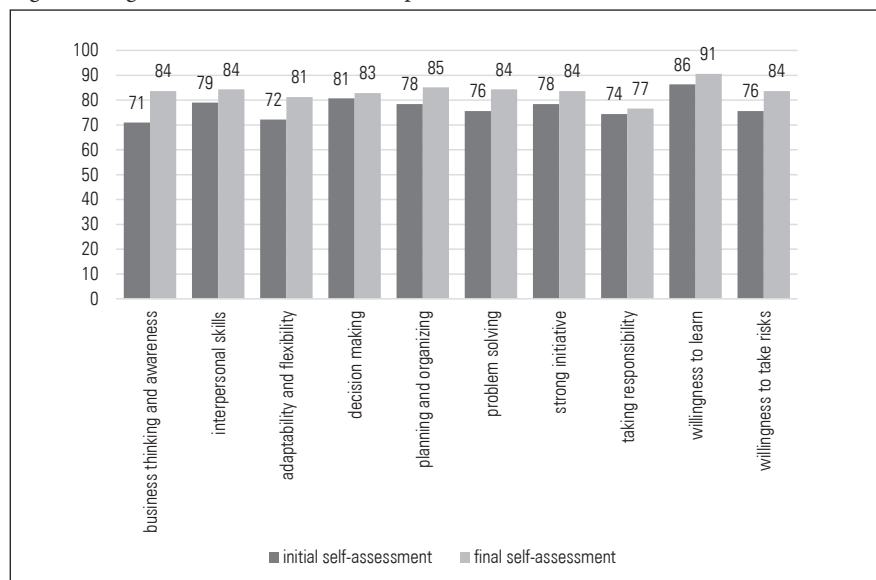
Source: own work based on the research results during the RLG project implementation

Fig. 5. Changes in self-assessment of competencies – the XI LO Kraków



Source: own work based on the research results during the RLG project implementation

Fig. 6. Changes in self-assessment of competencies – the PCKZiU in Wieliczka



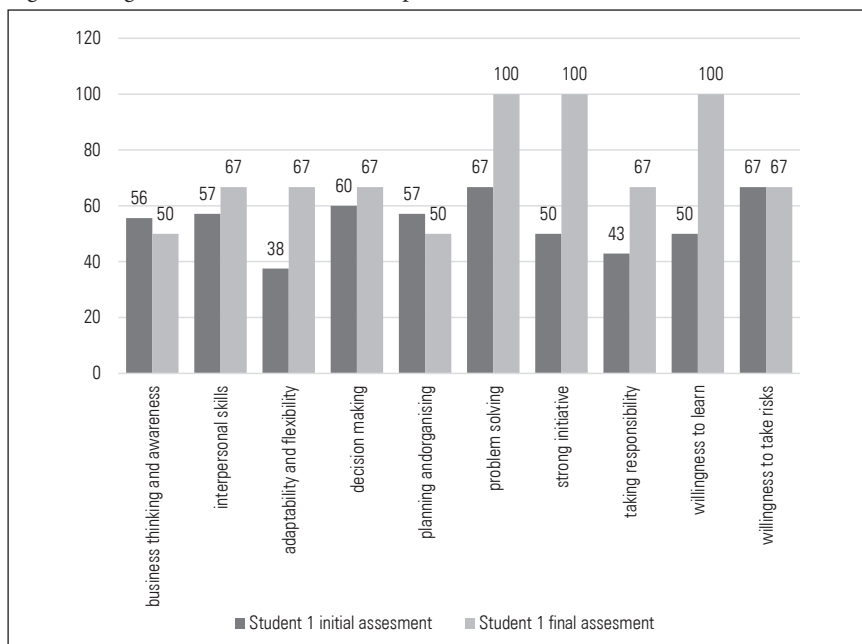
Source: own work based on the research results during the RLG project implementation

responses of pupils are small. Among the differences observed, high school students tended to underestimate their competencies at the beginning of the project, particularly concerning typically entrepreneurial skills, such as risk taking or flexibility and adaptability in changing conditions. It was not surprising that the students of the vocational training centre, having a lot of practical subjects preparing them to enter the labour market, rated their entrepreneurial skills higher than the high school students, for whom entrepreneurship is limited to one school subject – Basics of entrepreneurship.

High school students were also more cautious in the final evaluation of their competency at the end of the workshop cycle. Their generalised responses indicate that they did not raise their interpersonal skills and competency as a result of the workshop. However, this result is ambiguous for interpretation. During the workshop, they were able to recognise that they initially overestimated their own assessment of these competencies, and after the training they assessed them more consciously. However, this is only a guess, so it is necessary to re-examine the exercise in the two competencies indicated, and revise the training program addressing those competencies. The students in Wieliczka assessed slightly higher their competencies in the initial phase of the project, and their final answers indicated that they raised their level as a result of the project workshops.

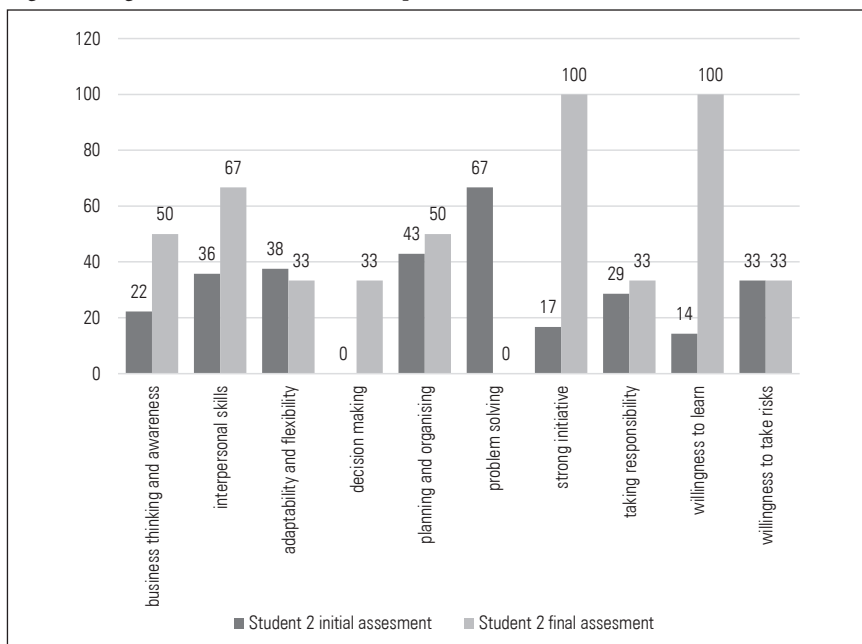
The analyses and assessment of the acquisition of competencies by individual participants in the workshop were also performed. The graphs below present the results of the acquisition of different competencies for two selected participants from the PCK-ZiU in Wieliczka (Figs 7 and 8). Based on these two examples, it is clear that there was a significant increase in the acquisition of competencies (in one case milder and predictable, in the other one slightly more dynamic and less predictable). In individual cases, there were even examples of a decrease in the level of development of analysed and assessed competencies, although this particular instance seems to be unusual (Fig. 8).

Fig. 7. Changes in self-assessment of competencies – student 1



Source: own work based on the research results during the RLG project implementation

Fig. 8. Changes in self-assessment of competencies – student 2



Source: own work based on the research results during the RLG project implementation

The participant determined exactly half of their competencies higher and half lower than before the start of the workshop. As mentioned above, it is probably the effect of overestimation or underestimation (depending on the type of self-assessment of the individual) of own competencies at the beginning of the project and verification of this assessment during the workshop exercises. In this case, it is hard to talk about the uniquely positive, measurable effects of the training itself.

Apart from the general conclusions and tendencies indicating that the workshops underpin the participant's self-assessments and the level of their entrepreneurial competencies, it was also necessary for the authors of the project to analyse the changes in the self-assessment of the individuals participating in the project. Most of the respondents rated their initial level of competency, depending on the person and the type of competencies, within 60–70%, while their final level of competency was higher, within 80–90%. However, there were also some students who did not present this regularity. An example is a participant whose self-esteem is displayed on the graph (Fig. 2). Except for the very high growth of willingness to learn (up to 100%), the remaining competencies became more balanced (75%–87.5%) than before the workshop. The fact that level of self-awareness of the individual increased is critical and the obtained information is used to evaluate the workshops and further develop the resulting learning tool. Information about the assessment (by observers) and self-assessments (by the participants themselves) of the competencies that were collected during the project are also valuable material for further work with project members. They also provide the basis for the proper management of further training of individuals and can provide both them and professional counsellors with information useful in career planning.

Conclusions and final remarks

Generally speaking, the results of the competency research for both schools (XI LO in Kraków and PKZiU in Wieliczka) showed that for this group of participants there was a marked increase in acquisition of all ten entrepreneurial competencies. It demonstrates that the workshop program achieved the goals set, i.e. it fostered the development of each competency. On the other hand, the individual achievements of the workshop participants in the acquisition of particular competencies depended on some factors, including individual characteristics, particularly visible and assessed during the Initial Assessment, and then their contribution to work and commitment to solving tasks that shape and develop individual competencies. Not all competencies can be prepared similarly by the participants. It must be borne in mind that the development of competencies is influenced by some factors relating to the participant's personal and external circumstances, including the conditions of the place of the workshop and time of the course, the competency and involvement of the trainer, etc.

The research may be the starting point for further research and analyses of the process of shaping entrepreneurial competencies in students of different types of schools and curricula. More research is needed among the larger student populations to confirm proposed generalisations and conclusions, especially showing the process and methods of acquiring the skills required to find an attractive occupation in a dynamically changing labour market. Nevertheless, the results of the pilot studies carried out in the test phase of the project indicate high usefulness, i.e. Attractiveness and effectiveness of the

proposed support tools, both regarding diagnosis (assessment) of the level and development of entrepreneurial competencies in the educational practice².

References

- Baumeister, R.F., Smart, L., Boden, J.M. (1996). Relation of threatened egotism to violence and aggression: the dark side of high self-esteem. *Psychological Review*, 103, 5–33.
- Diener, E., Diener, M. (1995). Cross-cultural correlates of life satisfaction and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(4), 653–663.
- Dominiak, J., Rachwał, T. (2016). Chief development tendencies, structural changes and innovativeness of the industrial and service sectors in Poland. *Quaestiones Geographicae*, 35(4), 49–69. DOI: 10.1515/quageo-2016-0034
- Grabowiec, A. (2011). *Samoocena dzieci krzywdzonych w rodzinie*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. [Self-assessment of children abused in the family.]
- Higgins, E.T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94(3), 319–340.
- Jimenez, J.J., Wach, K. (2014). The Entrepreneurial Profile of Students Participating in the Academic Entrepreneurship Source: Pilot Study Results. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 121–144.
- Kilar, W., Kurek, S., Osuch, W., Rachwał, T., Świętek, A. (2016). Koncepcja oceny i kształtowania postaw przedsiębiorczych na podstawie narzędzi wypracowanych w ramach projektu RLG. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 426–443. [The concept of assessment and development of entrepreneurial attitudes based on instruments developed within the framework of the project RLG.]
- Kulas, H. (1986). *Samoocena młodzieży*. Warszawa: WSiP. [Self-esteem of youth.]
- Oleś, P.K. (2008). *Wprowadzenie do psychologii osobowości*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar. [Introduction to personality psychology.]
- Płaziak, M., Rachwał, T. (2014). Entrepreneurship Courses in Spatial Management Studies in Polish Universities. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 110, 710–718. DOI: 10.1016/j.sbspro.2013.12.915
- Rachwał, T. (2015). Structural changes in Polish industry after 1989. *Geographia Polonica*, 88(4), 575–605. DOI: 10.7163/GPol.0035
- 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: 10.15678/EBER.2016.040105
- Rachwał, T., Wach, K. (2016). Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankietyzacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 405–415 [An investigation into entrepreneurial intentions of the young generation: survey results among students of non-economic fields of studies.]
- Szewczuk, W. (1985). *Słownik psychologiczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna, 275. [Dictionary of Psychology.]
- Wach, K., Wojciechowski, L. (2016). Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 83–94. DOI: 10.15678/EBER.2016.040106
- Wosik-Kawala, D., 2007. *Korygowanie samooceny uczniów gimnazjum*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej. [Correcting self-evaluation of junior high school students.]

² Teaching materials and tools for assessing the level of competencies developed within the project will be available in Polish, English, Hungarian and German after its completion, i.e. At the end of 2017. To receive information on their availability, get in touch at rlg@up.krakow.pl

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, 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 Dean for Research and International Relations of Faculty of Geography and Biology, 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, PhD, 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, the Deputy Dean of Faculty of Geography and Biology. He is a university lecturer employed in the Didactics of Geography Department, Institute of Geography at the Pedagogical University of Cracow. 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, 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, specialisation in entrepreneurship and spatial planning. Assistant 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 labour market and the quality of life of the Roma in Poland.

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, Rector's Proxy for Entrepreneurship, member of the Senate of the Pedagogical University of Cracow, a Deputy Chair of the Industrial Geography Commission 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* and *Geographia Polonica*. 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.

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. Świętek)

ul. Podchorążych 2

30-084 Kraków, Poland

e-mail: w.kilar@up.krakow.pl (W. Kilar)

e-mail: sgkurek@up.krakow.pl (S. Kurek)

e-mail: wiktos_@wp.pl (W. Osuch)

e-mail: swietekaga@wp.pl (A. Świętek)

e-mail: T.Rachwal@up.krakow.pl (T. Rachwał)

This article was written under the “Reaching Lost Generation” (RLG) project funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission and National Agency of Erasmus+ Programme cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



TOMASZ RACHWAŁ
Pedagogical University of Cracow, Poland

Entrepreneurship in School in the Conditions of the Education System Reform in Poland – a Voice in the Discussion on the Directions of Change

Abstract: Preceded by the debate, the 2016 implementation of the school reform in Poland brought serious organisational and program changes. These changes also concern entrepreneurship education, therefore the subject of the article is the discussion on the proposals of the Ministry of Education regarding changes to the school system, in the context of yet another comprehensive organisational and program reform of the Polish education system. The primary goal of the paper is to present the direction of change, based on the current research and discussions conducted by various forums. The author's claims in this regard are based not only on his reflections but also on the voices presented by the participants of Kraków entrepreneurship conferences and conventions of teachers, as well as by the authors of the papers included in the previous volumes of this annual. Under the limited number of hours dedicated to the teaching of entrepreneurship in post-primary schools in general education, that is, compulsory for all pupils, the most important is the careful selection of objectives and content of entrepreneurship education. The article concludes with the presentation of the essential conditions influencing the success of the implementation of changes, mainly related to the appropriate preparation of entrepreneurship teachers.

Keywords: core curriculum; education system of Poland; entrepreneurship education; reform of education system

Received: 20 February 2017

Accepted: 30 June 2017

Suggested citation:

Rachwał, T. (2017). Entrepreneurship in School in the Conditions of the Education System Reform in Poland – a Voice in the Discussion on the Directions of Change. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 330–339. DOI: 10.24917/20833296.13.24

Introduction

Entrepreneurship is one of the pillars of the socio-economic development of spatial systems of various scales, from local to regional, national and global levels. Many authors

(Zioło, Rachwał 2012) drew attention to this issue, later acknowledged by K. Wach (2015) who reviewed the literature on the subject. Numerous authors also point out that the foundation for the development of entrepreneurship in particular socio-economic conditions is good education at all levels: from kindergarten to higher education, as well as through lifelong learning, i.e. continuous education and training (*Entrepreneurship Education...*, 2013; Nowak, 2016; Rachwał, 2005, 2010; Wach, 2013, 2014; Zioło, 2012). However, as Andrzejczyk (2016) points out, there are many research methods used in education and entrepreneurship research, and one of the significant problems of the current study of entrepreneurship vs. education is the inability to compare their results. It is because researchers from different countries apply different measures of entrepreneurship and education. Moreover, it is worth pointing out, following the same author, that studying the impact of education on entrepreneurship is extremely difficult, and some researchers and practitioners even question the effectiveness of entrepreneurship education at all, paying more attention to the process of learning or shaping entrepreneurial attitudes by individuals themselves. The role of the teacher, in this case, is to inspire to develop entrepreneurial competencies (Żur, 2014), rather than conduct classical teaching which involves the transfer of knowledge from teacher to student.

In the light of the above-mentioned, the theme of the article is the discussion on the proposals of the Ministry of National Education of the Republic of Poland concerning changes in the education system in the context of the next major organisational and program reform of the Polish school system. The main aim of the paper is to present directions of changes, based on previous research, discussions conducted by various fora, including the Kraków conferences on entrepreneurship and education issues connected with the teachers' conventions (Rachwał, 2014), as well as contained in the journal "Entrepreneurship – Education". The author's claims in this regard are based not only on his reflections but also on the voices presented by the participants of these conferences and conventions, as well as by the authors of papers in the previous volumes of this periodical.

Issues of changes in entrepreneurship education in the Polish school in the literature of the subject

Although the research on entrepreneurship education is quite broad (Wach, 2016) and many academics are addressing this issue, however, a small number of researchers in Poland are addressing program reform issues at the school level. A number of publications refer to university education. Program changes in the field of entrepreneurship education in primary and secondary schools are of interest to few authors (Górz, Rachwał, 2006). An interesting comparative study of the core curriculum in Poland and other countries was presented by Berger et al. (2012), noting that in Poland entrepreneurship education is dominated by equipping pupils with economic knowledge and competencies directly related to them. Comprehensive analysis of pre-reform program curricula, which will be valid until 2019/2020 in post-secondary schools of the "old" type, was presented by Rachwał, Kurek and Boguś (2016). Some authors study this issue from the perspective of pupils and teachers (Osuch, 2012; Kurek, Rachwał, Szubert, 2012; Tracz, 2015). A team of researchers from the Pedagogical University of Cracow and the Cracow University of Economics also prepared an extended curriculum framework project (Rachwał et al., 2008). It was to enable the introduction of the basis of entrepreneurship

into the canon of the Matura leaving exam subjects, as proposed by teachers for many years and formulated by many educational circles (Bartoń, 2005).

Organisational and curriculum changes in the education system in Poland since 2017

The work and discussions on the reform of the education system in Poland that have been taking place since 2016, lead to significant organisational changes. They are manifested, among others, by the liquidation of junior high school and the extension of the period of primary and secondary education. In the new primary school, the schooling period will be eight years (until now six), while in high school four (three), technical college five (four), vocational school of the first level – three (instead of two in the previous vocational school). The purpose of the reform is also to make profound program changes, by introducing new framework curricula that define how many hours are spent in a given class in a specific type of school for teaching a particular subject and formulating a new core curriculum. The core curriculum is a document that sets out what goals, content, and specific requirements should be met for a given subject in all schools in Poland as a mandatory minimum. These changes also refer to an important part of the education system, such as entrepreneurship education.

Discussions on the position of entrepreneurship in the education system in the reformed school

Focus on entrepreneurship in the education system or possible new curriculum framework during the public consultation held in 2016, preceding the start of the transition process, was relatively weak. There was only one central debate about entrepreneurship held at the Ministry of National Education. As can be seen from the discussion within the virtual expert panels, other school subjects and organisational changes in education were the priority. There was little interest in the changes referring to this issue. After presenting the framework of the changes in the school system in the middle of 2016, the work on the new curricular plans and core curricula of individual subjects has started, which gives us an opportunity to reflect on the extent to which these changes should affect entrepreneurship in Polish schools. This article is an attempt to introduce this in-depth discussion, including a summary of what the postulates in this regard have been communicated by researchers in recent years, including entrepreneurship teachers and methodologists, as well as teachers of related subjects. This discussion has mostly been taking place for thirteen years at the Krakow conference (www.przedsiebiorczosc.up.krakow.pl) organised by the Department of Entrepreneurship and Spatial Management (www.zpignp.up.krakow.pl) at the Pedagogical University in Cracow (Rachwał, 2014). Moreover, it is present in the only Polish journal devoted to this issue “Entrepreneurship – Education” (www.pe.up.krakow.pl). In particular, due to the ongoing work on the reform, the 13th International Scientific Conference on “International and National Conditions for the Development of Entrepreneurship in Spatial Systems” was held at the Pedagogical University of Cracow on 10–11 October 2016, which was linked to the Convention of Entrepreneurship Teachers. During the Teachers’ Meeting, a special discussion was held on “Entrepreneurship education in Poland under conditions of the education system reform”. As a result of the

presented papers and debates, a standard position of the academic community and experienced teachers was developed, which was sent to the Ministry of National Education of the Republic of Poland. It is worth pointing out that this position mostly refers to previously presented opinions and research results. Also, brief discussions are taking place within other bodies, such as the national convention of entrepreneurship departments in the first half of 2016 and other conferences, or in other journals. It should be emphasised that, although somewhat limited, this is a continuous, multi-year discussion, and its effects are available in the form of articles published in journals.

Rationale and foundations for the discussion about the role, objectives, contents and methods of entrepreneurship education

In the first place, attention should be paid to the relevant premises and foundations for discussing the role, objectives, content and methods of entrepreneurship education, including primarily the fact that entrepreneurship is one of the eight key competencies in the European education system, in addition to mother tongue, foreign language, mathematics and computer skills (*Key Competencies*, 2002; Kurek, Rachwał, 2009). It has to be regarded as a critical competency and should not be marginalised in the Polish school.

It is also worth emphasising that entrepreneurship is not just about setting up a company – it is an important manifestation of entrepreneurship but not the only one. Entrepreneurship for education purposes is understood much broader (see the definition of the European Commission – *Key Competencies*, 2002; *Recommendation*, 2006 and many authors, e.g. Rachwał, 2005; Wach, 2014). It is mainly a set of personality traits that allow active participation in the socio-economic life, preparing for adulthood but also further education as part of career development. Many scholars point out that entrepreneurship of individuals and organisations, as well as central and local governments, plays a fundamental role in the socio-economic development of countries as well as regional (voivodeship), supra-local (poviats, functional and metropolitan area) and local systems (Zioło, Rachwał, 2012; Wach, 2015). Entrepreneurship is also of great importance in counteracting unemployment and strengthening the development of family businesses (Rachwał, 2010). It is reflected in many strategic documents of the OECD, the European Union, Poland, as well as various spatial systems (e.g. development strategies of voivodeships, cities, gminas), which was analysed by Płaziak and Rachwał (2014). For this reason, the European Union allocates a significant amount of resources to research entrepreneurship and entrepreneurship education – practically every year comprehensive reports from various expert panels appear, which indicate that Poland is at a lower level of development of education in this field than other countries (*Entrepreneurship Education*, 2012).

Furthermore, entrepreneurship of the Polish citizens plays a fundamental role in accelerating the development of a home-based economy, whose profits are mainly spent on consumption in Poland, reinvested principally in the country. It is reflected in the reports of business associations and various types of foundations, such as the report of Foundation “Think about the Future” (Fundacja „Pomysł o Przyszłości”) or the reports prepared for the Plan for Responsible Development of Poland. The development of Polish companies stimulates, in turn, domestic innovation which is vitally important in a knowledge-based economy. That is why entrepreneurship education can be regarded as an element of upbringing for economic patriotism, understood as the responsibility

of consumers and entrepreneurs for the prosperity and development of their own country. Thanks to the entrepreneurship of citizens, it is possible to launch the country's economic development programs, mainly based on the use of domestic resources (see the Plan for Responsible Development, announced by Vice-Prime Minister of Poland, M. Morawiecki, and implemented from 2017 as a Strategy for Responsible Development until 2020 with a perspective until 2030 – *Strategia...*, 2017). Changes in education should, therefore, be in line with strategic economic development plans.

Assessment of the current changes in entrepreneurship education

Regarding education for entrepreneurship, great milestones have been made over the last 15 years. This includes the introduction of content in the field of entrepreneurship to junior high school under the subject Civic Education, the subject of Entrepreneurship as compulsory in general education to secondary schools (2 lessons per week in one class) and Economics in practice as optional for high school (1 lesson per week). Therefore, in the context of the program reform debate in the case of entrepreneurship, one should think more about evolutionary rather than revolutionary actions, correction and not the complete redevelopment of the core curriculum.

There have also been thousands of entrepreneurship teachers prepared, recently enrolled mainly in postgraduate qualification studies in entrepreneurship and dual-qualification teacher education (e.g. geography with entrepreneurship, such as those offered at the Pedagogical University of Cracow). It is also worth emphasising in the light of the research that sometimes common opinions about the poor preparation of these teachers are wrong (see Tracz, Rachwał, 2007). Teachers, however, pay attention to the sometimes disrespectful attitude of school students to this subject, resulting from its low rank, because it is not a Matura leaving exam subject, and the number of teaching hours devoted to this subject at school is minimal.

Suggestions for changes

When discussing the place of entrepreneurship in the new education system (which is mainly materialised through the regulation of the Ministry of National Education on the so-called framework and core curricula), it is proposed the following postulates be taken into account:

1. Extension of the elements of entrepreneurship education to lower levels (according to European recommendations and experts, entrepreneurship should be taught from pre-school and early school levels to the lifelong learning process already existing in many countries, e.g. Norway, Denmark). As international comparisons show, economic education begins at the stages 5–7 (pupils aged 12–14), i.e. At the end of current primary school or the beginning of the current lower secondary education in Poland (see also *Eurydice Report: Entrepreneurship Education...*, 2012).
2. Introduction of the content of education to pre-school and early-school education curricula – in the form of playing and discussion, for example, on money as a result of work (where from do parents have the money for supporting the family and buying things for the child) and the functioning of the company (why do we need companies, why do parents work in businesses or run them), attitudes and personality

traits such as ingenuity, willingness to learn and work, undertaking new challenges, as well as activity, diligence, responsibility as elements of an entrepreneurial attitude (why are they important in every human being's life).

3. Separation of the module on entrepreneurship in the Civic Education (in Polish: Wiedza o Społeczeństwie – WOS) at the second stage of education of a new, 8-grade primary school (formerly known as “Education for active participation in economic life” within WOS) in the form of a separate subject. It is of particular importance because, as the research and the voices of the teachers themselves indicate, very often WOS teachers do not feel competent to run this part of the subject. It is because entrepreneurship is often marginalised during the WOS studies. Moreover, they have insufficient time to implement the content of “citizenship” education (which is the most important content of WOS). Thus the content of entrepreneurship in WOS is shortened or even omitted. It may be possible to keep this content as part of WOS, with proper preparation of teachers of this subject (courses, master studies), but their separation into an individual subject seems to be beneficial.
4. Introduction of the possibility of realising the subject of Entrepreneurship in the extended version, with the option of taking it at the Matura exam (as an optional subject), which will enable recruitment for economic universities or other entrepreneurship-based university courses based on the exam results (see the declaration of rectors of economic universities delivered a few years ago to the Ministry of Education through the Department of Education of the Financial Supervision Commission, who declared that the Matura grades in entrepreneurship would be considered in recruitment for economics studies). For those not enrolled in the extended courses, entrepreneurship education could follow the current teaching pattern. It is worth emphasising that the core curriculum for the extended level was once developed by a team of experts from the Pedagogical University of Cracow and the Cracow University of Economics with the support of the Department of Education of the Financial Supervision Commission, and could now be used or be the springboard for further discussion in this regard (proposal is available in the form of the article from Rachwał et al., 2008). It is also worth stressing that the fears that it would not be possible to verify the skills in entrepreneurship in the form of a written exam (what is important in entrepreneurship education) have been resolved after many years of discussion. Experts agree that it is possible to develop excellent worksheets that test not only economic knowledge but also entrepreneurial skills (as seen in the examples of Geography exam papers in the economic geography section, or testing map reading during the Matura exam in Geography).
5. Keeping the subject “Economics in practice” in the framework of teaching hours at the secondary school level as an optional subject, with possible renaming it “Entrepreneurship in practice” as more relevant to the content (as it is about entrepreneurship and not about economics as a science). It is of particular importance if there is no possibility of realising the subject of Entrepreneurship in the extended form.
6. Correction of the core curriculum for entrepreneurship at the secondary and earlier levels of education, in particular:
 - a. removal of unnecessary repetitions between (present) junior high school and high schools, transfer of banal content from high school to “new” primary school (now junior high school), while too demanding – from junior high to high school;

- b. more emphasis on skill development; explicit decision at the core curriculum level relating to the establishment and running a company (fully only at the extended level if it would be possible to implement the foundations of entrepreneurship at this level);
 - c. elimination of unclear wording in learning outcomes (so-called detailed requirements);
 - d. introduction of content (learning outcomes) to pre-school education, integrated education and other subjects in primary school up to grade 4;
 - e. reduction or elimination of certain content that is being implemented through other disciplines (e.g. globalisation issues in geography), and introduction of certain supplementary material, e.g. on social economy of entrepreneurship, strengthening the content by introducing the issues of customer protection, financial services, marketing and management, as well as the role of family businesses or companies in the sector of small and medium enterprises in the economic development of Poland.
7. It is important to maintain the multidisciplinary nature of Entrepreneurship, which is also the subject of economic and financial education in general education in the absence of the possibility of introducing other economic subjects into the school system. The new core curriculum of Entrepreneurship should focus on knowledge and skills related to the functioning of an enterprise and labour market, which should be based on economic awareness of the operation of the market economy and financial knowledge, complemented by skills related to the behaviour of pupils as future customers of financial services.
 8. When creating a new core curriculum, it is worthwhile to draw on the experiences of other countries, but assuming that it is not possible to automatically transfer solutions from other nations to Poland due to different national circumstances.

Terms of change

It is worth noting that the condition for a real difference in entrepreneurship education is the preparation of competent teachers in higher education (and not just via postgraduate qualification) in the field of entrepreneurship, as well as the improvement of active entrepreneurship teachers (e.g. In postgraduate studies). The role of teachers' competencies was emphasised by Tracz and Rachwał (2007). Such studies should be financed by central or local authorities with the support of, for example, EU programs, prepared in cooperation with universities specialising in economic education and teacher preparation.

The key issue in the education process is its continuity at different stages of education and the use of appropriate forms, methods and teaching resources adjusted to the goals, as well as psycho-physical development and perceptual abilities of the pupil. It is of particular importance here to use methods that are conducive to shaping the capacity to observe phenomena and processes taking place in the economy, use new approaches and ICT to acquire, collect, analyse and present information on socioeconomic processes and business operations, as well as conduct regular field work. In particular, it is advisable to visit with the students a company and have a discussion with the owner or one of the managers. To that end, appropriate recommendations could be made to the core curriculum or even included in the curricula framework. It is also important to use more

education strategies that emphasise self-reliance in obtaining information, conducting debates and participating in competitions.

Final remarks

The presented rationale for the discussions, postulates and recommendations, as well as the conditions for introducing core curriculum changes in entrepreneurship education are an attempt to outline areas of discussion that should be undertaken in the course of establishing the curricula in Poland. Experience so far has shown that the willingness of all stakeholders to participate in such discussions is rather small, and the interest of foreign researchers in this topic is negligible. Exceptions are only some of the platforms for the exchange of thoughts, e.g. The Kraków entrepreneurship conferences and teachers' conventions. It remains to be hoped that all those interested in the new shape of entrepreneurial education in Poland will engage in such a discussion to systematically strive to improve its quality. Otherwise, the lack of involvement may lead to the reduction or total marginalisation of Entrepreneurship in the Polish school. Such a situation would not be a good solution for preparing the young generation for active participation in the social and economic life and economic activation of spatial systems of various scales – from local to regional and national, to European and even global.

References

- Andrzejczyk, A. (2016). Metody badań edukacji przedsiębiorczej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 352–363 [*The Research Methods of Entrepreneurship Education*.]
- Bartoń, M. (2005). Przedsiębiorczość jako przedmiot matury 2008. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 255–258 [*Entrepreneurship as a Matura 2008 subject*.]
- Berger, S., Canning, R., Dolan, M., Kurek, S., Pilz, M., Rachwał, T. (2012). Curriculum-making in pre-vocational education in the lower secondary school: A regional comparative analysis within Europe. *Journal of Curriculum Studies*, 44(5), 679–701. DOI: 10.1080/00220272.2012.702223
- Entrepreneurship Education at School in Europe. National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*. (2012). Brussels: Eurydice.
- Górz, B., Rachwał, T. (2006). Uwagi do propozycji zmian podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 2, 226–235. [*Comments about project to the changes in curriculum of the bases for entrepreneurship*.]
- Key Competencies. A developing concept in general compulsory education*. (2002). Brussels: Eurydice.
- Kurek, S., Rachwał, T. (2009). The Role of Business Education in the Development of Entrepreneurship in the Member States of the European Union. *Europa XXI*, 19, 127–142.
- Kurek, S., Rachwał, T., Szubert, M. (2012). Kształtowanie kompetencji biznesowych uczniów gimnazjum w świetle opinii nauczycieli na podstawie wyników badań prowadzonych w ramach europejskiego projektu FIFOB. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 24–36. [*Developing business competencies of students of lower secondary schools according to teachers' opinions based on results of research conducted within EC project FIFOB*.]
- Nowak, H. (2016). The Role of the Polish Higher Education System in the Development of Entrepreneurship. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(4), 43–59. DOI: <http://dx.doi.org/10.15678/EBER.2016.040104>
- Osuch, E., Osuch, W. (2005). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów i rodziców. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 195–202. [*The subject of the basics of entrepreneurship in the opinions of students and parents*.]

- Osuch, W. (2012). Podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów krakowskich szkół – szansa i oczekiwania. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 37–47. [*Basics of Entrepreneurship in Opinions of Students of Upper Secondary Schools in Kraków – Opportunities and Expectations.*]
- Plaziak, M., Rachwał, T. (2014). The Role of Entrepreneurship in Regional Development Strategies (based on the Polish National Strategy of Regional Development 2010–2020). *Europa XXI*, 26, 97–110.
- Rachwał, T. (2005). Kształtowanie postaw uczniów na lekcjach podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 137–144. [*Shaping the attitudes of students in the basics of entrepreneurship lessons.*]
- Rachwał, T. (2010). Entrepreneurship Education as a Growth Stimulus for Family Firms. A. Surdej, K. Wach (eds), *Exploring the Dynamics of Entrepreneurship*, Toruń: A. Marszałek Publishing House, 139–156.
- Rachwał, T. (2014). 10 lat konferencji z cyklu „Przedsiębiorczość – Edukacja” organizowanych przez Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 392–395. [*10 years of the conferences on “Entrepreneurship – Education” organized by the Department of Entrepreneurship and Spatial Management of Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow.*]
- 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: 10.15678/EBER.2016.040105
- 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. [*The Project of the Base for Curriculum of “Basis for Entrepreneurships” Classes in General High Schools, Profiled High Schools and Technical High Schools.*]
- Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competencies for lifelong learning, (2006/962/EC). Official Journal of the European Union, L 394, 30.12.2006.
- Strategia na rzecz odpowiedzialnego rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.). Dokument przyjęty uchwałą Rady Ministrów w dniu 14 lutego 2017 r. [*Strategy for responsible development (of Poland) until 2020 (with a perspective until 2030).*]
- Tracz, M., Rachwał, T. (2007). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości – założenia realizacji a przygotowanie nauczycieli. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 286–296. [*Basis of Entrepreneurship Lessons - Assumption About Realization vs. Preparation of Teachers*]
- Tracz, M. (2015). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów i nauczycieli – studium porównawcze. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 391–400. [*The subject of the basics of entrepreneurship in the opinions of students and teachers – comparison study*]
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246–257. [*Entrepreneurship education towards modern civilization and economic challenges.*]
- Wach, K. (2014). Edukacja dla przedsiębiorczości: pomiędzy przedsiębiorczą pedagogiką a edukacją ekonomiczną i biznesową. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 11–31. [*Entrepreneurship Education: Between Entrepreneurial Pedagogy and Economic Education.*]
- Wach, K. (2015). Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego: przegląd literatury. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 24–36. [*Entrepreneurship as a factor of socio-economic development: literature review.*]
- Wach, K. (2016). Edukacja przedsiębiorcza: analiza bibliometryczna polskiego piśmiennictwa. *Horyzonty Wychowania*, 15(34), 11–26. DOI: 10.17399/HW.2016.153401 [*Entrepreneurship education: bibliometric analysis of Polish scientific literature.*]
- Zioło, Z., Rachwał, T. (2012). Entrepreneurship in geographical research. In: *Contemporary Issues in Polish Geography*, P. Churski (ed.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, 35–155

Zioło, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23. [A place of entrepreneurship in education.]

Żur, A. (2014). Exploring the Role of Inspiration in Entrepreneurship Education. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 179–194.

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, Rector's Proxy for Entrepreneurship, member of the Senate of the Pedagogical University of Cracow, Deputy Chair of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society, 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* and *Geographia Polonica*. 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.

Address:

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

JANINA PACH, KATARZYNA KOWALSKA, RENATA ŚLIWA
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Polska ■ Pedagogical University of Cracow, Poland

Zarys problematyki ekonomii społecznej jako propozycji podejścia do wzmacniania dobrobytu gospodarczego

Social Economics as a Proposal for Fostering Economic Well-Being. An Outline of the Problem

Streszczenie: Ekonomia społeczna jako propozycja alternatywnego podejścia do zarządzania rzadkimi zasobami gospodarki powróciła jako reakcja na efekty neoliberalnego porządku gospodarczego. Kiedy zarówno państwo, jak i rynek okazały się niezdolne do stworzenia takich konstelacji organizacyjnych, które doprowadziłyby do optymalnego zaspokojenia potrzeb społecznych – potrzeb, które rodzą się zarówno z tradycyjnych uwarunkowań rozwoju społeczno-gospodarczego, jak i tych niesionych współczesnymi przemianami krajowymi, regionalnymi i globalnymi (np. starzenie się społeczeństw, zmiana stylu życia, zmiana modelu rodziny). Kiedy wzrost gospodarczy w efekcie podnoszenia wydajności i działań polityki ekonomicznej jest w dużej mierze obciążony zjawiskiem bez zatrudnieniowości, wskaźniki zatrudnienia wciąż pozostają wyzwaniem dla polityków gospodarczych, dostęp do pracy jest nierówny dla poszczególnych grup społecznych, coraz wyraźniej ukazuje się mnogość organicznych inicjatyw społecznych nastawionych na tworzenie warunków sprzyjających zaspokajaniu potrzeb niezaspokojonych ani przez państwo, ani przez rynek. Istota ekonomii społecznej ujawnia się w przypadku analizy możliwości zagospodarowania zasobów tkwiących w takich grupach społecznych, jak: byli więźniowie, kobiety, w tym samotnie wychowujące dzieci, niepełnosprawni, mniejszości narodowe, długo chorujący pracownicy i bezrobotni, w tym przede wszystkim chorzy psychicznie. Z jednej strony (od strony rynku), miejsca pracy dla takich osób często wymagają przystosowania do specjalnych potrzeb, a proces zawodowego wdrażania tych osób czy utrzymywanie ich stałego zatrudnienia pociąga za sobą znaczące nakłady, na które przedsiębiorstwo zarządzanie tradycyjnie na rynku przeważnie nie może sobie pozwolić. Z drugiej strony (od strony państwa), sprowadzanie pomocy dla narażonych na dyskryminowanie zawodowe grup społecznych w przeważającej mierze do pomocy pieniężnej czy uprzywilejowanego dostępu do opieki zdrowotnej jeszcze bardziej wyklucza te grupy z rynku pracy, życia społecznego, a całe społeczeństwo/budżet państwa istotnie obciąża finansowo.

Abstract: Social economy is an alternative way of resolving economic problems, a response to the effects of neoliberal economic order when neither market nor state were able to set up the conditions to satisfy the needs of people. The economic growth burdened by unemployment and unequal access to the labor market has revealed the magnitude of organic socio-economic initiatives. The nature of social economics is focused on the engagement of potential economics resources inherent to economically de-favoured

groups of society to enhance economic processes. Since such kind of workers represent for private sector an additional source of costs, and the national systems of social aid has appeared to be inert and ineffective, social economy outstretches very promising array of proposals to enrich economic results in the economy as a whole.

Słowa kluczowe: ekonomia społeczna; gospodarka społeczna; procesy gospodarowania zorientowane społecznie; przedsiębiorczość społeczna

Keywords: socio-driven economic processes; social economics; social economy; social entrepreneurship

Otrzymano: 20 października 2016

Received: 20 October 2016

Zaakceptowano: 25 lutego 2017

Accepted: 25 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Pach, J., Kowalska, K., Śliwa, R. (2017). Zarys problematyki ekonomii społecznej jako propozycji podejścia do wzmacniania dobrobytu gospodarczego. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 340–351. DOI: 10.24917/20833296.13.25

Spółeczna gospodarka rynkowa oparta na wolności działalności gospodarczej, własności prywatnej oraz solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych stanowi podstawę ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej.

Art. 20 Konstytucji RP

Wstęp

Ekonomia społeczna w kategoriach propozycji alternatywnego podejścia do zarządzania rzadkimi zasobami gospodarki powróciła jako reakcja na efekty neoliberalnego porządku gospodarczego. Kiedy zarówno państwo, jak i rynek okazały się niesprawne i niezdolne do współdziałania, które doprowadziłoby do optymalnego zaspokojenia szeroko rozumianych potrzeb społecznych¹, wyłonił się szeroki obszar funkcjonowania społeczeństwa, który ukazuje coraz mocniejszy potencjał do rozwiązywania problemów ekonomicznych. Państwo i rynek podlegają długofalowej i gradualistycznej przemianie, w którą przenika również działalność podmiotów sektora organizacji pozarządowych. Ujawnia się w ten sposób przestrzeń do formowania się podmiotów ekonomii społecznej jako jednego z motorów instytucjonalnej transformacji państwa i rynku. Ekonomia społeczna pozostaje nadal w fazie poszukiwania swojej szeroko rozumianej organizacyjno-instytucjonalnej struktury w procesie stymulowanym oddolnie problemami osób wykluczonych, defaworyzowanych, marginalizowanych, stygmatyzowanych. Ekonomia

¹ Dotyczy to zarówno tradycyjnych potrzeb społecznych, związanych z ubóstwem, dysproporcjami dochodowymi, bezrobociem, zanieczyszczeniem środowiska naturalnego, jak i tych niesionych współczesnymi przemianami krajowymi, regionalnymi i globalnymi, np. starzeniem się społeczeństw, zmianą stylu życia, zmianą modelu rodziny itp.

społeczna wyrasta na podłożu kształtowanym przez procesy napędzane innowacyjnymi pomysłami, rozwiązaniami, formującymi jej zakres i potencjał. Nakierowana jest na neutralizowanie problemów generowanych przez państwo i rynek, eliminację ich niesprawności i wyrównywanie negatywnych skutków decyzji podmiotów rynkowych i państwowych.

Kiedy wzrost gospodarczy w efekcie podnoszenia wydajności i działań polityki ekonomicznej jest w dużej mierze obciążony zjawiskiem bez zatrudnienia, wskaźniki zatrudnienia wciąż pozostają wyzwaniem dla polityków gospodarczych, dostęp do pracy jest nierówny dla poszczególnych grup społecznych, coraz wyraźniej ukazuje się mnogość organicznych inicjatyw społecznych nastawionych na tworzenie warunków sprzyjających zaspokajaniu potrzeb niezaspokojonych ani przez rynek, ani przez państwo.

Istota ekonomii społecznej ujawnia się również w przypadku analizy możliwości zagospodarowania zasobów tkwiących w takich grupach społecznych, jak: bezrobotni, byli więźniowie, kobiety, w tym samotnie wychowujące dzieci, niepełnosprawni, mniejszości narodowe. Z jednej strony (od strony rynku), miejsca pracy dla takich osób wymagają wielokrotnie przystosowania do specjalnych potrzeb, a proces zawodowego wdrażania tych osób czy utrzymywanie ich stałego zatrudnienia pociąga za sobą znaczące nakłady, na które przedsiębiorstwo zarządzające tradycyjnie na rynku przeważnie nie może sobie pozwolić. Z drugiej strony (od strony państwa), pomoc dla narażonych na dyskryminowanie zawodowe grup społecznych sprowadzana w przeważającej mierze do pomocy pieniężnej czy uprzywilejowanego dostępu do opieki zdrowotnej jeszcze bardziej wyklucza te grupy z rynku pracy i życia społecznego, a budżet państwa istotnie obciąża finansowo.

Ekonomia społeczna jest jednym z obszarów poszukiwań innowacyjnych rozwiązań problemu wykluczenia społecznego grup defaworyzowanych. Natomiast w przedsiębiorstwach społecznych rozumianych jako organizacje pozarządowe, firmy społeczne (sektor biznesu), spółdzielnie (pracy, socjalne) upatruje się dalszego rozwoju potencjału ekonomii społecznej. Działania z zakresu ekonomii społecznej aktywowane przez przedsiębiorców społecznych: lokalnych aktywistów, społeczników i biznesmenów, nakierowane są na dążenie do powiększania „wartości społecznej” (wzrostu dobrostanu) danej społeczności (Peredo, McLean, 2014).

Celem opracowania jest zarysowanie istoty ekonomii społecznej z punktu widzenia jej użyteczności dla powiększania dobrobytu społecznego oraz próba odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

- Jakie są podwaliny i zasady ekonomii społecznej?
- Jakie funkcje pełni ekonomia społeczna we współczesnej gospodarce?
- Na czym polega działalność przedsiębiorstwa społecznego, przedsiębiorcy społecznego?
- Jakie są istota i założenia Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej?

Podwaliny pojęciowe w ramach podejścia ekonomii społecznej

Ekonomia to nauka o racjonalnych wyborach produkcyjnych, starająca się znaleźć odpowiedzi na takie pytania, jak:

1. Co i ile produkować w warunkach ograniczonych (rzadkich zasobów), z jakimi mamy do czynienia? Wszystkie bowiem czynniki produkcji, zasoby ziemi, pracy, kapitału (finansowego i rzeczowego), technologii, informacji są ograniczone, tzn. nie

są dobrami wolnymi, mają swoją cenę². Im bardziej są ograniczone, tym ich cena jest wyższa. Wszystkiego zatem nie można wytwarzać, należy dokonać wyboru, ale czy rynek (popyt) jest właściwym regulatorem, sprawnym mechanizmem w tym względzie. W związku z tym uzyskanie odpowiedzi na to pytanie jest trudne i każdy z kierunków ekonomii inaczej podchodzi do kwestii związanych z wyborami produkcyjnymi, ich konsekwencjami i uwarunkowaniami, miarami racjonalności i efektywności, kosztami alternatywnymi dokonywanych wyborów itp. Każdy wybór produkcyjny wiąże się bowiem z odrzuceniem innej bliskiej możliwości produkcyjnej i należy go analizować w kontekście kosztów alternatywnych, odrzucenia wartości, którą można byłoby zrealizować.

2. W jaki sposób produkować, tzn. przez kogo, z jakich zasobów i za pomocą jakich metod technicznych dobra mają być wytwarzane? Może to dotyczyć wykorzystania energii atomowej bądź energii ze źródeł odnawialnych lub produkcji masowej bądź rękodzieła (odpowiednich ich proporcji). Chodzi o to, by efekty były jak największe, a koszty wytwarzania (szeroko rozumiane) jak najmniejsze. W tym względzie ekonomiści odwołują się do zasady maksymalnego efektu z danych zasobów lub zasady minimalnych nakładów na otrzymanie określonego efektu, jak również szeregu kryteriów gospodarczych i społecznych.
3. Dla kogo mają być wytwarzane dobra, kto będzie je konsumował, w jaki sposób będzie dzielony dochód narodowy w społeczeństwie, czy wpłynie on na zmianę popytu, wielkość i strukturę konsumpcji, dysproporcje dochodowe, zakres ubóstwa itp. Odpowiedzi na te pytania w dużej mierze dostarcza teoria wzrostu i rozwoju gospodarczego, analiza rynku oraz teoria zachowań konsumenta i producenta.

Szeroka grupa ekonomistów uważa rynek za niepodważalny mechanizm alokacji zasobów produkcji, wskazując na jego wielkie zalety. Inni z kolei pokazują niesprawność i bezwzględność (zawodność) rynku i alokacji rynkowej w postaci: braku doskonałej konkurencji, a co za tym idzie występowania monopolu kształtujących ceny oraz efektów zewnętrznych (*externalities*) związanych ze skażeniem powietrza i wody, górnictwem odkrywkowym, szkodliwymi lekami, substancjami radioaktywnymi, niebezpiecznymi odpadami, jak również koniecznością istnienia dóbr publicznych, takich jak obronność kraju, porządek publiczny itp. (więcej: Samuelson, Nordhaus, 1995). W związku z tym podkreślają rolę państwa, niwelującą niesprawność rynku, a dotyczącą działań na rzecz: zwiększenia efektywności, m.in. przez eliminację monopolu, zapewnienie równości i sprawiedliwości dzięki odpowiedniej redystrybucji, eliminację efektów zewnętrznych oraz działań stabilizacyjnych i antycyklicznych państwa, zmniejszających bezrobocie i inflację.

W świetle powyższych rozważań należy podkreślić, iż ekonomia to nauka społeczna badająca, w jaki sposób społeczeństwo podejmuje decyzje o tym co, jak i dla kogo wytwarzać, a zatem tłumacząca obszar ludzkich zachowań obejmujący produkcję, wymianę i konsumpcję dóbr. Wyjaśnia istotę, proces i mechanizm alokacji ograniczonych zasobów produkcyjnych między różne konkurencyjne zastosowania oraz konsekwencje dokonanych wyborów. Konsekwencje te mogą mieć charakter ekonomiczno-społeczny,

² Zasób rzadki (ograniczony) to taki, na który popyt przy jego cenie równej zero przewyższa podaż, inaczej każdy zasób, za który trzeba płacić, jest więc zasobem rzadkim. W procesie produkcji wykorzystuje się niewiele dóbr wolnych (takich, które nie mają swojej ceny), a należą do nich: energia słoneczna, siła wiatru itp. Ich wykorzystanie wiąże się jednak z kosztami urządzeń niezbędnych do ich pozyskania.

ekologiczny, kulturowy. Są one determinowane działaniem rynku i państwa oraz instytucji społecznych, uzupełniających i korygujących obydwa mechanizmy alokacji.

Ekonomia społeczna, gospodarka społeczna, przedsiębiorczość społeczna stanowią konstrukcje pojęciowe do określania jednego ze sposobów prowadzenia działalności gospodarczej łączącej w sobie cele ekonomiczne i społeczne.

Ekonomia społeczna nie jest ani nowym podejściem do ekonomii, ani jej odrębną gałęzią. Jest określoną konstrukcją działalności gospodarczej „ulokowanej w trójkącie: gospodarka rynkowa/społeczeństwo obywatelskie/państwo demokratyczne. Ma ona «sprzyjać godzeniu odmiennych racjonalności przypisywanych rynkowi (r. alokacyjna), państwu (r. dystrybucyjna), społeczeństwu (r. solidarności)»” (Kwaśnicki, 2005). Ekonomia społeczna jest swego rodzaju platformą do rozwiązywania problemów związanych z wyborami gospodarczymi: co i ile, w jaki sposób, dla kogo produkować? Podmioty ekonomii społecznej muszą generować nadwyżkę ekonomiczną do realizacji swoich celów.

Ekonomia społeczna bazuje na tym, że zarówno cele działania jej podmiotów, jak i mechanizmy kontroli tej działalności są społeczne – nastawione na zaspokojenie potrzeb zmarginalizowanej przez rynek i pozostawionej przez państwo grupy społecznej.

Gospodarkę społeczną od gospodarki prywatnej odróżnia głównie nastawienie na wykorzystanie zysku (przeciwdziałanie wykluczeniu), a od gospodarki publicznej – sposób kontroli działalności (kontrola prowadzona przez organizacje obywatelskie, przynoszące korzyści określonej grupie defaworyzowanych członków społeczeństwa – beneficjentów) (Hausner, 2008).

Ekonomia społeczna nie funkcjonuje pod wspólnym, ogólnym wzorcem. Każdorazowo formuje się ona pod wpływem lokalnych czynników (*lokalna samowiedza*) kształtowanych przez globalne idee (ekologię, wyzysk korporacji) z jednej strony oraz współczesnych patogenicznych czynników masowego wykluczania społecznego (prekariat, osamotnienie ludzi starych, przestępczość dziecienna, dewastacja ekologiczna) z drugiej strony (Mazur, Pacut, 2008).

Działalność podmiotów ekonomii społecznej charakteryzują pewne wspólne zasady (za: Defourny, Develtere, 2008; Hausner, 2008):

- prymat świadczenia usług dla wspólnoty nad zyskiem,
 - autonomiczne zarządzanie,
 - demokratyzacja procesu decyzyjnego,
 - przewaga ludzi i pracy przy podziale dochodu nad kapitałem,
 - lokalne zakorzenienie i działania na rzecz wspólnoty lokalnej.
- Cechy te determinują następujące relacje społeczne (Hausner, 2008: 21):
- „cel społeczny: relacje między organizacją ekonomii społecznej a beneficjentami jej działania: nie dla zysku, a dla społecznej użyteczności,
 - autonomiczne zarządzanie: relacje między interesariuszami: żaden nie może narzucić zmiany statutowego celu organizacji ekonomii społecznej,
 - demokratyczne decydowanie: relacje między członkami organizacji ekonomii społecznej: faktycznie każdy członek może mieć wpływ na jej funkcjonowanie,
 - praca nad kapitałem: relacje między interesariuszami i członkami organizacji ekonomii społecznej: wypracowana nadwyżka ekonomiczna nie jest dystrybuowana, lecz służy realizacji celu społecznego,
 - lokalne zakorzenienie: relacja między organizacją ekonomii społecznej a wspólnotą lokalną: działanie w ramach wspólnoty i dla niej”.

Funkcje pełnione przez ekonomię społeczną

Kluczową funkcją ekonomii społecznej jest przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu, w tym zwłaszcza grup zagrożonych: długotrwale bezrobotnych, bezdomnych, uzależnionych, izolowanych. Podmioty funkcjonujące w ramach ekonomii społecznej mają się przyczyniać do podniesienia spójności społecznej w obszarach, w których nie radzi sobie ani rynek, ani administracja publiczna.

Ekonomia społeczna ma tworzyć materialną bazę dla działania organizacji obywatelskich, promować alternatywne formy kredytowania, wzmacniać kapitał społeczny, służyć regeneracji lokalnej przestrzeni publicznej, sprzyjać urzeczywistnieniu idei obywatelskości, ułatwiać reformowanie sektora usług publicznych. Ponadto, ekonomia społeczna ma dawać gospodarce odpowiedni zastrzyk energii, tworząc w niej nowe obszary rozwoju, nowe konstelacje działalności i sposobów rozwiązywania problemów społeczeństwa, przeciwdziałając pogłębiającym się nierównościom społecznym, wykluczeniu. Ekonomia społeczna ma tworzyć platformę łączenia się sił reprezentantów różnych sektorów gospodarki i członków poszczególnych społeczności w celu kumulowania ich potencjału w działalności skierowanej na wypracowywanie dobra wspólnego, w tym na działania wspierające *systemowe innowacje społeczne* (włączenie do rozwiązań systemowych mechanizmów wsparcia dla współwystępujących, zróżnicowanych problemów społecznych nierozwiązywalnych w oderwaniu od złożonego i dynamicznego otoczenia).

Realizacja tych funkcji jest wzmacniana przez oparcie się na zaangażowaniu w procesie współdziałania sektora publicznego, prywatnego, pozarządowego, jak również całych grup obywateli. Ich rola zostaje też intensyfikowana takim podejściem do łączenia posiadanych zasobów w kierunku rozwiązywania problemów ekonomicznych, które byłoby zorientowane wspólnotowo.

Funkcje ekonomii społecznej łączone są z rolą społecznego przedsiębiorcy, który (Leadbeater, 1997: 25):

- **„w krótkim okresie** tworzy dodatkowe miejsca pracy, przyczyniając się do generowania dodatkowej wartości, jak i obniżania wydatków publicznych,
- **w średnim okresie** wprowadza rozwiązania umożliwiające reformowanie tradycyjnego państwa opiekuńczego,
- **w długim okresie** kreuje i wykorzystuje kapitał społeczny”.

Ekonomia społeczna rozwija się spontanicznie, z czasem rodzi się potrzeba tworzenia ram prawnych i poddania tej działalności pewnej regulacji, w czym upatruje się jej społeczno-instytucjonalnego zakorzenienia.

Ekonomia społeczna postuluje ustrój scalający wydajność gospodarczą ze sprawiedliwością dla ludzi. Efektywność ekonomiczna rozumiana jest jako obniżanie kosztów produkcji, wzrost produkcji, wzrost jakości. Efektywność społeczna postrzegana jest jako likwidacja bezrobocia, nędzy.

Przedsiębiorstwo społeczne jako serce ekonomii społecznej

Motorem rozwoju ekonomii społecznej jest przedsiębiorstwo społeczne, określane jako działalność o głównie społecznym nastawieniu, której zyski w założeniu są reinwestowane w jej cele lub we wspólnotę, a nie wykorzystywane do maksymalizacji zysku

lub zwiększenia dochodu udziałowców czy też właścicieli (definicja europejskiej sieci badawczej EMES, European Research Network).

EMES wskazuje kryteria społeczne i kryteria ekonomiczne, którymi powinny się charakteryzować inicjatywy wpisujące się w ekonomię społeczną.

Kryteria ekonomiczne:

- prowadzenie działalności w sposób względnie ciągły, regularny, w oparciu o instrumenty ekonomiczne;
- niezależność, suwerenność instytucji w stosunku do instytucji publicznych;
- ponoszenie ryzyka ekonomicznego;
- istnienie (choćby nielicznego) płatnego personelu.

Kryteria społeczne:

- wyraźna orientacja na społecznie użyteczny cel przedsięwzięcia;
- oddolny, obywatelski charakter inicjatywy;
- specyficzny, możliwie demokratyczny system zarządzania;
- możliwie wspólnotowy charakter działania;
- ograniczona dystrybucja zysków (Defourny, 2005).

Prezentowany zestaw kryteriów jest definicją idealnego przedsiębiorstwa społecznego. W rzeczywistości oznacza to, że od przedsięwzięć zaliczanych do tego sektora nie wymaga się spełnienia wszystkich kryteriów, lecz większości z nich.

Przedsiębiorstwo społeczne jest formą aktywności społeczno-gospodarczej, istniejącej w postaci bądź organizacji pozarządowej, bądź spółdzielni socjalnej czy spółki handlowej, która nie jest nastawiona na zysk. Do podmiotów ekonomii społecznej zalicza się:

- a. organizacje pozarządowe oraz podmioty wymienione w art. 3 ust. 3 *Ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o pożytku publicznym i wolontariacie* (Dz.U. z dnia 29 maja 2003 r. z późn. zm.), wśród których najczęściej wymienia się:
 - stowarzyszenia,
 - fundacje,
 - spółdzielnie socjalne.
- b. Centra Integracji Społecznej (CIS),
- c. Kluby Integracji Społecznej (KIS),
- d. Zakłady Aktywności Zawodowej (ZAZ),
- e. Warsztaty Terapii Zajęciowej (WTZ),
- f. spółdzielnie pracy, spółdzielnie inwalidów i niewidomych.

Ponadto, interesariusze/użytkownicy przedsiębiorstwa społecznego stanowią szeroką grupę osób. Są wśród nich najczęściej wymieniani:

- pracownicy,
- członkowie,
- odbiorcy/beneficjenci,
- klienci,
- inwestorzy, grantodawcy, sponsorzy,
- fundatorzy,
- podatnicy,
- samorząd lokalny,
- wolontariusze,
- lokalna społeczność.

Zalety przedsiębiorstwa społecznego sprowadzają się szczególnie do wzbudzania poczucia własności, która jest wspólna, tworzenia bliższych więzi interesariuszy z przedsiębiorstwem, bezpośredniego kontaktu z odbiorcami dóbr. Na tej podstawie tworzone są mechanizmy silniejszego zaangażowania pracowników i innych interesariuszy w działalność organizacji.

Wady przedsiębiorstwa społecznego uwypuklane są w takich cechach przedsiębiorstwa społecznego, jak stosunkowo powolny proces podejmowania decyzji (konieczność szerszych konsultacji, mniejsza niezależność decyzyjna zarządu), ścieranie się interesów (interes członków organizacji a interes całej organizacji może się znaleźć w konflikcie), podejmowanie decyzji przez szerokie grono akcjonariuszy/spółdzielców organizacji (walne zgromadzenie), za które odpowiedzialność ponosi zarząd organizacji.

Wybrane inicjatywy podejmowane w ramach formowania (się) gospodarki społecznej

Grupa ekspertów do spraw przedsiębiorczości społecznej przy Komisji Europejskiej od 2011 r. wskazuje na najbardziej strategiczne obszary rozwoju ekonomii społecznej w państwach członkowskich Unii Europejskiej. Wymienia się wśród nich konieczność poprawy dostępu do zdyskretyzowanych form finansowania dla przedsiębiorstw społecznych (praca nad systemem Europejskich Funduszy Przedsiębiorczości Społecznej), wzmoczenie doradzania Komisji Europejskiej w zakresie możliwości wykorzystania środków z Programu na rzecz Zatrudnienia i Innowacji Społecznych³ z 2013 r. (połączone inicjatywy PROGRESS, EURES, Progress Microfinance), dokonanie wskazań na sposoby włączenia się przez przedsiębiorstwa społeczne do procesu stymulowania prywatnych inwestycji czy poprawy sytuacji na rynku pracy (Inicjatywa na rzecz Przedsiębiorczości Społecznej [Social Business Initiative, SBI]). Znacząca stymulacja roli usług społecznych upatrywana jest w programach europejskich takich jak POWER i programach regionalnych⁴.

Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej (KPRES) wypracowany przez Grupę ds. Strategicznych działającą w ramach Zespołu ds. Rozwiązań Systemowych w Zakresie Ekonomii Społecznej, pod przewodnictwem Ministra Pracy i Polityki Społecznej określa najważniejsze obszary stymulacji rozwoju ekonomii społecznej, a w jej ramach przedsiębiorstw społecznych w Polsce. Przeprowadzona ocena stała się podłożem do wypracowania celów, zadań i spodziewanych efektów działań. Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej, przyjęty uchwałą nr 164 Rady Ministrów w dniu 12 sierpnia 2014 r. (Monitor Polski 2014, poz. 811 tom 1), stanowi szeroko zarysowany udział państwa i pozostałych interesariuszy w budowaniu ważnego społeczno-gospodarczego znaczenia aktywności z zakresu ekonomii społecznej (Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej, 2014).

„Pakt publiczno-społeczny na rzecz zwiększenia udziału obywateli i wspólnot samorządowych w rozwoju ekonomii społecznej wspierającej działania na rzecz spójności

³ Celem programu ma być zbudowanie podstaw zrównoważonego zatrudnienia, zagwarantowanie odpowiedniej opieki społecznej, przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu i biedzie oraz poprawa warunków pracy.

⁴ Więcej: <http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises/> (data dostępu: 14 października 2016).

społecznej 2020” nie jest alternatywnym rozwiązaniem w stosunku do Krajowego Programu Rozwoju Ekonomii Społecznej. Stanowi on „ideową ramę”, w której mieszczą się propozycje zarówno KPRES, jak i inne związane z przedsiębiorczością społeczną i aktywnością obywatelską. Projekt paktu jest efektem prac Stałej Komisji Ekonomii Społecznej, a w jego ramach ma zostać podjęte zobowiązanie strony rządowej i strony społecznej co do sprzyjania rozwijaniu się ekonomii społecznej w Polsce i wychodzenia naprzeciw rozwiązaniom służącym zaspokajaniu potrzeb społecznych⁵.

Powołany w lutym 2015 r. Małopolski Komitet Rozwoju Ekonomii Społecznej (MKRES) w miejsce Małopolskiego Paktu na rzecz Ekonomii Społecznej ma tworzyć przestrzeń konsultacyjno-doradczą i dobrą współpracę z województwem małopolskim w zakresie działań intensyfikujących wzrastanie idei i praktyk ekonomii społecznej.

Gastronomia, opieka nad dziećmi (żłobki, przedszkola), usługi opiekuńcze, turystyka, przemysły kreatywne, spółdzielnie dla niepełnosprawnych, spółdzielnie współzакładane przez osoby prawne obejmują obszary, na których ekonomia społeczna wyrasta. Większą aktywność w Polsce można wyraźnie zaobserwować w takich obszarach działalności ekonomii społecznej, jak: opieka nad osobami starszymi i niepełnosprawnymi, spółdzielnie socjalne osób prawnych, spółdzielnie działające w przemysłach kreatywnych.

Ludzie coraz bardziej chcą mieć wpływ na organizacje, w których realizują się zawody.

Aktywność w zakresie ekonomii społecznej przejawia się:

- integracją społeczną i działalnością na rynku pracy (integracja grup defaworyzowanych: osób z autyzmem, wychodzących na wolność z więzienia, jak i osadzonych itp.);
- dostarczaniem dóbr publicznych w postaci usług społecznych (edukacyjnych: sklep-stowarzyszenie na utrzymanie szkoły niepublicznej; socjalnych: domy wspólnoty-stowarzyszenia dla bezdomnych – stopniowe przekazywanie im prowadzenia domu; opiekuńcze: prowadzenie instytucji opiekuńczej-stowarzyszenia, negocjacje stawek pielęgniarских, opieki medycznej, prowadzenie apteki; służby zdrowia: spółdzielnie socjalne prowadzą szkolenia sanitariuszek do pracy w szpitalach), w postaci usług technicznych (utrzymywanie zieleni miejskiej, prace porządkowe związane z mieniem publicznym – spółdzielnia socjalna zatrudnia osoby zalegające z płaceniem czynszu, zbieranie odpadów, ich segregacja i utylizacja przez chorych psychicznie i niepełnosprawnych);
- świadczeniem usług o charakterze wzajemnym: działania komercyjne o charakterze wzajemnościowym (ubezpieczenia wzajemne, usługi zdrowotno-opiekuńcze, usługi telefoniczne); alternatywne mechanizmy wymiany (banki czasu – wzajemne dzielenie się kompetencjami, systemy barterowe);
- dostarczaniem usług na otwartym rynku (działalność gospodarcza, w której zatrudnione są osoby np. po kryzysach psychicznych; działalność, z której zysk przeznaczony jest na rehabilitację osób niepełnosprawnych);
- dostarczaniem dóbr publicznych i rozwojem wspólnot lokalnych (np. zagospodarowanie nieużytków na potrzeby atrakcji turystycznych – Park Jurajski w Bałtowie, Energolandia);

⁵ <http://www.pozytek.gov.pl/files/EKONOMIA%20SPOLECZNA/Pakt%20publiczno-spoleczny%20na%20rzecz%20es.pdf> (data dostępu: 10 października 2016).

- działalnością handlową i produkcyjną (ośrodek dla osób uzależnionych, chorych na HIV, AIDS, gdzie prowadzony jest sad ze starymi odmianami polskich drzew owocowych, hodowla królików i kur).

Zakończenie

Ekonomia społeczna eksponuje starania na rzecz wypracowania nadwyżki ekonomicznej ze względu na wartości takie, jak: korzyści dla społeczeństwa, dla środowiska czy innych wartości, których ochrona jest zagrożona w warunkach dążenia do szybkiego zysku prywatnego.

Wartościami fundamentalnymi ekonomii społecznej są godność pracownika i szacunek do jego roli społecznej. Odbudowa tych wartości w ramach rozwoju ekonomii społecznej pozwala przywracać lub zwiększać szanse przywrócenia wielu pracowników społeczeństwu, zabezpieczyć dla nich doświadczanie poczucia wartości, które im się prawnie i konstytucyjnie należą.

Gdyby przyjąć, że wykluczenie zaczyna się od wykluczenia ekonomicznego, a równoważenie rozwoju od dbałości o etyczny produkt, wówczas generowane w ramach ekonomii społecznej wartości stanowią wzmocnienie efektywności wykorzystania czynników wytwórczych w przedsiębiorstwach i endogenicznie intensyfikują rozwój lokalny, krajowy a następnie regionalny czy światowy.

Ekonomia społeczna sprowadza się do „osiągania celów społecznych metodami gospodarczymi”. Metodami, w ramach których pracownicy mają wpływ na swoje miejsce pracy, współkształtują swoje relacje zawodowe, tworzą wspólnotowość w zarządzaniu firmą, doświadczają otwartości na finanse firmy, budowane relacje w miejscu pracy osadzane są silnie na uczciwości w prowadzeniu biznesu oraz na odpowiedzialności.

Podkreśla się w dyskusjach na temat ekonomii społecznej opłacalność inwestowania w wartości ekonomii społecznej. Ta opłacalność budowana jest na poważnych relacjach z pracownikami, którzy w różnoraki sposób motywowani są do pracy, tak jakby pracowali dla siebie czy w rodzinie; tak, żeby czuli sens wykonywanej pracy. Klienci bowiem coraz częściej szukają w kupowanych towarach, a szczególnie usługach, cech etyki (kupując w danej firmie, bo ta postępuje etycznie).

Jako filary przedsiębiorstw społecznych wymienia się etykę, edukację, współpracę i radość z wykonywanej pracy. Jednocześnie przedsiębiorcy podkreślają, że wartości te są komunikowalne oraz że ich występowanie w misji, celach czy strategiach działania danej organizacji jest korzystne, w tym niejednokrotnie biznesowo. Ważną rolę w zarządzaniu odgrywa kultywowanie wartości autentyzmu, który opiera się na prawdzie, wierze i wspólnotcie. Dbalność o stabilne i trwałe miejsca pracy, które oferują w sobie nie tylko wartości ekonomiczne związane z zarabkowaniem, lecz także poczucie godności, współodpowiedzialności za rozwój firmy wewnętrznie, wzmacnia szanse przetrwania na rynku i zaspokajania potrzeb wobec swoich interesariuszy.

Aktywność w ramach sfery ekonomii nasyconej wartościami społecznymi formuje również rodzaj przedmurza do otwartego rynku pracy dla wielu (współ-)pracowników.

Poszukiwanie polskiego modelu ekonomii społecznej wciąż trwa.

Literatura

References

- Defourny, J., Develtere, P. (2008). Ekonomia społeczna: ogólnościowy trzeci sektor, w: *Antologia kluczowych tekstów. Przedsiębiorstwo społeczne, publikacja FISE*, Warszawa.
- Defourny, J. (2005). Przedsiębiorstwo społeczne w poszerzonej Europie: koncepcja i rzeczywistość. W: *Ekonomia społeczna*. Warszawa: Związek Lustracyjny Spółdzielni Pracy, Ministerstwo Polityki Społecznej, 52–54.
- Hausner, J. (2008) Ekonomia społeczna. Konceptualizacja. W: S. Mazur, A. Pacut (red.), *Ekonomia społeczna a publiczne służby zatrudnienia w Polsce – zasady, perspektywy i kierunki współpracy*. Warszawa: FISE.
- <http://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises/> (data dostępu: 14 października 2016).
- <http://www.pozYTEK.gov.pl/files/EKONOMIA%20SPOLECZNA/Pakt%20publiczno-spoleczny%20na%20rzecz%20es.pdf> (data dostępu: 10 października 2016).
- Krajowy Program Rozwoju Ekonomii Społecznej. (2014). Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Biblioteka Pożytku Publicznego.
- Kwaśnicki, W. (2005). Gospodarka społeczna z perspektywy ekonomii liberalnej. *Trzeci Sektor*, 2, 12.
- Leadbeater, Ch. (1997). *The Rise of the Social Entrepreneur*. London: Demos.
- Mazur, S., Pacut, A. (red.) (2008). *Ekonomia społeczna a publiczne służby zatrudnienia w Polsce – zasady, perspektywy i kierunki współpracy. Poradnik*. Warszawa: FISE.
- Peredo, A.M., McLean, M. (2014). Przedsiębiorczość społeczna: krytyczny przegląd koncepcji. *Ekonomia Społeczna*, 1(9).
- Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D. (1995). *Ekonomia*, t. 1. Warszawa: PWN, 88–96.

Janina Pach, prof. UP, dr hab. Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, kierownik Katedry Ekonomii i Polityki Gospodarczej w Instytucie Politologii. Obszary zainteresowań: ekonomia, międzynarodowe stosunki gospodarcze, międzynarodowe przepływy kapitału, finanse publiczne, finanse lokalne i gospodarka finansowa samorządu terytorialnego, system podatkowy.

Janina Pach, associate professor of the Pedagogical University of Cracow, head of the department of Economics and Economic Policy at the Institute of Political Science. Areas of interest: theory of economics, international economics, international capital flows, public finance and financial economy of local government, tax system.

Katarzyna Kowalska, dr nauk ekonomicznych w dyscyplinie ekonomia, adiunkt w Katedrze Ekonomii i Polityki Gospodarczej Instytutu Politologii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Obszary zainteresowań: konkurencyjność przedsiębiorstw, integracja pionowa i pozioma przedsiębiorstw, zrównoważony łańcuch dostaw, zarządzanie ryzykiem reputacyjnym przedsiębiorstw, CSR.

Katarzyna Kowalska, Doctor of Economics, associate professor at the Institute of Political Science of the Pedagogical University of Cracow. Areas of interest: competitiveness of enterprises, vertical and horizontal integration of enterprises, sustainable delivery chain, reputation risk management, CSR.

Renata Śliwa, dr nauk ekonomicznych, adiunkt w Instytucie Politologii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Obszary zainteresowań: regulacja procesów gospodarczych, specyfika regulacji sektorów infrastrukturalnych, systemowe uwarunkowania podejmowania decyzji, ordoliberalne podstawy systemu gospodarczego, stymulanty i destymulanty przemian strukturalnych, ekonomika sektora administracji publicznej.

Renata Śliwa, Doctor of Economics, associate professor at the Institute of Political Science of the Pedagogical University of Cracow. Areas of interest: economic regulation; regulation of infrastructural sectors; systemic basis of decision making; ordoliberal approach to economic system; boosters and inhibitors of economic changes; economics of public administration.

Adres/Address:

Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie
Instytut Politologii
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: janina.pach@poczta.onet.pl
e-mail: k.kowalska04@wp.pl
e-mail: renatasliwa@gmail.com

JULITA WASILCZUK, ANITA RICHERT-KAŻMIERSKA
Politechnika Gdańska, Polska ■ Gdańsk University of Technology, Poland

Przedsiębiorczość w edukacji inżynierów – doświadczenia i plany w zakresie edukacji „ku przedsiębiorczości” studentów Politechniki Gdańskiej

How to Teach Entrepreneurship to Engineers? Case Study of Gdansk University of Technology

Streszczenie: We współczesnych uwarunkowaniach społeczno-ekonomicznych przedsiębiorczość jednostki postrzegana jest jako podstawa do osiągnięcia przez nią sukcesu osobistego i zawodowego. Tymczasem polski system edukacji wydaje się nie dostrzegać ważności szeroko pojętego kształcenia ekonomicznego (ku przedsiębiorczości). Brakuje go w programach kształcenia. Obowiązkowa edukacja w zakresie przedsiębiorczości odbywa się tylko na poziomie szkoły średniej (poziom 3 – ISCED 2011). Na poziomie wyższym zarezerwowana jest niemal wyłącznie dla studentów kierunków biznesowych (*Studenci ostatniego roku*, 2010). To władze instytucji edukacyjnych (uczelni) decydują (i szukają źródeł finansowania) o włączaniu do programów kształcenia kursów (zajęć) z zakresu przedsiębiorczości. Głównym celem artykułu jest przedstawienie doświadczeń Politechniki Gdańskiej w tworzeniu kompleksowego modelu wsparcia rozwoju wiedzy, umiejętności i zachowań przedsiębiorczych studentów – przyszłych inżynierów. Autorki przedstawiły również metody nauczania wykorzystywane w ramach przedmiotów z zakresu przedsiębiorczości dedykowanych studentom kierunków inżynierskich. Pogłębioną analizę zakresu merytorycznego, stosowanych metod nauczania i spodziewanych wyników (umiejętności nabywanych przez studentów) przeprowadzono dla trzech wybranych kursów przedsiębiorczości prowadzonych na różnych wydziałach uczelni.

Abstract: Entrepreneurship as behavioural trait is identified as one of the determinants of achieving personal and professional success. Meanwhile, the Polish education system seems to omit the economic (entrepreneurial) education in its obligatory educational programs. The mandatory education in entrepreneurship takes place only at the upper secondary education (level 3 – ISCED 2011). At the tertiary education it is reserved almost exclusively for business studies (*Studenci ostatniego roku*, 2010). It is up to the authorities of educational institutions – on each level of education – to decide (and find finances) to include courses of entrepreneurship into basic educational programs. The main aim of the paper is to present the Gdansk University of Technology experiences in establishing the complex model of building up students' entrepreneurial attitudes, including entrepreneurship teaching programs and curricula dedicated to future engineers. The authors also presented teaching methods (good practices) used in entre-

preneurship courses for engineers and the list of competencies that students acquire through these type of classes. In-depth analysis of the substantive scope, teaching methods and the results (skills acquired by students) was performed for three selected courses of entrepreneurship realised by three different faculties.

Słowa kluczowe: dylematy dydaktyczne; metody nauczania; Politechnika Gdańska; przedsiębiorczość

Keywords: educational dilemmas; entrepreneurship; Gdansk University of Technology; teaching methods

Otrzymano: 25 października 2016

Received: 25 October 2016

Zaakceptowano: 28 lutego 2017

Accepted: 28 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Wasilczuk, J., Richert-Kaźmierska, A. (2017). Przedsiębiorczość w edukacji inżynierów – doświadczenia i plany w zakresie edukacji „ku przedsiębiorczości” studentów Politechniki Gdańskiej. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 352–366. DOI: 10.24917/20833296.13.26

Wstęp

We współczesnym świecie nikt nie ma wątpliwości, że przedsiębiorczość jest istotnym elementem rynkowych gospodarek, zarówno z punktu widzenia kreacji miejsc pracy, jak i innowacyjności oraz wzrostu gospodarek. Nie dziwi więc, że od wielu lat postuluje się, by przygotowywać młodych ludzi do zakładania własnych firm.

Osiągnięcie sukcesu przedsiębiorczego z jednej strony wymaga wiedzy ogólnej, z drugiej zaś – talentu i sprawności intelektualnej umożliwiających wykorzystywanie wiedzy z wielu dziedzin w praktyce (Lautenschlager, Haase, 2011). Czy można tego nauczyć? Badacze odwołujący się do psychologicznych aspektów przedsiębiorczości są zdania, że talent i temperament są wrodzone, stąd też przedsiębiorczości nauczyć nie można (Cunningham, Lischeron, 1991). Pojawiają się głosy, że nauczanie przedsiębiorczości to jedynie chwilowa moda (Lautenschlager, Haase, 2011). Adwersarze takiej opinii twierdzą coś zgoła odmiennego. Jest wśród nich m.in. Bygrave (2003). Według niego, przedsiębiorczość może i powinna być przedmiotem nauczania, choć nie ma pewności, na ile efektem takiego sformalizowanego kształcenia będzie „stworzenie” genialnego przedsiębiorcy pokroju Billa Gates’a. W podobnym tonie wypowiada się Hindle (2007), który twierdzi, że w każdym zawodzie można spotkać utalentowanych przedstawicieli swoich profesji, jednak i ci nieutalentowani są potrzebni i mogą odnosić drobne sukcesy. Te sukcesy, w postaci funkcjonujących przedsiębiorstw, służą społeczeństwu.

Z badań Alberta, Fourniera i Marion (1991) wynika, że 25% studentów, którzy kończą kursy z zakresu przedsiębiorczości w trakcie studiów, zakłada własne firmy. Z kolei wyniki badań porównawczych Saini i Bhatia (1996) jednoznacznie wskazują, że przedsiębiorcy, którzy w trakcie swojej edukacji (na poziomie wyższym) uczestniczyli w zajęciach z przedsiębiorczości, osiągają lepsze wyniki w sprzedaży i tworzą więcej miejsc pracy (ich firmy rozwijają się lepiej) niż ci, którzy w takich zajęciach nie uczestniczyli.

Relację pomiędzy wykształceniem ogólnym oraz specjalnymi programami edukacyjnymi a aktywnością przedsiębiorczą kompleksowo przeanalizowali Dickson, Solomon

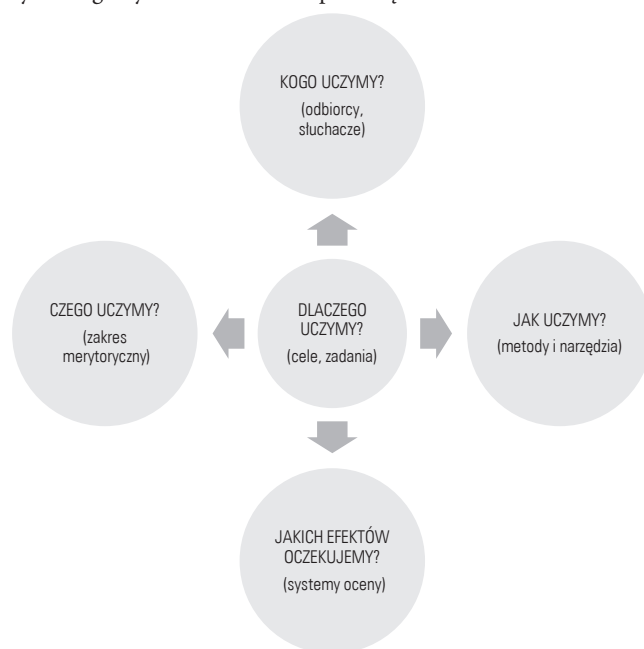
i Weaver (2008). Dokonany przez nich przegląd publikacji prezentujących prowadzone w tym zakresie badania dowodzi, że przedsiębiorczości można się nauczyć i że może być ona pobudzona lub wzmocniona przez odpowiednio zorganizowany i wdrożony system edukacji. Kluczowe pozostaje jednak ustalenie: kogo, co, jak i po co nauczać oraz jak należy mierzyć uzyskiwane w tym zakresie wyniki.

W artykule autorki podjęły próbę udzielenia odpowiedzi na sformułowane powyżej pytania, wykorzystując doświadczenia w nauczaniu przedsiębiorczości studentów Politechniki Gdańskiej. Głównym celem tekstu było przedstawienie doświadczeń tej uczelni w tworzeniu kompleksowego modelu wsparcia rozwoju wiedzy, umiejętności i zachowań przedsiębiorczych studentów – przyszłych inżynierów. Autorki opisały również metody nauczania wykorzystywane w ramach przedmiotów z zakresu przedsiębiorczości dedykowanych studentom kierunków inżynierskich.

Nauczanie przedsiębiorczości, czyli o dylematach dotyczących tego kogo, co, jak i po co?

Jedna z niewielu dostępnych definicji mówi, że edukacja przedsiębiorczości (*entrepreneurship education* – EE) oznacza „transfer wiedzy z zakresu tego jak i przez kogo nowe produkty oraz usługi mogą być tworzone, oceniane i stosowane w praktyce gospodarczej, a także jakie tego typu działania przynoszą efekty” (Hindle, 2007). Ta definicja nie odpowiada jednak na postawione we wstępie pytania: w jaki sposób ma się odbywać ten transfer (*How?*), kto ma być jego odbiorcą (*For whom?*), co ma być przedmiotem tego transferu (*What?*), jak ma być przeprowadzana ewaluacja (*For which results?*) i jakiemu

Ryc. 1. Ogólny model nauczania przedsiębiorczości



Źródło: Fayolle (2013)

celowi wszystko to ostatecznie powinno służyć (*Why?*). Pytania te można znaleźć w wielu publikacjach na temat nauczania przedsiębiorczości (Hingle, 2007; Morris, Kuratko, Cornwall, 2013; Fayolle, 2013). Fayolle (2013) przetransformował je w diagram, składający się z dwóch poziomów: filozoficznego i dydaktycznego. Na rysunku poniżej przedstawiono poziom dydaktyczny – ogólny model nauczania przedsiębiorczości.

Pytanie: kogo uczyć przedsiębiorczości?

W polskim systemie szkolnym przedsiębiorczość stanowi wyodrębniony przedmiot nauczania na poziomie szkoły średniej (ISCED3). Wybrane zagadnienia z zakresu szeroko pojętej przedsiębiorczości znajdują się także w programach innych przedmiotów na poziomie kształcenia ISCED1 i ISCED2. Wiedza na temat tego, jak założyć własną firmę, jest również przekazywana w różnej formie na uczelniach wyższych. Kierunki związane z zarządzaniem i ekonomią są w naturalny sposób predestynowane do tego, by nauczać na nich przedsiębiorczości. Trudniej to robić na kierunkach technicznych. Z jednej strony studentom kierunków nieekonomicznych (w tym technicznych) brakuje podstawowej wiedzy na temat funkcjonowania w gospodarce i zarządzania firmą. Z drugiej strony, kadra tworząca curriculum poszczególnych kierunków studiów często przejawia brak zrozumienia dla wiedzy ekonomicznej i zarządczej. Oczekuje więc, że wszystkie potrzebne treści związane z ekonomią, zarządzaniem i przedsiębiorczością uda się przekazać na 30-godzinny kursie.

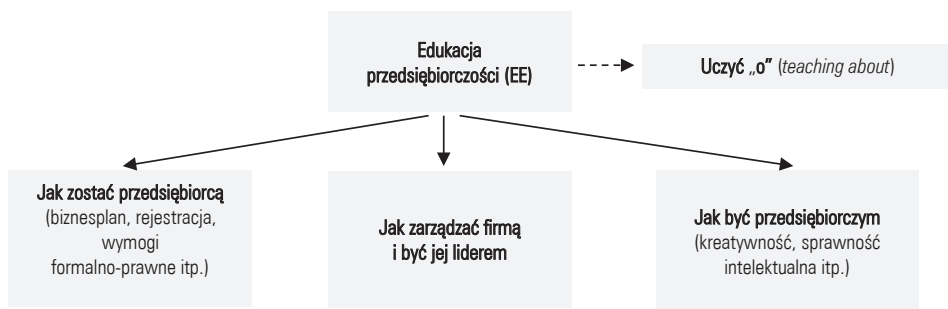
Niezrozumienie idei rozszerzonej edukacji ekonomicznej na kierunkach nieekonomicznych w polskich uwarunkowaniach wynika m.in. z przeładowania programów kształcenia, co jest z kolei konsekwencją nieumiejętnego przejścia na dwupoziomowe studia. Wprowadzenie dwustopniowych studiów oraz Krajowych Ram Kwalifikacji (KRK) spowodowało, że pięcioletnie programy kształcenia zostały w większości wtłoczone w siedmiosemestralne studia inżynierskie. Brak możliwości kształtowania treści związanych z nauczeniem przedsiębiorczości na studiach inżynierskich przez specjalistów w tej dziedzinie uniemożliwia wprowadzanie metodycznych i kompleksowych działań, które pozwoliłyby na pobudzanie przedsiębiorczości. A to właśnie absolwenci studiów technicznych, bardzo często wykorzystując wiedzę nabytą w trakcie studiów, decydują się na samozatrudnienie.

Ważne jest także, by treści związane z przedsiębiorczością przekazywać na I stopniu studiów, nie wszystkie bowiem osoby decydują się na studia magisterskie. Tymczasem w większości przypadków w polskim systemie edukacyjnym przedmioty tego typu są realizowane na II stopniu kształcenia.

Pytanie: co ma być nauczane?

To bardzo istotne pytanie, bowiem jednym z zarzutów do nauczania przedsiębiorczości jest to, że uczy się „o” (*about*) a nie „dla/na rzecz” (*for*) (Mason, Arshed, 2013). Jest różnica pomiędzy nauczaniem, jak założyć firmę i jak zostać przedsiębiorcą. To pierwsze jest stosunkowo proste do osiągnięcia. Wiele instytucji (urzędy pracy, centra przedsiębiorczości, parki technologiczne itp.) oferuje szkolenia, jak napisać biznesplan i zarejestrować przedsiębiorstwo. Wiedza tam przekazywana jest łatwa do nauczania. Nawet w internecie można znaleźć wiele porad tego typu. Nauczanie przedsiębiorczości jest też czasem sprowadzane do przekazywania wiedzy na temat tego, jak zarządzać w firmie.

Ryc. 2. Główne trendy w nauczaniu przedsiębiorczości



Źródło: opracowanie własne

Zarówno w jednym, jak i drugim przypadku celem jest dostarczenie narzędzi wspierających potencjalnych przedsiębiorców w zakładaniu firmy i jej późniejszym prowadzeniu, nie zaś stymulowanie przedsiębiorczości. Rzeczywisty, stymulujący efekt mogą przynieść warsztaty kreatywności, *desing thinking* itp.

Nie oznacza to jednak, że wiedza na temat tego, jak firmę założyć i jak nią zarządzać, nie jest istotna. Jak bowiem zauważa Hindle (2007), nauczanie przedsiębiorczości obejmuje dostarczenie wiedzy z zakresu tego, kto i jak ma tworzyć oraz wdrażać na rynku nowe produkty i usługi. Nie bez znaczenia jest też często krytykowany przez badaczy kierunek nauczania, który ma na celu nauczanie „o” (*about*) przedsiębiorczości. Główne trendy w nauczaniu przedsiębiorczości przedstawiono na rycinie 2.

Przedsiębiorczość jest nową subdyscypliną, przypisaną do dyscypliny nauki o zarządzaniu (w polskiej nomenklaturze podziału dziedzin i dyscyplin naukowych). Nie wykształciły się jeszcze paradygmaty przedsiębiorczości, chociaż odwołuje się ona do wielu nauk (ekonomii, zarządzania, psychologii, socjologii, antropologii). Ta duża liczba nauk sprzężonych, powoduje także wielość teorii, które mogą stanowić podstawę nauczania przedsiębiorczości (Fiet, 2001).

Pytanie: jakimi metodami nauczać przedsiębiorczości?

Przedsiębiorczość powinna być nauczana w sposób aktywny, żeby nie powiedzieć przedsiębiorczy. Rozwijając ten wątek, można za Hindle (2007) stwierdzić, że przedsiębiorczość powinna być nauczana: empirycznie, twórczo, angażująco oraz z radością i z szacunkiem. Fayolle (2013) zwraca z kolei uwagę na wskazywane w piśmiennictwie dotyczącym nauczania przedsiębiorczości metody aktywne i eksperymentalne, uczenie się przez działanie (*learning by doing*) oraz partycypację w sytuacjach symulujących rzeczywistość (*real-world pedagogies*). Na szczególną uwagę zasługuje metoda eksperymentalna (*experiential pedagogy*). Jest to jedna z metod w pełni pozwalająca na uczenie przedsiębiorczości „dla” (*for*) a nie „o” przedsiębiorczości (*about*). Ponadto jest to metoda z pewnością mieszcząca się w definicji metod przedsiębiorczych. Studenci aktywnie przyswajają sobie wiedzę, angażując się jednocześnie w to, co robią. Takie podejście pozbawione jest kilku niedogodności wynikających z tradycyjnego nauczania. Zajęcia, na których wykorzystuje się metody eksperymentalne, w przeciwieństwie do tradycyjnych zajęć uniwersyteckich, mają charakter wszechstronny i wskazujący na przedsiębiorcze,

a nie tylko zarządcze aspekty funkcjonowania firmy. Pozwalają także na wyjście poza zwykłe wskazywanie wiedzy i umiejętności, a przez podejmowane przez studentów rzeczywiste działania buduje w nich poczucie pewności siebie (Mason, Arshed, 2013).

Ostatnie pytanie: kto ma uczyć przedsiębiorczości?

Fayolle (2013) uważa, że przedsiębiorczości powinny uczyć osoby wszechstronnie wykształcone. Literatura przedmiotu nie precyzuje, czy edukatorzy powinni mieć doświadczenie przedsiębiorcze. Metody aktywne i eksperymentalne wymagają od prowadzącego wszechstronnej wiedzy i zmiany podejścia z bycia „przekaznikiem” na bycie promotorem, moderatorem i menedżerem, którego zadaniem jest zorganizowanie odpowiednich warunków do doświadczania przedsiębiorczości (Hasse, Lautenschlager, 2011).

Edukacja studentów Politechniki Gdańskiej w zakresie przedsiębiorczości

Politechnika Gdańska to uczelnia wyższa o ponad stuletniej historii¹, zajmująca wysoką pozycję naukową wśród krajowych ośrodków akademickich i rozpoznawalna na arenie międzynarodowej². Proces kształcenia studentów realizowany jest na 9 wydziałach na 45 kierunkach studiów. Odbywa się na poziomie studiów I stopnia (inżynierskie lub licencjackie), II stopnia (magisterskie) oraz III stopnia (doktoranckie), w trybie stacjonarnym i niestacjonarnym. W roku akademickim 2014/2015 na Politechnice Gdańskiej kształciło się ponad 23 tys. studentów (bez studentów studiów III stopnia). Poza podstawowym, trójstopniowym trybem kształcenia, uczelnia ma w ofercie także liczne studia podyplomowe, studia MBA oraz kursy i szkolenia.

W procesie kształcenia realizowanym na Politechnice Gdańskiej, w swoich programach studiów niemal wszystkie wydziały deklarują realizację „jakichś” przedmiotów z zakresu szeroko pojętego zarządzania, ekonomii i/lub prawa gospodarczego. Niestety, przedmioty te nie są realizowane na wszystkich kierunkach i/lub specjalnościach (nie są uwzględnione we wszystkich programach studiów na poszczególnych wydziałach) oraz odbywają się w ograniczonej liczbie godzin (w zdecydowanej większości przypadków łączna liczba godzin dydaktycznych dla przedmiotów poświęconych tej problematyce na studiach stacjonarnych nie przekracza 30, a na studiach niestacjonarnych – 16).

W programach studiów można wyróżnić dwie grupy przedmiotów z zakresu szeroko pojętych zarządzania, ekonomii i/lub prawa gospodarczego: ogólne oraz specjalistyczne. Przedmioty ogólne dostarczają studentom wiedzy na poziomie podstawowym, stanowią swego rodzaju wstęp do zagadnień z zakresu ekonomii, zarządzania i/lub prawa gospodarczego. Przedmioty specjalistyczne dostarczają wiedzy wycinkowej, wąkospecjalistycznej. Wyniki analizy struktury treści (przedmiotów) ujętych w programach studiów oferowanych na poszczególnych wydziałach Politechniki Gdańskiej (poza Wydziałem

¹ Uczelnia założona w roku 1904 jako Królewsko-Pruska Wyższa Szkoła Techniczna (Königliche Preussische Technische Hochschule). W 1945 r. przekształcona w polską państwową uczelnię wyższą pod nazwą Politechnika Gdańska.

² Uczelnia należy do europejskiej organizacji zrzeszającej najlepsze szkoły techniczne CESAER (Conference of European School for Advanced Engineering Education and Research). Politechnika Gdańska jest jedną z siedmiu uczelni wyższych z Polski klasyfikowaną wśród 800 najlepszych uczelni na świecie w rankingu „Times Higher Education”.

Zarządzania i Ekonomii) wskazują, że w cyklu kształcenia oferowanym studentowi nie prowadzi się stałego kształcenia z zakresu ekonomii, zarządzania i/lub prawa gospodarczego, kontynuowanego na kolejnych etapach (semestrach) nauki. Przedmioty z tych obszarów realizowane są incydentalnie (jeden przedmiot w całym programie studiów) i są to albo przedmioty ogólne, albo specjalistyczne (bez poprzedzenia wprowadzającymi w daną tematykę przedmiotami ogólnymi).

Wybrane przedmioty z zakresu ekonomii i zarządzania zawarte w programach studiów realizowanych na wydziałach Politechniki Gdańskiej (poza Wydziałem Zarządzania i Ekonomii) przedstawiono w tabeli 1.

Tab. 1. Wybrane przedmioty z zakresu ekonomii i zarządzania ujęte w programach studiów realizowanych na Wydziałach Politechniki Gdańskiej (poza Wydziałem Zarządzania i Ekonomii)

Przedmioty	Przykładowe przedmioty zawartaw programach studiów	Wydział oferujący przedmiot w swoim programie studiów*
ogólne	zarządzanie	WM
	organizacja i zarządzanie	WM, WCh, WFTiMS
	zarządzanie i marketing	WILiŚ
	ekonomia i zarządzanie	WOiO
	zarządzanie finansami	WM
	zarządzanie przedsiębiorstwem	WETI
	zarządzanie zasobami ludzkimi	WM, WFTiMS
specjalistyczne dla kierunku/specjalności/dyscypliny	zarządzanie firmą transportową	WOiO
	zarządzanie firmą informatyczną	WETI
	zarządzanie przedsięwzięciami budowlanymi	WCh
	organizacja i zarządzanie zapleczem technicznym służby zdrowia	WM
	zarządzanie personelem w gospodarce morskiej	WM, WOiO

* Skróty oznaczają nazwy wydziałów: WA – Architektury, WCh – Chemiczny, WETI – Elektroniki, Telekomunikacji i Informatyki, WEiA – Elektroniki i Automatyki, WFTiMS – Fizyki Technicznej i Matematyki Stosowanej, WM – Mechaniczny, WOiO – Okrętownictwa i Oceanotechniki, WZiE – Zarządzania i Ekonomii

Źródło: opracowanie własne

Przedsiębiorczość jako przedmiot nauczania³ wpisana jest w nieliczne programy kształcenia kierunków oferowanych przez Politechnikę Gdańską (por. tab. 2). Wyniki zawarte w tabeli wskazują, że jedynie w 12 programach – spośród 45 kierunków studiów oferowanych na Politechnice Gdańskiej – uwzględniono przedmiot z zakresu przedsiębiorczości. Doświadczenia Politechniki Gdańskiej dotyczące włączania przedmiotów tego typu w programy studiów korespondują z ogólną, niekorzystną tendencją konstrukcji programów kształcenia oferowanych przez pomorskie uczelnie. W badaniu *Studenci*

³ Do analizy przyjęto przedmioty, które w swojej nazwie mają określenia: *przedsiębiorczość, innowacyjność, kreatywność*.

ostatniego roku szkół wyższych – pracodawcy czy pracownicy? (2010: 27) połowa respondentów odpowiedziała, że w programach realizowanych przez nich studiów nie znalazł się ani jeden przedmiot związany z problematyką przedsiębiorczości (na którymkolwiek roku). Wyniki badania pokazały także, że takie przedmioty częściej pojawiają się na pomorskich uczelniach prywatnych niż publicznych oraz że częściej włączane są w programy studiów II stopnia niż I.

Tab. 2. Przedsiębiorczość jako przedmiot nauczania w programach studiów na wydziałach Politechniki Gdańskiej

Wydział	Kierunek/ specjalność	Stopień studiów	Tryb studiów	Nazwa przedmiotu	Liczba godzin*
WZiE	zarządzanie	II	stacjonarne	przedsiębiorczość	15W+30C
			niestacjonarne		8W+16C
	analityka gospodarcza	I	stacjonarne	przedsiębiorczość	30C
			niestacjonarne		16C
	europeistyka	I	stacjonarne	przedsiębiorczość w unii europejskiej	15W+15C
	nauki o zarządzaniu	III	stacjonarne	innowacyjność, postęp i nowe technologie w danej branży	1W
			niestacjonarne		1W
	ekonomia	III	stacjonarne	innowacyjność, postęp i nowe technologie w danej branży	1W
WFTiMS	fizyka techniczna	II	stacjonarne	przedsiębiorczość	15W
	nanotechnologia	II	stacjonarne	przedsiębiorczość	15W
	informatyka stosowana	I	stacjonarne	przedsiębiorczość technologiczna	30W
WILiŚ	geodezja inżynierska	I	niestacjonarne	prawo i przedsiębiorczość	18W
	transport	II	stacjonarne	przedsiębiorczość i działalność gospodarcza w transporcie	15W+15C
WCh	chemia budowlana	II	stacjonarne	przedsiębiorczość innowacyjna	15W+15S
WM	inżynieria materiałowa	III	stacjonarne	innowacyjność, postęp i nowe technologie w danej branży	1W

* W – wykład, C – ćwiczenia, S – seminarium

Źródło: opracowanie własne

Metodyka nauczania przedsiębiorczości – analiza przypadków

Szczegółowej analizie i opisowi poddano trzy przedmioty z zakresu przedsiębiorczości realizowane na Politechnice Gdańskiej:

- przedsiębiorczość – kierunek zarządzanie na Wydziale Zarządzania i Ekonomii;
- przedsiębiorczość – kierunek fizyka techniczna na Wydziale Fizyki Technicznej i Matematyki Stosowanej;

- prawo i przedsiębiorczość – kierunek geodezja inżynierska na Wydziale Inżynierii Lądowej i Środowiska.

Wybór przedmiotów warunkowało spełnienie czterech kryteriów klasyfikujących. Przede wszystkim przedmioty musiały mieć w programach studiów status zajęć obligatoryjnych⁴, charakteryzować się cyklicznością⁵ i stałością osoby prowadzącej zajęcia⁶. Ostatnie kryterium stanowiła liczba godzin przeznaczonych na realizację przedmiotu – nie mniej niż 15. Dla autorek opracowania istotne było także, aby wyselekcjonowane przedmioty były wpisane w programy studiów realizowanych na różnych wydziałach.

Spośród przedmiotów poświęconych problematyce przedsiębiorczości, realizowanych na Politechnice Gdańskiej (dane z tab. 2), kryteria klasyfikujące spełniły tylko trzy (lista jak powyżej) i to one zostały poddane dalszej analizie i opisowi.

Tab. 3. Przedmiot 1: przedsiębiorczość – kierunek zarządzanie, Wydział Zarządzania i Ekonomii

Przedmiot: Przedsiębiorczość				
Kierunek/Wydział	Rodzaj studiów/ semestr	Liczba godzin/ forma zajęć	Punkty ECTS	Przedmioty poprzedzające – minimum
Zarządzanie/WZiE	II stopnia/IV semestr – 4-sem. i III semestr – 3-sem.	15W + 30C	3	podstawy zarządzania i zarządzanie strategiczne

Źródło: opracowanie własne

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z szerokim spektrum zagadnień z zakresu przedsiębiorczości oraz trening umiejętności niezbędnych do opracowania koncepcji przedsięwzięcia i jej wdrożenia.

Realizacja programu zajęć powinna pozwolić studentowi: nabyć wiedzę z zakresu zarządzania, zarządzania przedsiębiorczego oraz przedsiębiorczości, nabyć i rozszerzyć wiedzę o istocie innowacji, procesach innowacyjnych oraz roli innowacji w kształtowaniu konkurencyjności organizacji, nabyć wiedzę i umiejętności w zakresie metod zarządzania przedsiębiorczego, doskonalić umiejętności łączenia wiedzy z różnych dziedzin, umiejętności opracowywania planu przedsięwzięcia, organizacji niezbędnych zasobów do realizacji takiego przedsięwzięcia i jego wdrożenia.

Wykorzystywane metody pracy dydaktycznej zależą od zapisanej w programie studiów formy zajęć. Wykład realizowany jest z wykorzystaniem metody wykładu multimedialnego, ćwiczenia *case study* i projektu grupowego. Do poprowadzenia wykładów często zapraszani są praktycy, przedstawiciele pomorskiego biznesu i instytucji wspierających pomorskich przedsiębiorców. W ramach projektów grupowych studenci realizują ciekawe i niepowtarzalne przedsięwzięcia. W ostatnim okresie były to m.in.: zaplanowanie i realizacja warsztatów z przedsiębiorczości dla uczniów szkół podstawowych,

⁴ Przedmioty, które obowiązkowo realizują wszyscy studenci danego kierunku/specjalności.

⁵ Przedmioty, które były realizowane w każdym roku akademickim w perspektywie ostatnich trzech lat.

⁶ Przedmioty, które w ostatnich trzech latach prowadził ten sam nauczyciel akademicki. Zastosowanie tego kryterium miało umożliwić selekcję przedmiotów o ustabilizowanej (ze względu na doświadczenie prowadzącego) strukturze treści kształcenia i metodyce prowadzenia zajęć.

ponadgimnazjalnych i przedszkolaków, uruchomienie portalu internetowego poświęconego przedsiębiorczości kobiet, opracowanie i publikacja e-poradnika dla zainteresowanych uruchomieniem własnej firmy.

Tab. 4. Przedmiot 2: przedsiębiorczość – kierunek fizyka techniczna, Wydział Fizyki Technicznej i Matematyki Stosowanej

Przedmiot: Przedsiębiorczość				
Kierunek/Wydział	Rodzaj studiów/ semestr	Liczba godzin/ forma zajęć	Punkty ECTS	Przedmioty poprzedzające – minimum
Fizyka techniczna/ WFTiMS	II stopnia/ II semestr	15W	1	Podstawy zarządzania

Źródło: opracowanie własne

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi zagadnieniami z zakresu przedsiębiorczości oraz trening umiejętności niezbędnych do opracowania koncepcji przedsięwzięcia biznesowego.

Realizacja programu zajęć powinna pozwolić studentowi: nabyć wiedzę z zakresu zarządzania i przedsiębiorczości, nabyć i rozszerzyć wiedzę o istocie innowacji, procesach innowacyjnych oraz roli innowacji w kształtowaniu konkurencyjności przedsiębiorstwa, zdobyć wiedzę dotyczącą warunków zakładania, finansowania i zarządzania przedsiębiorstwem, nabyć umiejętności opracowywania planu przedsięwzięcia biznesowego.

Wykorzystywane metody pracy dydaktycznej to wykład multimedialny oraz *case study*. Studenci wykazują największe zainteresowanie tematyką związaną z uruchomieniem własnej firmy, w tym metodyką planowania działalności gospodarczej, wyborem formy prawnej przyszłej firmy i związanymi z tym konsekwencjami.

Tab. 5. Przedmiot 3: prawo i przedsiębiorczość – kierunek Geodezja inżynierska, Wydział Infrastruktury Lądowej i Środowiska

Przedmiot: Prawo i przedsiębiorczość				
Kierunek/Wydział	Rodzaj studiów/ semestr	Liczba godzin/ forma zajęć	Punkty ECTS	Przedmioty poprzedzające – minimum
Geodezja inżynierska/WILiŚ	I stopnia/IV semestr	18W	3	–

Źródło: opracowanie własne

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z różnymi formami podejmowania działalności gospodarczej oraz trening umiejętności pozwalających przedsiębiorcy poruszać się na rynku zamówień publicznych.

Realizacja programu zajęć powinna pozwolić studentowi: nabyć wiedzę z zakresu przedsiębiorczości, elementów prawa gospodarczego, prawa cywilnego i zamówień publicznych, zdobyć wiedzę z zasad poruszania się przedsiębiorstw po rynku komercyjnym i rynku zamówień publicznych, nabyć i rozwijać umiejętności pozwalające na dokonanie świadomego wyboru formy prawnej dla działalności gospodarczej, odpowiednio do

rynku, na którym ma być prowadzona, oraz posługiwania się narzędziami typowymi dla rynku zamówień publicznych.

Wykorzystywane metody pracy dydaktycznej to wykład multimedialny, wykład angażujący oraz *case study*. Studenci, ze względu na to, że większość pracuje w firmach geodezyjnych związanych z rynkiem zamówień publicznych (przedmiot realizowany na studiach niestacjonarnych), najaktywniej uczestniczą w zajęciach dostarczających wiedzę i umiejętności w zakresie efektywnego i skutecznego poruszania się na tym rynku.

Metodyka nauczania przedsiębiorczości – wnioski z analizy przypadków

Wyniki analizy treści kształcenia oraz metod dydaktycznych wykorzystywanych w realizacji przedstawionych powyżej przedmiotów wskazują, że nie funkcjonuje jeden zunifikowany model kształcenia studentów Politechniki Gdańskiej w obszarze przedsiębiorczości. Wręcz przeciwnie, cel główny, zakres merytoryczny, instrumentarium dydaktyczne czy wreszcie spodziewane efekty kształcenia znacząco się różnią w każdym z przeanalizowanych przypadków. Zaobserwowane różnice wynikają m.in. z:

- umiejscowienia przedmiotu w programie studiów i konieczności zapewnienia kompletności przekazywanej studentom wiedzy, tj. powiązania programu (tematyki zajęć) z treściami przedmiotów poprzedzających i następujących po nim w kolejnych semestrach;
- czasu trwania i przewidzianych w programie studiów form realizacji przedmiotu (wykład, ćwiczenia, projekt, laboratorium, konwersatorium itp.);
- różnego – w zależności od kierunku, na którym studiują – poziomu wiedzy studentów z zakresu ekonomii, zarządzania, prawa gospodarczego itp. „na wejściu do przedmiotu”;
- deklarowanych przez studentów oczekiwań co do umiejętności, jakie chcieliby nabyć przez udział w zajęciach dotyczących problematyki przedsiębiorczości.

Przedmiot przedsiębiorczość realizowany na kierunku zarządzanie, ze względu na strukturę programu kształcenia studentów na tym kierunku, zdecydowanie różni się od dwóch pozostałych poddanych analizie. Jego zadaniem jest m.in. uporządkowanie i umożliwienie praktycznego wykorzystania wiedzy zdobytej przez studentów w ramach wielu poprzedzających przedmiotów z zakresu ekonomii, zarządzania, prawa gospodarczego itp. Ponadto, dostarcza pogłębionej wiedzy akademickiej dotyczącej przedsiębiorczości i zachowań przedsiębiorczych, a dzięki realizacji projektów zespołowych umożliwia praktykowanie umiejętności definiowanych w literaturze fachowej jako przedsiębiorcze. W przypadku przedmiotów przedsiębiorczość na kierunku fizyka techniczna oraz prawo i przedsiębiorczość na kierunku geodezja inżynierska treści kształcenia de facto ograniczają się do głównych definicji przedsiębiorczości i przedsiębiorcy, diagnozy warunków społeczno-gospodarczych determinujących aktywność przedsiębiorczą, prezentacji możliwych form prawnych prowadzenia działalności gospodarczej oraz instrumentarium uruchamiania i zarządzania firmą. Przyjęty dla tych przedmiotów zakres treści kształcenia wynika m.in. z faktu, że w programach studiów na tych kierunkach nie przewidziano innych, poza zajęciami z przedsiębiorczości, przedmiotów dostarczających wiedzę z zakresu ekonomii i/lub zarządzania.

Inne determinanty różnicujące treści kształcenia oraz metody dydaktyczne w ramach analizowanych przedmiotów z zakresu przedsiębiorczości to: czas i formy realizacji przedmiotu określone w programach studiów. Limit 45 godzin (15W+30C) dla

przedmiotu przedsiębiorczość na kierunku zarządzanie, *ex definitione* umożliwia lepsze i bardziej efektywne przekazywanie studentom wiedzy i umiejętności z zakresu przedsiębiorczości niż limit 15 i 18 godzin wykładowych w pozostałych dwóch przypadkach. Zajęcia wykładowe, jeżeli realizowane są w dużych grupach studenckich, dają niewielką szansę nabywania i rozwijania przez nich praktycznych umiejętności przedsiębiorczych.

Kolejnym czynnikiem wpływającym na znaczne różnice w treściach kształcenia i sposobie realizacji analizowanych przedmiotów jest poziom wiedzy studentów z zakresu zarządzania, ekonomii, prawa gospodarczego itp., jaki reprezentują przed przystąpieniem do zajęć z przedsiębiorczości. Jak potwierdzają nauczyciele akademicy prowadzący przedmioty z zakresu przedsiębiorczości na wydziałach innych niż Wydział Zarządzania i Ekonomii, są one postrzegane – zarówno przez autorów programów studiów, w których przedmioty te zostały ulokowane, jak i studentów uczestniczących w takich przedmiotach – jako dostarczające wiedzy o możliwościach i uwarunkowaniach funkcjonowania przedsiębiorstw oraz szkolenia praktycznych umiejętności w zakresie uruchamiania i prowadzenia własnej firmy w zmieniających się warunkach społeczno-gospodarczych.

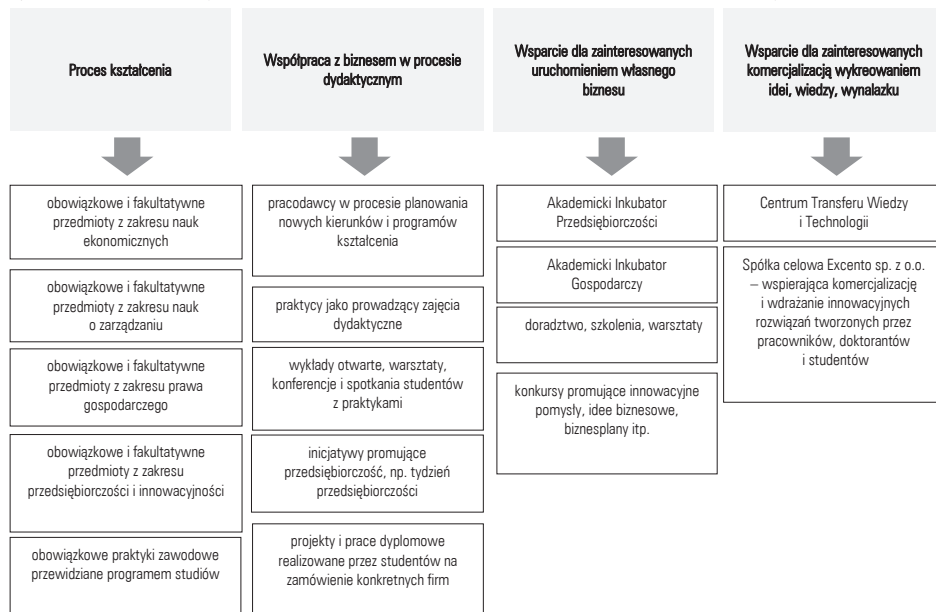
Model nauczania „ku przedsiębiorczości” – doświadczenia Politechniki Gdańskiej

W trosce o wysoką jakość procesu kształcenia, jego dostosowanie do potrzeb współczesnej gospodarki oraz zapewnienie absolwentom „dobrego startu” na rynku pracy Politechnika Gdańska od wielu lat stara się rozwijać tzw. trzecią misję (Matusiak, 2010: 162–167; Clark, 1998; Nowacki, 2013: 25–37; Popławski et al., 2013). Następuje stopniowe rozszerzanie dychotomicznego modelu uczelni opartego na dwóch filarach: kształcenie i badania naukowe, o trzeci – przedsiębiorczość. Aktywność Politechniki Gdańskiej w tym obszarze koresponduje z zapisami ustawy o szkolnictwie wyższym obowiązującej w Polsce, obligującymi uczelnie wyższe do współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym w zakresie prowadzenia badań naukowych i prac rozwojowych na rzecz podmiotów gospodarczych oraz do udziału przedstawicieli pracodawców w opracowywaniu programów kształcenia i w procesie dydaktycznym (*Ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym*, 2005, art. 4 pkt. 4).

Politechnika Gdańska w ramach rozwoju trzeciego filaru nowoczesnej uczelni inicjuje i realizuje liczne działania pobudzające przedsiębiorczość wśród studentów. Można je podzielić na cztery zasadnicze grupy (por. ryc. 3):

- proces kształcenia – ukierunkowany na przekazywanie studentom wiedzy z zakresu nauk ekonomicznych, nauk o zarządzaniu, prawa i przedsiębiorczości – niezbędnej do sprawnego i skutecznego funkcjonowania we współczesnych uwarunkowaniach gospodarczych – oraz kształtowanie umiejętności potrzebnych zarówno pracownikom, jak i pracodawcom;
- współpraca z biznesem w realizacji procesu dydaktycznego – przez angażowanie praktyków w kolejne jego etapy oraz aranżowanie i wspieranie nawiązywania relacji pomiędzy studentami a pracodawcami, jeszcze przed ukończeniem studiów przez studentów;
- merytoryczne i organizacyjne wsparcie studentów, absolwentów oraz pracowników uczelni zainteresowanych założeniem własnej firmy;
- wsparcie merytoryczne, organizacyjne i finansowe studentów, absolwentów oraz pracowników uczelni zainteresowanych komercjalizacją wytworzonej przez nich wiedzy.

Ryc. 3. Model edukacji „ku przedsiębiorczości” studentów Politechniki Gdańskiej



Źródło: opracowanie własne

W koncepcji modelu edukacji studentów Politechniki Gdańskiej „ku przedsiębiorczości” proces kształcenia – rozumiany jako sformalizowana edukacja w ramach różnych przedmiotów ekonomicznych – stanowi jeden z filarów. Pozostałe trzy odnoszą się do działań równie ważnych i kluczowych dla budowania postaw proprzedsiębiorczych wśród studentów. Jest to wspieranie merytoryczno-organizacyjne zainteresowanych uruchomieniem własnej działalności gospodarczej i komercjalizacją swojego naukowego oraz stała i wielopoziomowa współpraca uczelni ze środowiskiem biznesu.

Wiele z programów, działań i inicjatyw wpisujących się w model edukacji studentów „ku przedsiębiorczości” jest realizowanych na Politechnice Gdańskiej. Zadaniem na kolejne lata jest ich intensyfikacja, upowszechnienie (dotyczące wszystkich wydziałów), agregacja i wzajemna koordynacja.

Podsumowanie

Z rozmów i obserwacji wynika, że większość osób podejmujących decyzje o kształcenie programów na studiach wiele mówi o konieczności nauczania przedsiębiorczości, ale niewiele w tym kierunku robi. Często bierze się to z niewiedzy, jak przedsiębiorczość powinna być nauczana. Niektórym autorom programów kształcenia wydaje się, że stworzenie 30-godzinnego kursu obejmującego elementy ekonomii, zarządzania i prawa wystarczy, by młody człowiek był gotowy do założenia i prowadzenia z sukcesem swojej firmy w przyszłości. Nie jest to zresztą tylko problem na polskich uczelniach (Hindle, 2007).

Haase i Lautenschlager (2011) postulują, by elementy związane z nauczaniem, jak otwierać i zarządzać firmą, były całkowicie przesunięte na kursy z zarządzania. Oczywiście dużo łatwiej jest nauczać *easy teachable* treści, takich jak zarządzanie, biznes plan itp., niż treści trudno wyuczalnych, czyli kreatywności czy innowacyjności (Rae, Carwell, 2001).

Kursy z przedsiębiorczości powinny jednak obejmować zajęcia praktyczne dotyczące kreatywności, poszukiwania okazji itp. To z kolei wymaga odpowiednich metod nauczania, związanych raczej z zajęciami aktywnymi, na których student może poeksperymentować, zasmakować porażki, poszukać drogi do sukcesu. Niemniej nie wydaje się, by mogło się to obyć bez wprowadzających treści, pozwalających na ogólne zrozumienie funkcjonowania gospodarki i przedsiębiorstwa w gospodarce, tylko wówczas dobre pomysły nie będą jedynie mrzonkami. Stąd też zaproponowany model obejmujący całe spektrum treści dydaktycznych wraz z różnymi formami ich przekazywania. Można je dowolnie kształtować, w zależności od potrzeb odbiorców. Ważne, by osoby kształtujące programy na studiach inżynierskich, miały świadomość potrzeby przekazywania takich treści, jeżeli nie w formie obowiązkowych lub fakultatywnych przedmiotów, to chociaż w formie spotkań z przedsiębiorcami, którzy przez przekazywanie doświadczeń ze swojego życia przedsiębiorczego mogą pomóc w ominięciu przeszkód i wskazać, jak rozwiązywać problemy.

Literatura

References

- Studenci ostatniego roku szkół wyższych – pracodawcy czy pracownicy? Raport z badań ilościowych „Potencjał do rozwoju przedsiębiorczości wśród studentów ostatnich lat studiów województwa pomorskiego”*. (2010). Gdańsk: Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego.
- Albert, F., Fournier, R., Marion, S. (1991). Developing entrepreneurial attitudes and management competence among scientists: the Groupe ESC Lyon's experience. *Entrepreneurship and Regional Development*, 3(4), 349–362.
- Birch, D.L. (1987). *Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work*. New York: Free Press.
- Bygrave, W.D. (2003). The entrepreneurial process, W: W.D. Bygrave, A. Zacharakis (red.). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Wiley and Sons.
- Clark, B. (1998). The Entrepreneurial University: Demand and Response, *Tertiary Education and Management*, 4(1), 5–16.
- Dickson, P.H., Solomon, G.T., Weaver, K.M. (2008). Entrepreneurial selection and success: does education matter? *Journal of small business and enterprise development*, 15(2), 239–258.
- Fayolle, A. (2011). Entrepreneurship education, W: L.P. Dana (red.). *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham UK, Northampton MA, 86–100.
- Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education, *Entrepreneurship and Regional Development*, 25, 7–8, 692–701.
- Fiet, J.O. (2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship, *Journal of Business Venturing*, 16, 1–24.
- Hasse, H., Lautenschlager, A. (2011). The “teachability dilemma” of entrepreneurship, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7, 145–162.
- Hindle, K. (2007). Teaching entrepreneurship at university: from the wrong building to the right philosophy. W: A. Fayolle (red.). *The handbook of Research in Entrepreneurship Education*, 1, Edward Elgar Publishing, Cheltenham UK, Northampton MA, 104–126.
- Lautenschlager, A., Haase, H. (2011). The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at University. *Journal of Entrepreneurship Education*. 14, 147–161.
- Mason, C., Arshed, N. (2013). Teaching entrepreneurship to university students through experiential learning, *Industry & Higher Education*, 27(6), 449–463.
- Matusiak, K. (2010). *Budowanie powiązań z biznesem w gospodarce opartej na wiedzy. Rola i miejsce uniwersytetu w procesach innowacyjnych*. Warszawa: SGH.
- Morris, M., Kuratko, D., Cornwall, R. (2013). *Entrepreneurship Programs and the Modern University*. Edward Elgar, Cheltenham UK, Northampton MA.

- Nowacki, F. (2013), Aktywność przedsiębiorcza uniwersytetu trzeciej generacji – uniwersytet czy przedsiębiorstwo, W: D. Burawski (red.), *Uniwersytet trzeciej generacji. Stan i perspektywy rozwoju*. Poznań: Europejskie Centrum Wspierania Przedsiębiorczości we Wrocławiu.
- Popławski, W., Markowski, M., Forkiewicz, M. (2013). *Przedsiębiorczość polskich szkół wyższych. Diagnoza, uwarunkowania, perspektywy. Raport z badań*. Toruń: Wydawnictwo WSB.
- Saini, J.S., Bhatia, B.S. (1996). Impact of entrepreneurship development programmes, *Journal of Entrepreneurship*, 5(1), 65–80.
- Ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym z dnia 27 lipca 2005 r.* (Dz.U. 2005 164.1365 z późn. zm.).

Julita E. Wasilczuk, dr hab. Politechnika Gdańska, Wydział Zarządzania i Ekonomii, Katedra Przedsiębiorczości i Prawa Gospodarczego. Dziekan Wydziału Zarządzania i Ekonomii, Kierownik Katedry Przedsiębiorczości i Prawa Gospodarczego. Zainteresowania badawcze autorki dotyczą przejawów przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorczości kobiet oraz rozwoju i wzrostu małych firm. Liderka i uczestnik badań małych firm na Pomorzu (Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze) oraz panelowego badania dotyczącego intencji przedsiębiorczych (Survey of Entrepreneurship Attitude of Students – SEAS), prowadzonych od 2008 r. Autorka i współautorka pięciu książek (głównie na temats aktywności małych firm oraz kobiecej przedsiębiorczości). Najnowsza pozycja dotyczy przedsiębiorczości nieproduktywnej (we współautorstwie). Od wielu lat zaangażowana w nauczanie przedsiębiorczości, autorka programu specjalności: przedsiębiorczość i marketing nauczanego na kierowanym wydziale.

Julita E. Wasilczuk, PhD DSc, Gdansk University of Technology, Faculty of Management and Economics, Department of Entrepreneurship and Economic Law. Teacher and researcher at Gdańsk University of Technology, Faculty of Management and Economics, currently dean of the faculty. Head of the Department of Entrepreneurship and Economic Law. Main fields of research interest are: entrepreneurship and its different aspects, women in business, and the growth of SMEs. Leader and participant of researches focusing on small business in Pomeranian Region (Pomerania Economic Observatory) and panel research on entrepreneurial intentions (Survey of Entrepreneurship Attitude of Students – SEAS), conducted from 2008. Author and co-author of five books (referring to activity of small firms in economy and women entrepreneurship). The latest book is devoted to unproductive entrepreneurship (co – author). For many years engaged in the teaching of entrepreneurship, the author of the courses: entrepreneurship and marketing.

Anita Richert-Każmierska, dr inż., doktor nauk ekonomicznych w zakresie ekonomii, starszy wykładowca na Wydziale Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej. Zainteresowania naukowe: przedsiębiorczość, społeczno-ekonomiczne konsekwencje starzenia się ludności (skala makroekonomiczna i mikroekonomiczna), regionalne zróżnicowanie zaawansowania starzenia się i jego wpływ na kształt polityki gospodarczej.

Anita Richert-Każmierska, senior lecturer at Gdansk University of Technology, Faculty of Management and Economics. She holds a PhD in economics. Her research interests focus on entrepreneurship, socio-economic consequences of population ageing (macro and micro level), regional differences in the process of ageing and the impact of demography changes on economic policy.

Adres/Address:

Politechnika Gdańska
Wydział Zarządzania i Ekonomii
ul. Gabriela Narutowicza 11/12
80-233 Gdańsk, Polska
e-mail: Anita.Richert@zie.pg.gda.pl
e-mail: Julita.Wasilczuk@zie.pg.gda.pl

TOMASZ GŁADYSZ

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska ■ Wrocław University of Economics, Poland

Wybrane zagadnienia wirtualizacji uczelni wyższych

Selected Issues of University Virtualisation

Streszczenie: Przedsiębiorczość indywidualną, będącą ważnym stymulatorem rozwoju gospodarczego, trudno w sposób jednoznaczny i bezpośredni utożsamiać z poziomem edukacji. Jednak w czasach, gdy wiedza to jeden z najcenniejszych zasobów, edukacja jest niewątpliwie bardzo istotnym czynnikiem zwiększającym przedsiębiorczość. Szybki rozwój e-learningu pozwala, aby nauka w szkołach wyższych stawała się łatwiej dostępna, niezależnie od układów przestrzennych interesariuszy procesu edukacyjnego. Niniejsze opracowanie zawiera, przeprowadzoną na podstawie literatury, analizę krytyczną definicji wirtualizacji w kontekście zastosowania ich do procesu wirtualizacji uczelni oraz bardzo krótki przegląd bieżącego stanu badań nad procesem wirtualizacji uczelni w Polsce. Autor zauważa lukę badawczą związaną z brakiem bieżących wyników badań empirycznych dotyczących funkcjonowania uczelni w internecie oraz niedostatkami opracowań teoretycznych na temat modelowania procesu wykorzystywania wirtualnej przestrzeni internetowej przez uczelnie wyższe. Autor wskazuje, m.in., na konieczność odpowiedzi na pytania o uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne wpływające na zakres i sposoby wykorzystania wirtualnej przestrzeni przez uczelnie oraz o założenia i elementy mogące się składać na modelowe ujęcie procesu wirtualizacji uczelni.

Abstract: Individual entrepreneurship is an important stimulator of economic development. It is difficult to clearly and directly identify individual entrepreneurship with the level of education. However, at the times when knowledge is one of the most valuable resources, education is undoubtedly a very important factor of increasing entrepreneurship. The rapid evolution of e-learning lets university education become easily available regardless of the mutual location of educational process stakeholders. This article includes analysis of the different definitions of virtualization in the context of their application to the process of universities virtualisation. It also contains a short overview of the current state of research in the field of universities virtualisation in Poland. The author notes the lack of current empirical research on the universities functioning on the Internet, and lack of theoretical studies on modelling process of using virtual space by universities. The author points out the need to answer questions about internal and external conditions for use of the Internet virtual space by the university or questions about the assumptions and elements that can be used to model the virtualisation process of a university.

Słowa kluczowe: edukacja; organizacja wirtualna; szkolnictwo wyższe; wirtualizacja; zdalne nauczanie

Keywords: education; distance learning; higher education; virtual organization; virtualisation

Otrzymano: 16 listopada 2016

Received: 16 November 2016

Zaakceptowano: 19 kwietnia 2017

Accepted: 19 April 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

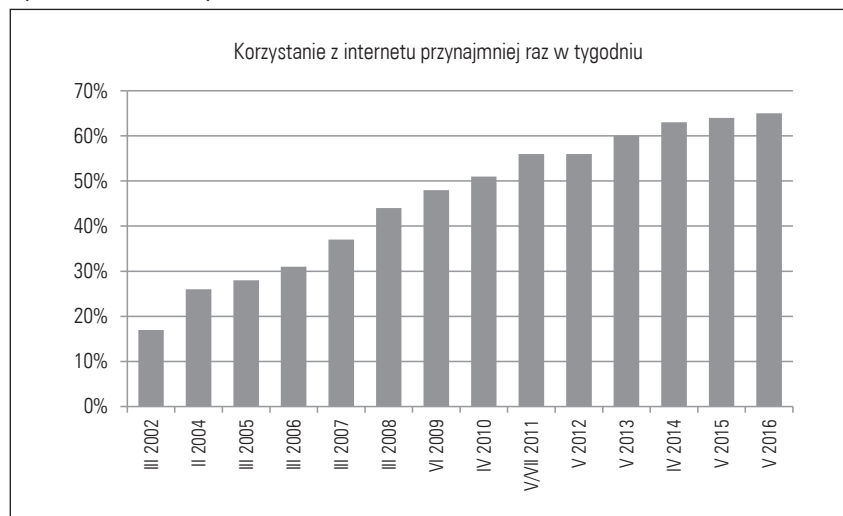
Gładysz, T. (2017). Wybrane zagadnienia wirtualizacji uczelni wyższych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 367–377. DOI: 10.24917/20833296.13.27

Wstęp

Zagadnienia związane z edukacją przez całe życie (w tym za pośrednictwem systemów zdalnego nauczania), poziomem wykształcenia, społeczeństwem innowacyjnym opartym na wiedzy oraz społeczeństwem informacyjnym są priorytetami w europejskich strategiach rozwoju. Rosnąca złożoność warunków funkcjonowania społeczeństwa, a szczególnie szybkość i złożoność zmian w otoczeniu różnych organizacji, prowadzi do konieczności modyfikacji dotychczas istniejących systemów (Bytniewski, 2013). W tym kontekście tematyka działalności uczelni w wirtualnej przestrzeni internetu zdaje się być jak najbardziej ważna i aktualna. Bardzo szybki rozwój technologii e-learningu pozwala, aby edukacja w szkołach wyższych, na studiach I, II i III stopnia, a także „kształcenie przez całe życie” na studiach podyplomowych oraz kursach pozwalających zdobyć nowe umiejętności i dających nowe kwalifikacje, staje się łatwo dostępna, niezależnie od układów przestrzennych interesariuszy procesu edukacyjnego.

W świetle raportów CBOS mówiących, że od początków bieżącego stulecia, liczba użytkowników stale wzrasta i obecnie z internetu korzysta niemal dwie trzecie Polaków (dane z maja 2016: 65%) (ryc. 1), w tym wśród mieszkańców wsi i małych miast, przeważnie niebędących siedzibami uczelni wyższych, odsetek ten jest także znaczący (dane

Ryc. 1. Badania korzystania z internetu

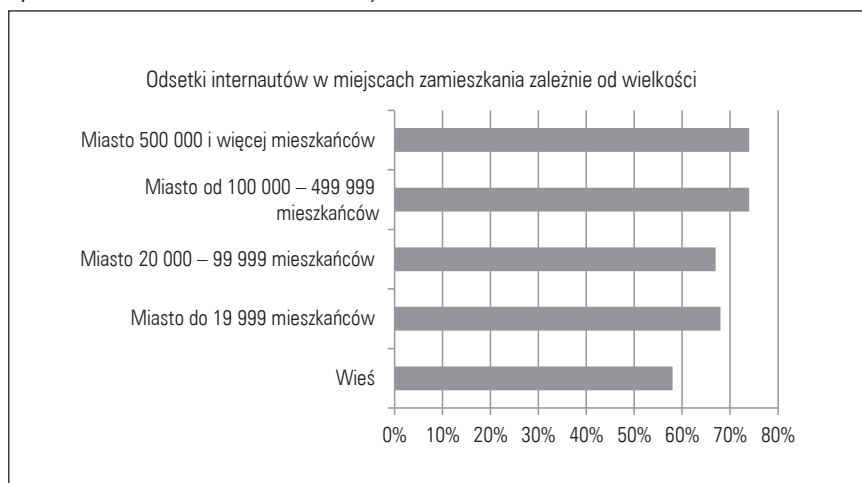


Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu nr 92/2016z badań CBOS

z maja 2016: wieś – 58%, miasta do 100 tys. – ponad 67%) (ryc. 2) można przypuszczać, że potencjalna oferta kształcenia on-line (w tym kształcenia na studiach) trafia do znacznej grupy odbiorców, których nie blokują w żaden sposób kwestie dostępu do internetu z domu (dane z maja 2016: 98% użytkowników ma dostęp z domu) (ryc. 3).

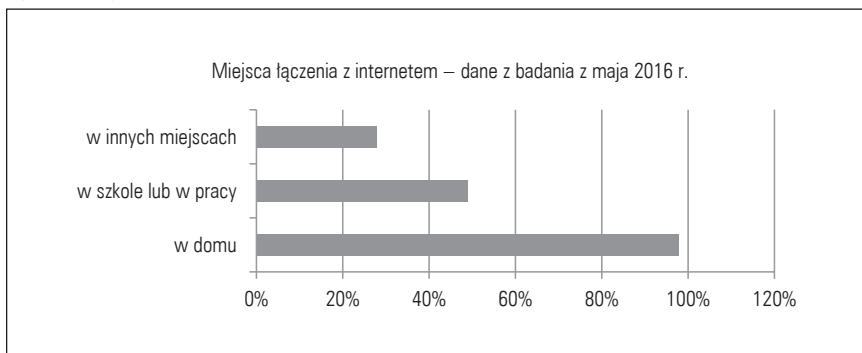
Zważywszy na powyżej przedstawione dane, poszerzanie oferty edukacyjnej uczelni wyższych o możliwości realizacji części zajęć przez zdalne nauczanie jest działaniem wyjątkowo trafnym. Badając to zjawisko, należy znaleźć odpowiedzi na pytania o bieżący stan tego typu oferty. Czy oferowanie usług edukacyjnych w przestrzeni wirtualnej w naturalny sposób pociąga za sobą wirtualizację innych sfer aktywności uczelni? Jakie są obecne sposoby wykorzystania wirtualnej przestrzeni internetu przez uczelnie? Jakie fazy można zidentyfikować w procesie wchodzenia aktywności uczelni do wirtualnej przestrzeni? Jakie są uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne wykorzystania wirtualnej przestrzeni przez uczelnie? Jakie założenia i elementy mogą się składać na modelowe ujęcie tak pojętego procesu wirtualizacji uczelni?

Ryc. 2. Internauci w zależności od miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu nr 92/2016z badań CBOS

Ryc. 3. Miejsca łączenia z internetem



Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatu nr 92/2016z badań CBOS

Pojęcia organizacji wirtualnej i wirtualizacji

Pojęcie organizacji wirtualnej funkcjonuje w literaturze już od wielu lat. Nie jest ono jednak ściśle zdefiniowane. Jest wiele definicji, które różnie akcentują istotność właściwości obiektu dla zaklasyfikowania do grupy wirtualnej. Organizacja wirtualna to nowoczesny model organizacji, optymalizujący grę na zasobach niematerialnych. (Perechuda, 1997). Idea organizacji wirtualnej wyraża się w postaci wielopłaszczyznowych i wieloczynnikowych transformacji systemowych, dokonujących się w rozmaitych podmiotach gospodarczych. Transformacje te mają na celu eliminowanie niewydolnych kanałów zasileniowych, ograniczanie wydłużonych tras przepływu strumieni informacyjnych oraz przekształcanie ociężałych hierarchii w elastyczne jednostki organizacyjne o dużej autonomii i wysokim standardzie działań w zakresie operatywnego zarządzania szeroko rozumianą produkcją i pracą (Niedzielska, 1997). Organizacja wirtualna opiera się na dobrowolnym udziale członków, którzy wchodzi z sobą w różne nowego typu związki dla osiągnięcia korzyści większych niż wtedy, gdyby kooperacja odbywała się w sposób tradycyjny (Kisielnicki, 1998). Organizacja wirtualna to firma, która prowadzi działalność w sieciach komputerowych (internecie) lub która, poza funkcjonowaniem na tradycyjnym rynku, prowadzi również działania (głównie chodzi tu o sprzedaż i akcje promocyjne) na rynku wirtualnym (Olejczyk, 2000). Organizacja wirtualna jest dynamicznym narzędziem zarządzania, opartym na sieciach komputerowych i możliwościach korzystania z banków informacyjnych, m.in. takich, jak internet, idealnym dla osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na globalnym rynku (Grudzewski, Hejduk, 2002).

Część z przedstawionych definicji, tj. Perechudy (1997), Niedzielskiej (1997), Kisielnickiego (1998), koncentruje się na strukturze, kładzie nacisk na rozluźnienie związków, zdolności do szybkiej modyfikacji, określając ten stan jako współpracę niezależnych jednostek o dużej (jeśli nie całkowitej) autonomii. Organizacja wirtualna jest w takim ujęciu często traktowana jako kolejny, po organizacji sieciowej, poziom rozwoju, zwiększający elastyczność i możliwości reagowania na zmiany otoczenia. Takie ujęcie strukturalne wirtualizacji nie może odpowiadać opisowi wirtualizacji uczelni. Ze względu na wymogi prawne struktury uczelniane muszą pozostawać w pewnych jasno przez przepisy (w tym m.in. przez ustawę Prawo o szkolnictwie wyższym oraz wszelkie przepisy wykonawcze) określonych granicach. Trudno zatem mówić o zestawianych różnego rodzaju konfiguracjach, w odpowiedzi na zapotrzebowanie, form kooperacji niezależnych podmiotów.

Przestrzeń wirtualna jest pochodną wybranych składowych innych przestrzeni. Według Warnera i Witzla kreowanie przestrzeni wirtualnej odbywa się z użyciem (Warner, Witzel, 2005):

- przestrzeni wyobraźniowej,
- przestrzeni technologicznej,
- przestrzeni kulturowej.

Analizując wybrane definicje w kontekście wirtualizacji uczelni wyższej, można stwierdzić, najlepiej odpowiadającym tej specyficznej sytuacji podejściem jest podejście procesowe, koncentrujące się na wykorzystaniu technologii informacyjnych i internetu w działaniu. Definicja wychodząca z danych podanych przez Olejczyk (2000) oraz Grudzewskiego i Hajduk (2002) – po eliminacji elementów sugerujących konieczność odniesienia do przedsiębiorstw i sprzedaży – najlepiej nadaje się do prac nad pojęciem wirtualizacji uczelni. Organizacja wirtualna powstaje przez coraz intensywniejsze wykorzystywanie

w swoim działaniu informatycznych technologii komunikacyjnych, opiera się na sieciach komputerowych i możliwościach korzystania z internetowych banków informacyjnych. Organizacja wirtualna, poza funkcjonowaniem w przestrzeni internetowej (wirtualnej), może także prowadzić działania w przestrzeni tradycyjnej (rzeczywistej). W zaproponowanej definicji prowadzenie działalności w przestrzeni internetowej jest nieodzowną składową organizacji wirtualnej. Takie zdefiniowanie nie zamyka możliwości prowadzenia działalności w przestrzeni rzeczywistej i pozwala na stopniowanie wirtualności zależnie od wzajemnego rozkładu działań: im stosunkowo większa część działań organizacji odbywa się w przestrzeni wirtualnej, tym bardziej organizacja jest wirtualna. Przyjmując taką optykę, można powiedzieć, że w obecnie nie istnieją organizacje stuprocentowo wirtualne, gdyż ze względu na ograniczenia natury prawno-formalnej muszą mieć podstawowe elementy do działań w przestrzeni tradycyjnej (przykładem jest tu siedziba – adres, który nie może być jedynie adresem internetowym). Wirtualizację należy pojmować jako przechodzenie od organizacji tradycyjnej do organizacji coraz bardziej wirtualnej.

Uczelnie to nie tylko działalność w zakresie kształcenia na poziomie studiów licencjackich, magisterskich czy też doktoranckich. To działalność naukowa, a także działania administracyjne pozwalające na nadzorowanie, kontrolę efektów oraz sprawne prowadzenie prac dydaktycznych i badawczych. Dzieląc działalność uczelni na te trzy podstawowe obszary, możemy rozpatrywać oddzielnie ich zakresy zwirtualizowania. Po takim częściowym badaniu można zagregować wyniki w celu ustalenia całościowego poziomu wirtualizacji.

Wirtualizacja działalności dydaktycznej

Wirtualizacja działalności edukacyjnej realizuje się przez stosowanie narzędzi e-learningu (w literaturze występuje wiele określeń, w zależności od autora publikacji i podejścia, na wysokim poziomie ogólności omawianego zagadnienia; na potrzeby niniejszego artykułu pojęcia: telenauczanie, e-learning, e-edukacja, e-nauczanie mogą być stosowane zamiennie). Dzięki narzędziom e-nauczania proces edukacyjny może zostać, w całości lub częściowo, przeniesiony z przestrzeni rzeczywistej do wirtualnej przestrzeni internetu. Pierwowzorem tego typu kształcenia były kursy korespondencyjne oparte na przesyłaniu uczącemu się materiałów w postaci: druków, kaset magnetofonowych i magnetowidowych. Czasami działania te połączone były ze specjalnymi audycjami radiowymi lub programami telewizyjnymi. E-edukacja jest konsekwencją rozwoju i zastosowania technologii informatycznych do edukacji zdalnej.

Telenauczanie to stwarzanie połączenia przy pomocy technologii komunikacyjnych pomiędzy osobami i zasobami w celach związanych z nauczaniem (Collis, 1996).

Masowość internetu gwarantuje dotarcie do dużej grupy studentów bez konieczności konstruowania dedykowanej infrastruktury przeznaczonej jedynie do realizowania celów dydaktycznych (Hauke, Owoc, 2003).

E-nauczanie opiera się przede wszystkim na wykorzystaniu technik przesyłu informacji w celu uniezależnienia procesu uczenia od gromadzenia uczących się i nauczyciela w jednym miejscu przy zachowaniu istotnej cechy, jaką jest możliwość interakcji pomiędzy studentami a nauczycielem (Gładysz, 2001).

Według wielu badaczy zjawiska, jakim jest e-edukacja, do jej możliwości i zalet należy zaliczyć:

- brak ograniczeń terytorialnych oraz dużą elastyczność;
- redukcję kosztów (m.in. eliminuje koszty podróży na zjazdy);
- centralizację procesu nauczania;
- standaryzację i powtarzalną jakość szkoleń;
- ułatwiony kontakt z prowadzącym;
- wygodę realizacji (sposób uczestnictwa);
- kontekstowość, wielowątkowość i indywidualizacja;
- interaktywną i angażującą formę;
- możliwość dobrego uzupełnienia innych metod;
- możliwość lepszego wykorzystania zasobów;
- udostępnianie grafiki, filmów, dźwięku z miejsc w dowolnym rejonie świata;
- prowadzenie dialogu właściwie z każdym użytkownikiem;
- zdobywanie wykształcenia przez osoby niepełnosprawne, które mogą się uczyć i studiować w domu, nie tracąc dostępu do tych samych źródeł wiedzy, co ich sprawne koledzy i koleżanki (Siemieniecki, 2007; Bednarek, 2008; Stecyk, 2008; Janczyk, Szmirch, Wójtowicz, 2010; Hyla, 2016).

Pomimo wszystkich wymienionych powyżej zalet, ze względu na przepisy prawa, proces dydaktyczny nie może zostać całkowicie przesunięty do przestrzeni wirtualnej. *Ustawa z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym* (z późniejszymi zmianami) dopuszcza prowadzenie zajęć dydaktycznych w formie zdalnego nauczania: art. 164 pkt 3.

„Zajęcia dydaktyczne na studiach mogą być prowadzone także z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość”. Jednak ustawodawca wcześniej w art. 2 pkt 2. 12) w definicji studiów stacjonarnych wprowadza ograniczenie, mówiąc, iż studia stacjonarne oznaczają formę studiów wyższych, w której co najmniej połowa programu kształcenia jest realizowana w postaci zajęć dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów.

Wspomniana powyżej regulacja prawna jest jedną (choć nie jedyną) z przeszkód, które z definicji sprowadzają idee nowoczesnej edukacji akademickiej do formy *blended learning* (b-learning), eliminując pełną wirtualizację w postaci e-learningu (Dąbrowski, 2013).

Wirtualizacja działalności naukowej

Mówiąc o wirtualizacji działalności naukowej uczelni, należy przez to rozumieć przesunięcie do przestrzeni internetowej prowadzenia badań, wyszukiwania materiałów i danych do badań, publikację opracowań naukowych.

W przestrzeni wirtualnej jest wiele narzędzi wspomagających badaczy. W niniejszym rozdziale zostało przedstawionych kilka, gdyż celem artykułu nie jest badanie przeglądowe, a tylko zasygnalizowanie ich istnienia. Zdecydowano się na umieszczenie obszernych rysunków pokazujących wspomniane witryny, gdyż te strony startowe wystarczająco dokładnie ukazują specyfikę działania danego serwisu.

Mendeley (<https://www.mendeley.com/>) (ryc. 1) bezpłatne narzędzie budowy społeczności akademickiej pozwalające na:

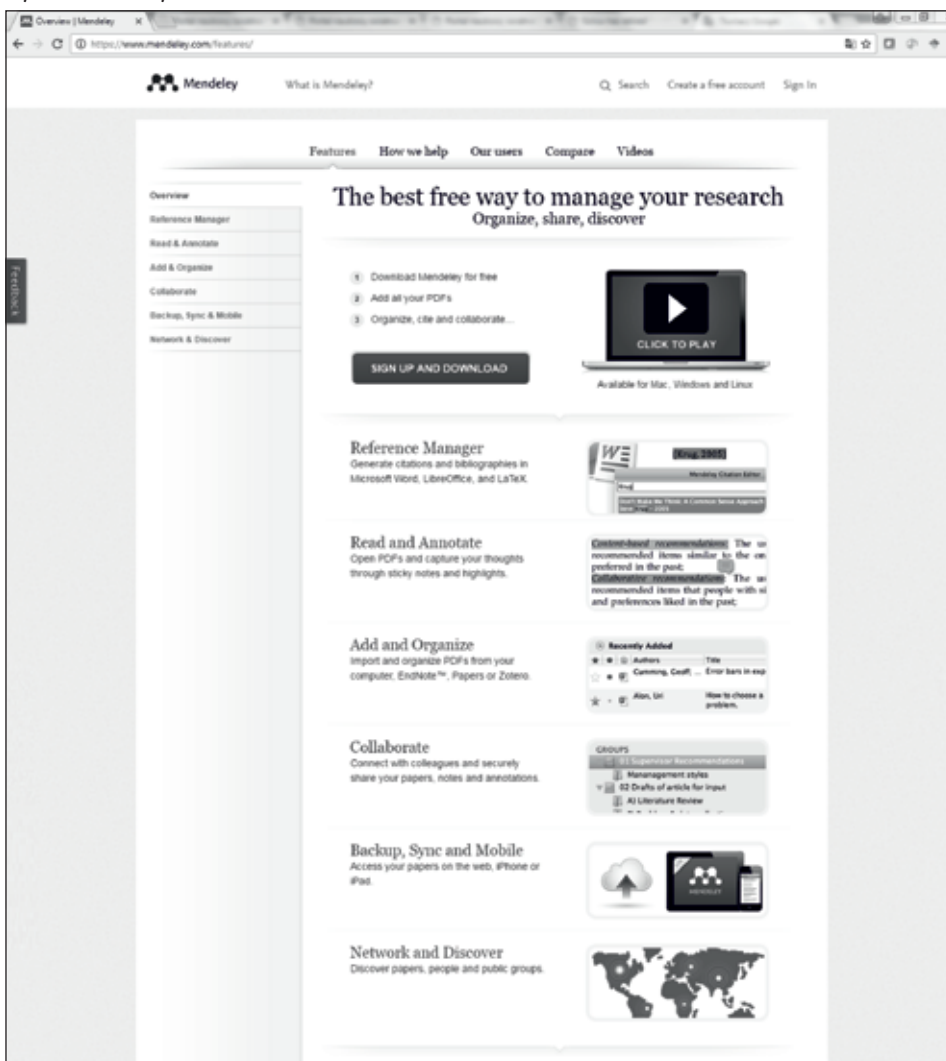
- upublicznianie wyników prowadzonych prac,
- kontakt z innymi badaczami;

- śledzenie wykorzystania opublikowanych prac;
- wyszukiwanie publikacji innych autorów;
- zarządzanie znalezionymi materiałami;
- sporządzanie zestawów cytowań i bibliografii.

Portal Ośrodka Przetwarzania Informacji OPI (ryc. 2) będącego państwowym instytutem badawczym (nauka-polska.pl) zawiera m.in. wyszukiwarkę polskich naukowców i badaczy.

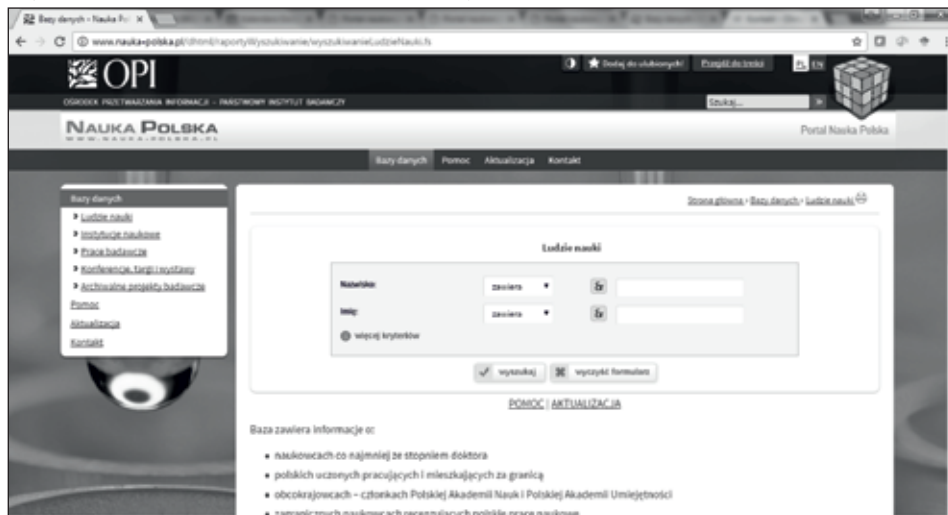
Scopus (<https://www.scopus.com/freelookup/form/author.uri>) (ryc. 3) w otwartej bezrejestrowej części to wyszukiwarka profili naukowców i badaczy.

Ryc. 4. Mendeley



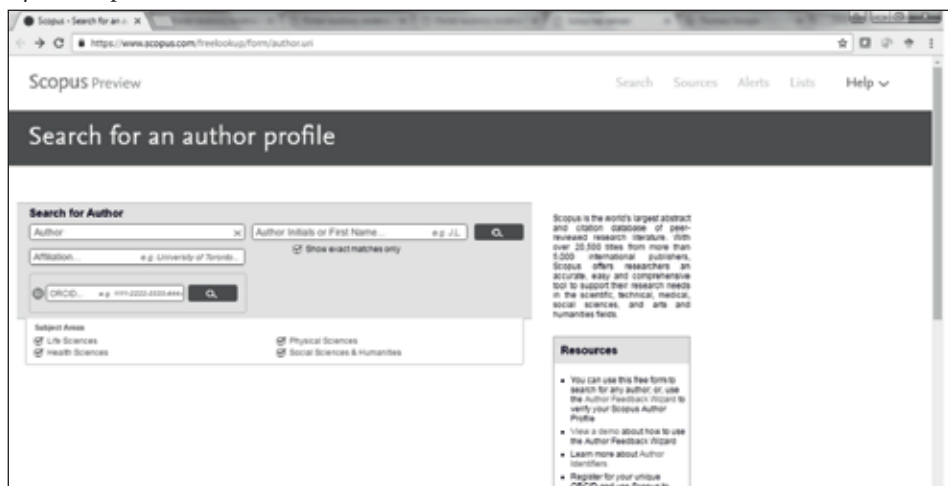
Źródło: print screen strony: <https://www.mendeley.com/>

Ryc. 5. Portal Ośrodka Przetwarzania Informacji OPI



Źródło: print screen strony: www.naukapolska.pl

Ryc. 6. Scopus



Źródło: print screen strony: <https://www.scopus.com/freelookup/form/author.uri>

Wirtualizacja administracji uczelni

Zastosowanie e-learningu (a właściwie, jak to zostało pokazane wcześniej, b-learningu) do wirtualizacji działalności dydaktycznej uczelni w oczywisty sposób indukuje konieczność wprowadzenia e-administracji uczelnianej, choćby jedynie w relacjach student – dziekanat, student – wykładowca, wykładowca – dziekanat. Sytuacja, w której student po zrealizowaniu w systemie zdalnym wymaganych zajęć musi się stawić na uczelni tylko po to, aby wykładowca dokonał w indeksie wpisu, a następnie student przekazał

indeks do dziekanatu, wydaje się dalece niekonsekwentna jeśli chodzi o całościowe kształtowania wzajemnych relacji i sposobów komunikacji między tymi podmiotami.

Na uczelniach systemy informatyczne zbierają dane o studentach, zapisach na poszczególne wykłady i laboratoria, jak również o osiągnięciach naukowych studentów. Dodatkowo zbierane są informacje o wykładowcach, asystentach, planach zajęć, przedmiotach itp. Nad całością musi istnieć sprawny aparat administracyjny i zarządczy. Dodatkowo należy pogodzić interesy studentów i pracowników (Łosowski, 2010). Uczelnie wyższe, mimo iż występują także jako uczelnie prywatne czy też uczelnie związków wyznaniowych, to jednak, tak jak szkoły z uprawnieniami szkół publicznych, stanowią element systemu edukacji państwowej. Stąd wirtualizacja administracji uczelnianej może być także rozumiana jako budowa e-administracji w rozumieniu najogólniej przyjętym w literaturze.

Elektroniczna administracja zmierza w kierunku systemów opartych na wiedzy, w tym sensie, że technologia internetowa (i oparta na niej komunikacja) staje się wszechobecna, a administracja będzie świadczyć usługi w inteligentny sposób usługi (Chmielarz, 2007). Usługi świadczone przez e-administrację uczelnianą mogą mieć wielu bardzo różnych interesariuszy, mogą to być osoby fizyczne, jak komórki uczelniane, czy też różne instytucje zewnętrzne, np.: studenci, pracownicy naukowcy, biblioteka, dziekanat, wydziały, katedry, ministerstwo, POL-on.

Najbardziej oczywistym elementem uczelnianej e-administracji jest wirtualny dziekanat, gdzie po zalogowaniu się student może sprawdzić swoje dane osobowe przetwarzane w systemie, uzyskać informacje o otrzymanych ocenach, ewentualnie o wpłatach czesnego, zapoznać się z ogłoszeniami (w tym o zmianach terminów zajęć), indywidualnymi decyzjami władz uczelni, zapisać się na specjalności, przedmioty do wyboru czy seminaRIA dyplomowe, a także złożyć podania w sprawach związanych ze studiami. Jednak system e-administracji uczelnianej może oferować znacznie więcej. Jednym z bardzo popularnych systemów jest Uniwersytecki System Obsługi Studiów – USOS. Jest to efekt współpracy największych polskich uczelni. System powstał w wyniku zapotrzebowania na kompleksowe narzędzie informatyczne służące do zarządzania sprawami studiów w szkole wyższej. Wśród głównych zastosowań USOS znajdują się m.in.:

- rekrutacja na studia i immatrykulacja,
- elektroniczne legitymacje studenckie (drukowanie, przedłużanie ważności itp.),
- przygotowywanie oferty dydaktycznej (zajęcia, grupy, terminy, prowadzący),
- zarządzanie tokiem studiów (programy studiów, zapisy na zajęcia, protokoły ocen),
- podania studenckie,
- prace i egzaminy dyplomowe (elektroniczna archiwizacja prac dyplomowych),
- stypendia,
- domy studenckie,
- płatności za usługi edukacyjne,
- wsparcie dla procesu bolońskiego,
- praktyki zawodowe studentów,
- ankiety,
- sprawozdawczość,
- sprawy pracownicze (zatrudnienia etatowe i nieetatowe, rozliczanie pensum itp.),
- Biuro Karier,
- uniwersyteckie archiwum.

Dzięki obszerności zastosowań USOS pełni funkcję centralnego punktu gromadzenia informacji z całej uczelni, co znacząco usprawnia zarządzanie studiami, umożliwia ujednolicenie procedur uczelnianych oraz pozwala na efektywne wprowadzanie inicjatyw ogólnouczelnianych, takich jak wspólna dla studentów wszystkich kierunków oferta przedmiotów nieobowiązkowych, lektoratów, zajęć z wychowania fizycznego, egzaminów certyfikacyjnych, a także centralna autoryzacja studentów i pracowników w serwisach internetowych uczelni, generowanie unikatowych w skali uczelni numerów indeksów i dyplomów. Przechowywanie danych w postaci cyfrowej istotnie redukuje liczbę generowanych tradycyjnych dokumentów, pozwala, m.in., na wyeliminowanie papierowych protokołów z ocenami, kart egzaminacyjnych, podań studenckich, a nawet indeksów (www.usos.edu.pl, 2016).

Zakończenie

Podsumowując, można sformułować odpowiedzi na pytania pojawiające się we wstępie. Oferowanie usług edukacyjnych przez uczelnię w przestrzeni wirtualnej internetu pociąga za sobą konieczność wirtualizacji (przynajmniej częściowej) sfery administracyjnej. Obecnie na uczelniach funkcjonują różne sposoby wykorzystania internetu: od prostych kwestii komunikacyjnych za pomocą poczty e-mail, która nie jest dla studentów zorganizowana w domenie uczelni, aż do zastosowania całych platform zdalnego nauczania przez sieć. Proponowany model w swych skrajnych punktach powinien zawierać uczelnię całkowicie pozbawioną aktywności w przestrzeni wirtualnej oraz taką, która we wszystkich sferach działa jedynie w przestrzeni wirtualnej. Obie te skrajności są potrzebne do kompletności powstającego modelu, ale wydaje się, że żadna z funkcjonujących uczelni nie znajduje się na jednym z tych biegunów. Jednym z bardzo istotnych czynników zewnętrznych wpływających na procesy wirtualizacji uczelni są przepisy prawne, które obecnie nie pozwalają na całkowite prowadzenie działań edukacyjnych jedynie w przestrzeni wirtualnej. Przeprowadzenie szczegółowych badań uczelni w każdym ze wspomnianych obszarów, czyli w zakresie: działalności dydaktycznej, działalności naukowej i administracji pozwoli na określenie stopnia wirtualizacji badanych obiektów. Możliwe będzie umiejscowienie ich w stworzonym modelu i ustalenie stopnia zawansowania ich wirtualizacji jako procesu obejmującego całość uczelni na wszystkich polach działalności.

Literatura

References

- Bednarek, J. (2008). *Multimedia w kształceniu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bytniewski, A. (red.). (2013). *Systemy informatyczne a rozwój społeczeństwa informacyjnego*. Wrocław: Wydawnictwo UE we Wrocławiu.
- Chmielarz, W. (2007). *Systemy biznesu elektronicznego*. Warszawa: Difin.
- Collis, B. (1996). *Tele-learning in a Digital World*. Oxford: International Thomson Computer Pres.
- Dąbrowski, M. (2013). E-learning w szkolnictwie wyższym. *Studia BAS*, 3(35), 203–211.
- Gładysz, T. (2001). Systemy zdalnego nauczania w zarządzaniu wiedzą korporacyjną, W: A. Baborski (red.). *Pozyskiwanie wiedzy z baz danych Prace Naukowe AE we Wrocławiu*. Wrocław: Wydawnictwo AE.
- Grudzewski, W., Hejduk, I. (2002). *Przedsiębiorstwo wirtualne*. Warszawa: Difin.

- Hauke, K., Owoc, M. (2003). Platformy Technologiczne w nauczaniu na odległość, W: E. Niedzielska, H. Dudycz, M. Dyczkowski (red.). *Nowoczesne technologie informacyjne w zarządzaniu* *Prace Naukowe AE we Wrocławiu*. Wrocław: Wydawnictwo AE.
- Hyla, M. (2016). *Przewodnik po e-learningu*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Janczyk, J., Sznirch, A., Wójtowicz, A. (2010). Internet a kształcenie na odległość w opiniach użytkowników. *Edukacja-Technika-Informatyka*, 1, 195–201.
- Kisielnicki, J. (1998). Virtual Organization as a Product of Information Society. *Informatica An International Journal of Computing and Informatics*, 1(22).
- Łosowski, P. (2010). Środowiska zwirtualizowane w zarządzaniu procesami biznesowymi i edukacyjnymi. *Metody Informatyki Stosowanej* *Kwartalnik Komisji Informatyki Polskiej Akademii Nauk Oddział w Gdańsku*, 4(25).
- Niedzielska, E. (1997). Wirtualne organizacje gospodarcze, W: M. Przybyła (red.). *Zarządzanie przedsiębiorstwem w teorii i praktyce* *Prace Naukowe AE we Wrocławiu*. Wrocław: Wydawnictwo AE.
- Olejczyk, K. (2000). Organizacja wirtualna. Wykorzystanie Internetu, W: *Nowoczesne zarządzanie przedsiębiorstwem. V Konferencja Naukowa*. Zielona Góra: Politechnika Zielonogórska.
- Perechuda, K. (1997). *Organizacja wirtualna*. Wrocław: Ossolineum.
- Siemieniecki, B. (red.). (2007). *Pedagogika medialna: podręcznik akademicki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Stecyk, A. (2008). *ABC e-Learningu: system LAMS: learning activity management system*. Warszawa: Difin.
- Warner, M., Witzel, M. (2005). *Zarządzanie organizacją wirtualną*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.

Tomasz Gładysz, doktorant na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Zainteresowania badawcze autora koncentrują się wokół działalności organizacji w przestrzeni wirtualnej internetu, zwłaszcza wykorzystania technologii informatycznych do zdalnego nauczania na uczelniach wyższych.

Tomasz Gładysz, PhD student, Wrocław University of Economics, the author's research interests are focused on organizations' activities in the virtual space of the Internet, especially the use of information technology for distance learning in higher education.

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki
ul. Nowowiejska 3
58-500 Jelenia Góra, Polska
e-mail: gladysz.tomasz@gmail.com

ELŻBIETA PEŁKA

Wyższa Szkoła Biznesu, Dąbrowa Górnicza, Polska ■ The University of Dąbrowa Górnicza, Poland

Proces motywacji pracowników sektora publicznego w organizacji edukacyjnej

Process of Motivating Employees of Public Sector in Educational Organization

Streszczenie: Celem artykułu jest próba usystematyzowania wiedzy na temat ograniczonych możliwości motywowania pracowników sektora publicznego w organizacji edukacyjnej. Tekst powstał na podstawie analizy literatury oraz bezpośredniej obserwacji. Motywacja podwładnych jest procesem trudnym i złożonym. Jego efektywność w dużej mierze zależy od kompatybilności założonych celów organizacji z celami zespołu pracowniczego. Istotną kwestią jest trafne rozpoznanie czynników, które priorytetowo traktowane są przez zespół czy też jednostki. Na podstawie przeanalizowanej literatury można stwierdzić, że mimo wielu badań i analiz z zakresu motywacji pracowników problem ten w organizacjach edukacyjnych jest marginalizowany i brakuje nowatorskich oraz skutecznych rozwiązań. Konsekwencje dotychczas przyjętych systemów i praktykowanych działań motywacyjnych wskazują na konieczność przeprowadzenia zmian. Warto w związku z tym przemyśleć poszerzenie instrumentów motywacyjnych o te sprawdzone i wykorzystywane w organizacjach gospodarczych. Jest to oczywiście możliwe, o ile pozwalają przepisy regulujące wynagrodzenie pracowników w sektorze publicznym. System motywacyjny winien być przejrzysty i czytelny oraz wykorzystywać nieobligatoryjnie narzędzia pozafinansowe. Prawidłowo opracowany i zaimplementowany system motywacji powinien działać stymulująco na pracowników organizacji w sektorze publicznym.

Abstract: the aim of this article is to systematise knowledge about the limited opportunities for motivating public sector workers in an educational organization. The article was based on literature analysis and direct observation. Motivation of subordinates is a difficult and complex process. Its effectiveness depends to a large extent on the compatibility of the organization's goals with the objectives of the team. It is important to recognise the factors that are given priority by the team or the individual. Based on the analysed literature, it can be stated that despite many studies and analyses of employee motivation, it can be concluded that the problem in educational organisations is marginalised and there are no innovative and effective solutions. The consequences of adopted systems and motivational practices have indicated the need for change. It is therefore worth rethinking the broadening of incentive instruments to include ones that are successfully used in business organisations. of course, this is possible as long as the regulations governing the remuneration of workers in the public sector are permissible. The incentive system should be clear and legible and non-legally binding non-financial tools. Properly developed and implemented incentive system should stimulate the employees of organisations in the public sector.

Słowa kluczowe: bodźce w procesie motywowania; indywidualizacja podejścia przełożonego; motywacja pracowników w sektorze publicznym; zaspokajanie potrzeb

Keywords: individualization of the supervisor's approach; motivation of employees in the public sector; satisfaction of needs; stimuli in the process of motivation

Otrzymano: 8 marca 2017

Received: 8 March 2017

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Pełka, E. (2017). Proces motywacji pracowników sektora publicznego w organizacji edukacyjnej. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 378–390. DOI: 10.24917/20833296.13.28

Wstęp

Doświadczenia autorki artykułu z ostatnich lat (Pełka, 2017) wskazują, że dyrektor szkoły to nie tylko urzędnik państwowy realizujący politykę oświatową państwa, ale też w znacznej mierze menadżer organizacji, który zarządza zasobami ludzkimi. Ponadto zarządza wiedzą, którą mają wszyscy pracownicy oraz ludzie mający istotny wpływ na organizację i pracę placówki. Biorąc pod uwagę obszerny rejestr zadań dyrektora szkoły, wynikający z *Ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe i Ustawy z dnia 26 stycznia 1982 r. Karta Nauczyciela* oraz wielu innych aktów prawnych, dyrektor powinien mieć wiedzę i kompetencje o szerokim spektrum, jak również odpowiednie predyspozycje wynikające z cech charakteru oraz doświadczenia zawodowego. Na sukces organizacji edukacyjnej wpływa przede wszystkim odpowiednio dobrana i wykwalifikowana kadra. Istotnym aspektem pracy dyrektora szkoły jest sfera związana z zarządzaniem zasobami ludzkimi określana jako przywództwo i polegająca na relacjach między dyrektorem a jego podwładnymi w obszarze oddziaływań na ich zachowania, w postaci wpływania, motywowania, inspirowania, zjednywania, a także efektów tych oddziaływań (Ornarowicz, 2008). Celem niniejszego artykułu jest próba usystematyzowania wiedzy na temat ograniczonych możliwości motywowania pracowników sektora publicznego w organizacji edukacyjnej. W szczególności celem tekstu jest ukazanie znaczenia posiadanych instrumentów i zasad w procesie motywowania w tych placówkach oraz postulowanie poszerzenia katalogu instrumentów motywacyjnych o sprawdzone i wykorzystywane w organizacjach gospodarczych, biznesowych, prywatnych.

Motywacja w zarządzaniu jako kierunek do efektywnego działania

W koncepcji zarządzania motywacją wyróżniamy trzy poziomy.

1. Podporządkowanie – kiedy pracownik wykonuje wszystko to, co każe przełożony, tak jakby sam nie potrafił myśleć i nie miał żadnych uzdolnień ani nie był zaangażowany w wykonywanie pracy.
2. Identyfikację celu – można ją już uznać za pewien rodzaj inwestycji i rodzi pragnienie osiągnięcia celu, a zatem wzmacnia motywację. Aby wspierać pracowników w osiągnięciu drugiego poziomu, trzeba wyraźnie i precyzyjnie zakomunikować ludziom korzyści płynące z rezultatu.

3. Zaangażowanie – na tym poziomie pracownik uważa cel za własny i dzięki temu uzyskujemy największą motywację. Aby osiągnąć trzeci poziom, pracownik musi pojąć, że jest jedyną osobą, której powierzono dane zadanie. Wskazanie mu zalet pozwala osiągnąć zamierzony cel i poczuć, że dobra praca leży w jego interesie (Kopertyńska, 2008).

Liczne badania wskazują, że nadmierna motywacja dezorganizuje i paraliżuje, słaba motywacja nie przynosi zamierzonych efektów, a najlepsze efekty osiąga się przy przeciętnej motywacji, co zostało opisane w prawie Bircha, które głosi, [...] że najwyższą wydajność pracy osiąga się przy średnim poziomie motywacji do pracy (Niedbała, 2008).

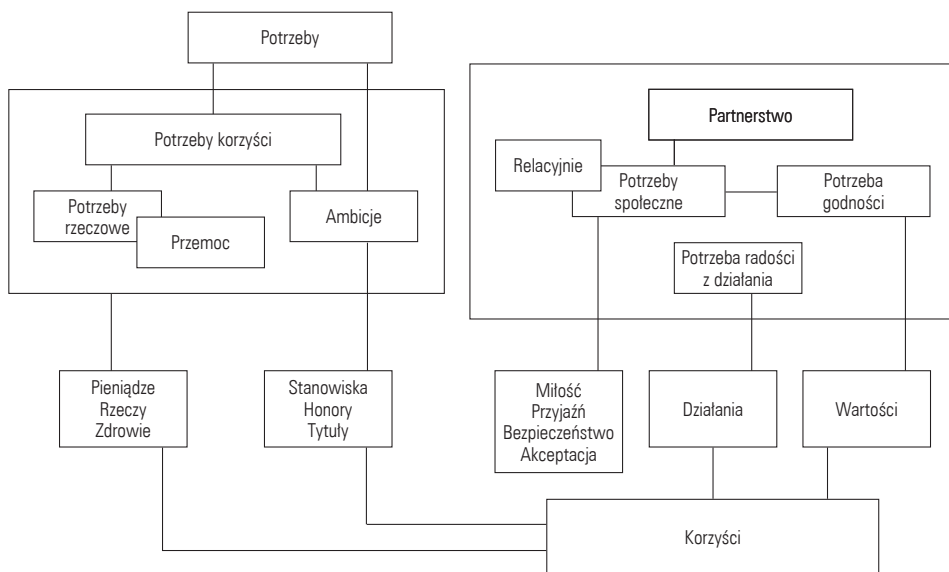
Od prawidłowej motywacji działania zależy jakość wykonywanej pracy i rezultaty. Należy pamiętać, że motywacja nie trwa wiecznie, w związku z tym powinno się różnicować bodźce oraz wymyślać coraz to nowsze narzędzia. Istotnym czynnikiem w procesie motywacji jest chęć zaspokojenia potrzeby.

Analiza i ocena potrzeb procesu motywacji pracowników

Ważnym czynnikiem w procesie motywacji jest chęć zaspokojenia potrzeb. Istotą rzeczy jest zdanie sobie sprawy, jakie mamy potrzeby i jak je zaspokajamy (ryc. 1).

Potrzeby możemy podzielić na dwie grupy: potrzeby korzyści i potrzeby godności. Te pierwsze zaspokajamy za pomocą pozyskiwania korzyści, te drugie przez realizację wartości będących wzorcami godnego postępowania. W strukturze analizy modelu istotną pozycję zajmują (Blikle, 2014: 78–79): „1. Potrzeby, które zaspokajamy przez korzyści rzeczowe, takie jak rzeczy i stany rzeczywistości spełniające podstawowe wymagania naszej biologii, a także przedmioty zbytku, które nie są naszej biologii niezbędne, ale których posiadanie sprawia nam przyjemność. Na przykład pozyskanie chleba zaspokaja podstawową dla organizmu potrzebę pożywienia, a samochód marki Porsche – potrzebę zbytku.

Ryc. 1. Model klasyfikacji potrzeb



Źródło: Blikle (2014)

Mówiąc w pewnym uproszczeniu, potrzeby rzeczowe to pieniądze i wszystko, co można za nie kupić. Zaliczyłem do nich też zdrowie, gdyż przy dzisiejszym rozwoju medycyny leczenie staje się z jednej strony coraz skuteczniejsze, ale z drugiej też coraz droższe. Niestety coraz częstsze są więc sytuacje, gdy przeżycie zależy od zasobności portfela. 2. Ambicje, zwane niekiedy potrzebami miłości własnej, które zaspokajamy, osiągając stanowiska, honory, tytuły, zdobywając nagrody itp. Lider przemocy często zaspokaja ambicje członków zespołu w sposób relacyjny, a więc przez porównywanie ludzi między sobą – nie mówi: „Robisz to świetnie”, ale: „Robisz to lepiej niż Wojtuś”. potrzeby społeczne, związane z naszym funkcjonowaniem w grupie społecznej, a więc potrzeby miłości, przyjaźni, bezpieczeństwa, akceptacji, które zaspokajamy przez pozytywne kontakty z innymi ludźmi. 3. Potrzeba radości z działania, np. potrzeba uprawiania ulubionego sportu, oddawania się ulubionej rozrywce, ale też ulubionej pracy, którą zaspokajamy, realizując pożądane działania. Potrzebę każdego rodzaju korzyści zaspokajamy przez realne pozyskanie pewnego pożądanego dobra i jego „konsumpcję” lub też przez osiągnięcie pewnego materialnego stanu rzeczy, np. zdrowia lub przyjemności z jazdy na nartach. 4. Inaczej jest z potrzebą godności. Ją zaspokajamy przez porównanie naszego zachowania (wyborów) z powszechnie uznanymi wzorcami zachowania” (tab. 1).

Tab. 1. Wzorce zachowania

Wzorce zachowania	Zakres merytoryczny
Uczciwość	Przy wykonywaniu swoich obowiązków powinno się postępować uczciwie, tj. w zgodzie ze swoimi przekonaniami, według najlepszej woli i wiedzy oraz z należytą starannością tak, by nie dawać powodu do podważania prezentowanych ocen i opinii. Racjonalnie, oszczędnie i efektywnie gospodarować publicznymi środkami finansowymi i być gotowym do rozliczenia swoich działań w tym zakresie.
Rzetelność	Powinno się sumiennie wykonywać swoje obowiązki wynikające z przydzielonego zakresu zadań na określonym stanowisku oraz wykonywać polecenia przełożonego, a jeżeli polecenie jest niezgodne z prawem, przedstawić jemu swoje wątpliwości lub zastrzeżenia. W przypadku braku reakcji przedstawić odpowiednim organom. W miejscu pracy koncentrować się wyłącznie na sprawach służbowych.
Sprawiedliwość	Należy obiektywnie oceniać każdego człowieka, traktować wszystkich tak samo, niezależnie od tego, w jakim położeniu społecznym znajduje się dany człowiek i jaka jest jego osobowość.
Odwaga	Powinno się śmiało bronić swoich zasad, kontrolować własne życie w kontekście podejmowanych znaczących decyzji, realizować wyznaczone cele osobiste i zawodowe, pozyskiwać szacunek innych dzięki odważnym działaniom. Odwaga nie oznacza spontaniczności, do aktu odwagi należy się rzetelnie przygotować.
Lojalność	Lider powinien być lojalny wobec podwładnych ze względu na to, że jest to wyrazem szacunku wobec ludzi, którzy zostali powierzeni pod jego opiekę. Nie należy traktować przedmiotowo drugiego człowieka. Natomiast wobec przełożonych uczyć pokory, podporządkowania, wspierania autorytetu osoby stojącej na wyższych poziomach zarządzania. Rozwija się przez zdobywanie zaufania i szacunku ze strony przełożonych, którzy nie czują się zagrożeni.

Solidarność	Powinno się odczuwać wspólnotę z innym człowiekiem lub innymi ludźmi, co czyni nas istotami społecznymi i pozwala wyjść poza egoizm oraz wąski prywatny krąg. Ważne jest identyfikowanie się z tymi, którzy popierają słuszną sprawę dla ogółu lub jest im ona bliska z racji uznawanych powszechnie wartości.
Dobroć	Powinno się współodczuwać, rozumieć sytuację drugiego człowieka. Czynnikiem decydującym w pracy w zespole powinien być czynnik ludzki. Każda organizacja tworzona jest przez ludzi dla ludzi, stąd też dbanie i zainteresowanie ludźmi. Należy rozmawiać z nimi, słuchać ich i zrozumieć przy równoczesnym zachowaniu równowagi oraz zorientowaniu nie tylko na ludzi, ale również na realizację wspólnych zadań.
Odpowiedzialność	Nie należy się uchylać od odpowiedzialności za swoje postępowanie, powinno się być gotowym do: przyjęcia krytyki w razie zaniedbania swoich obowiązków, uznania swoich błędów oraz do ich niezwłocznego naprawienia. W razie konieczności uzasadnić w sposób racjonalny, merytoryczny oraz prawny własne decyzje i sposób postępowania.
Prawdomówność	Powinno się tworzyć spójną całość między słowami i czynami, należy dążyć do konsekwencji w myśleniu i działaniu, niezależnie od miejsca i okoliczności. Osiągać cele przez mówienie prawdy i dotrzymywanie obietnic. Prawdomówność lidera organizacji daje poczucie bezpieczeństwa i zaufania.
Wielkoduszność	Należy dążyć do czynienia dobrze ludziom, nieść pomoc dla wielu ludzi, można uznać, że cechą wielkoduszności jest ufność.
Patriotyzm	Patriotyzm współczesny to konsekwentne działanie na rzecz bogactwa materialnego i kulturowego kraju. Dbanie o ojczyznę silną gospodarczo i ekonomicznie. Rozwijanie społeczeństwa w zakresie edukacji dzieci i młodzieży oraz dorosłych przez ustawiczne podnoszenie kwalifikacji i kompetencji na rzecz rozwoju kulturowego oraz cywilizacyjnego w celu umocnienia pozycji ojczyzny na arenie międzynarodowej.
Tolerancja	Powinno się szanować cudze uczucia, pomysły, opinie, poglądy, upodobania, wierzenia, obyczaje i postępowanie, choćby były całkowicie odmienne od naszych własnych albo zupełnie z nimi sprzeczne.
Bezstronność	Nie należy: dopuszczać do podejrzeń o konflikt interesów, przyjmować żadnych korzyści materialnych ani osobistych w związku z rozpatrywanymi sprawami lub problemami, należy szanować prawa wszystkich ludzi.
Profesjonalizm	Powinno się mieć wysoki poziom kompetencji, który jest odzwierciedleniem profesjonalizmu zawodowego. Na tak rozumiane kompetencje składa się wiele czynników, m.in.: wiedza, kwalifikacje merytoryczne, nabyte umiejętności, doświadczenie, jak również przyjmowane postawy, wzorce zachowań i poziom motywacji.
Niezależność	Dzięki podejmowanym trafnym działaniom i decyzjom zdobywa się uznanie w oczach przełożonych, a w konsekwencji poszerza się samodzielność i zakres odpowiedzialności, co daje możliwość rozwoju, wykonywania ciekawej, zajmującej pracy, zdobywania nowej wiedzy, umiejętności, doświadczenia oraz dużą swobodę działania.
Wolność osobista	Potrzeba podstawowa, której poszanowanie nie budzi wątpliwości, odkrywanie i realizowanie swojego JA, nietykalność, możliwość swobodnego wyboru drogi życiowej oraz podążanie nią, kształtowanie własnego losu, możliwość wypowiadania własnej myśli bez groźby represji, wolność od środków przymusu, wolność wyboru.

Źródło: opracowanie własne

Potrzeba godności to podstawowa potrzeba struktury JA, zwanej też ego. Jej zaspokojenie jest konieczne dla sprawnego funkcjonowania JA, a tym samym dla utrzymania przez człowieka właściwego kontaktu z otaczającą go rzeczywistością. Jest mu też potrzebne do życia, podobnie jak pożywienie i woda. Jeśli taka czy inna potrzeba nie jest zaspokojona, pracownik zostaje zmotywowany do działania ze względu na to, że pewne rezultaty naszej pracy wyglądają zachęcająco.

Motywacja pracowników w organizacji publicznej

W kontekście przeprowadzonych i opublikowanych badań, analiz oraz prac związanych z procesem motywacji, m.in. teorie: (Szczupaczyński, 2002; Armstrong, 2002; Jasiński, 2001), można odnieść wrażenie, że w dużej mierze skoncentrowano się na sektorze prywatnym, biznesowym oraz korporacyjnym o dużym potencjale i możliwościach poszukiwania drogi do stworzenia idealnego systemu motywującego w organizacji. Uznano, że problem ten w sektorze publicznym nie został całkowicie pominięty, ponieważ jest analizowane znaczenie motywacji również na tym szczeblu, nie mniej jednak stwierdzono, że jest on marginalizowany. Mimo że sektor biznesowy ma ogromny wpływ na gospodarkę i rozwój naszego kraju, a wysokie wyniki można uzyskać przez dobrze zmotywowanych pracowników, to przecież usługi świadczone przez sektor publiczny powinny być wykonywane również na najwyższym poziomie. Zatem motywowanie pracowników w tym sektorze leży w rękach zwierzchników w ramach posiadanych uprawnień i kompetencji oraz możliwości. Przy czym jeśli ma to być skuteczny przełożony, musi mieć minimalne „zdolności do empatii” (Stankiewicz, 1999).

Natomiast pracownik w organizacji edukacyjnej musi mieć pełną świadomość wykonywanych działań na rzecz dobra publicznego i indywidualne predyspozycje, które przedkładają zaspokojenie potrzeb godności (wartości) nad zaspokojeniem korzyści (np. finansowych). Nie mniej jednak istnieje możliwość zaspokojenia pozostałych potrzeb, ale nie w takim wymiarze, jak w sektorze prywatnym. Pracownik powinien mieć to przedstawione w sposób transparentny, poczynawszy od rozmowy kwalifikacyjnej na określone stanowisko w organizacji edukacyjnej, jak również w trakcie omówienia warunków zatrudnienia oraz zakresu obowiązków.

Ze względu na mniejszą siłę oddziaływania odpowiedniego systemu motywacji dostosowanego do specyfiki pracy w sektorze publicznym stwierdzono, że to menadżer-kierownik, dyrektor, naczelnik i inni powinni opracować i dostosować do swoich możliwości wynikających z przepisów prawa oraz do indywidualnych potrzeb swojego zespołu ludzi odpowiedni system motywujący w pełni angażujący do realizacji celów organizacji. Przez cały okres współpracy z zespołem pracowniczym system powinien ulegać ewaluacji i doskonaleniu przez doświadczenie, poznawanie ludzi i ich potrzeb oraz potrzeby organizacji, które mogą ulegać nieustającym przemianom. Efektywność pracowników można zmaksymalizować tylko wtedy, gdy to co, co ma dla nich wartość, nie stoi w sprzeczności z tym, co ma wartość dla organizacji (Ackoff, 1993).

Samochód służbowy, telefon komórkowy, laptop wykorzystywany również do celów prywatnych, nienormowany czas pracy, dostęp do służby zdrowia, dodatkowe ubezpieczenie na życie, karnety wejść na basen, siłownię, fitness – te narzędzia motywowania dobrze znane w organizacjach biznesowych są niedostępne w sektorze publicznym dla zdecydowanej większości pracowników. Najważniejszy powód dotyczy bardzo trudnej

sytuacji finansowej w zakresie finansów publicznych wielu organizacji w tym sektorze, co powoduje szukanie oszczędności przede wszystkim wewnątrz organizacji oraz ograniczenia wynikające z przepisów prawa w kwestii wynagradzania pracowników w organizacjach publicznych. Niewystarczająca ilość środków na szkolenia i wynagrodzenia pociągają za sobą dalsze ograniczenia w awansowaniu pracowników oraz w systemie motywującym. Kolejnym problemem jest relacja pracownika sektora publicznego jako usługodawcy i obywatela jako usługobiorcy. Środowisko lokalne w przypadku sektora publicznego dokonuje wnikliwej obserwacji i oceny wydawanych środków publicznych. Stąd zahamowania władz w wydatkowaniu środków publicznych na poprawę samopoczucia pracowników tych organizacji. W oczach obywateli każdy wydatek inny niż przewidziany w przepisach prawnych jest niewłaściwy. Kolejne ograniczenie dotyczy unormowania systemu motywowania w przepisach prawnych. W organizacjach publicznych nie ma możliwości tworzenia autonomicznych i wewnętrznych regulacji wynikających ze specyfiki pracy i stanowiska dotyczących wynagradzania. Ostatnie ograniczenie dotyczy przygotowania organizacji sektora publicznego do wdrażania nowoczesnych systemów motywujących uwzględniających potrzeby pracowników bez zwiększenia w znaczącym stopniu kosztów.

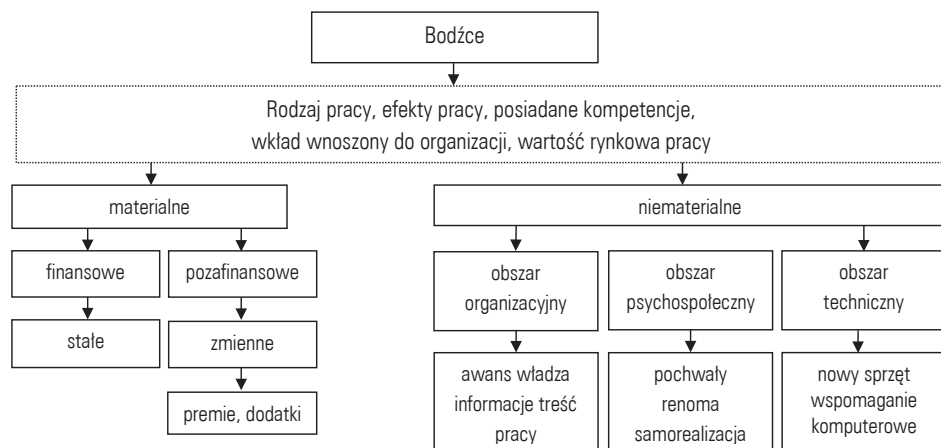
Pomimo ograniczonych możliwości zaspokojenia potrzeb pracowników w sektorze publicznym system motywujący musi działać prawidłowo i transparentnie. Kluczową rolę odgrywa postawa przełożonego, który swoją pracą i wiedzą ma dużą szansę zmotywować pracowników do pełnego zaangażowania się w realizację celów organizacji, a nawet tych, którzy pomimo znanego i wyznaczonego celu nie realizują go wystarczająco dobrze i prawidłowo. Takie zjawisko może występować z powodu nikłych perspektyw na zaspokojenie potrzeb pracowników lub jeśli uważają oni, że istnieją czynniki, które mocno zniekształcają istniejący i powszechnie zaakceptowany system motywacyjny w sektorze publicznym. Przykładem takim może być brak transparentności i w odczuciu ludzi brak sprawiedliwości.

Bodźce w procesie motywowania pracowników organizacji publicznej

Bodźce można podzielić na materialne i niematerialne (Czerska, 2002) (ryc. 2). Bodźce materialne mogą uwzględniać czynniki finansowe, płacowe jak również pozafinansowe i pozapłacowe. Stałe bodźce finansowe to wynagrodzenie pracownika.

Ważnym instrumentem w systemie motywowania pracowników jest narzędzie finansowe, które zaspokaja potrzebę korzyści zarówno w organizacjach gospodarczych, jak i w publicznych. W sektorze publicznym ilość środków finansowych jest nieporównywalnie mniejsza i znacznie się różni w porównaniu z organizacjami biznesowymi czy też prywatnymi. Należy jednak stwierdzić, że nagroda finansowa nawet w niewielkim wymiarze może być jednym z najważniejszych bodźców oddziałujących motywująco na pracowników. Pieniądze są najbardziej oczywistą formą nagrody za pracę. Z pewnością nie są one jedynym bodźcem skłaniającym nas do pracy, są jednak determinantą najbardziej namacalną. Gratyfikacje finansowe mogą być silnym czynnikiem motywującym pracowników. Występowanie pieniędzy w roli motywatora spowodowane jest przede wszystkim realną możliwością przełożenia ich na realizację konkretnych, często przyziemnych pragnień. Pieniądze są niezbędne do zaspokojenia podstawowych potrzeb człowieka: przetrwania

Ryc. 2. Bodźce w procesie motywowania pracowników organizacji publicznej



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Pocztowski (2003); Czerska (2002); Juchnowicz (2012).

i bezpieczeństwa. Co więcej, mogą one podwyższać jego samoocenę i zwiększać morale, są bowiem dowodem uznania za wykonywane działania.

Motywowanie przez wynagrodzenie powinno być uzależnione od kilku czynników. Jednym z nich jest adekwatność wynagrodzenia do wykonywanej pracy. Zależność występująca pomiędzy pracą i płacą powinna być wprost proporcjonalna. Im większy wysiłek człowiek wkłada w pracę, im bardziej jest ona złożona, im większych umiejętności wymaga, tym wynagrodzenie powinno być wyższe. Wydaje się to być rzeczą oczywistą, jednakże wielu decydentów publicznych, wykorzystując jedno z nielicznych narzędzi, jakim jest premia, zupełnie o tym zapomina. Motywacja przez wynagrodzenie powinna przybierać charakter pozytywny, oznacza to, że pracodawca powinien nagradzać pracowników za osiągnięte efekty, a nie karać za ich brak. Kara w większości przypadków zamiast zachęcić do większego zaangażowania w pracę, skutkuje reakcją odwrotną. Świadomość możliwości uzyskania nagrody może się przyczynić do wzrostu zaangażowania pracowników, ich przedsiębiorczości i kreatywności, a co za tym idzie, przełożyć się na wzrost efektywności świadczonych usług w organizacjach publicznych. Bardzo ważne jest, aby premia lub inna nagroda pieniężna przyznawana była bezpośrednio po sytuacji, która ją spowodowała. Zbyt duża odległość czasowa pomiędzy działaniem, za które pracownik otrzymuje nagrodę, a samą gratyfikacją finansową zaciera związek między pracą a płacą.

Premie są płacowym motywatorem, zależnym od efektów uzyskanych przez pracownika (indywidualna premia motywacyjna), grupę pracowników (zespołowa premia motywacyjna) lub całą organizację („firmowa” premia motywacyjna). Warunkiem ich uzyskania jest spełnienie wcześniej określonych wyników, np. w zakresie wydajności, jakości oraz terminowości wykonania pracy. Jej zadaniem jest wzmocnienie motywacyjne w kierunku osiągnięcia konkretnych celów. Zasadnicze znaczenie w skuteczności premiowania mają przyjęte metody pomiaru efektywności pracy oraz obiektywizm, kompleksowość i systematyczność oceny pracowników. Ważne jest też, aby premia była odczuwalna, czyli przy realizacji kryteriów premiowania przez pracownika nie powinna być mniejsza niż ok. 15–20% jego miesięcznego uposażenia. Poniżej tego progu oddziaływanie motywacyjne

i proefektywnościowe premii jest niskie. Wysokość części zmiennej powinna również zależeć od możliwości zmierzenia indywidualnego wpływu na wyniki (Jacukowicz, 2001).

Dodatki przyznawane są w ściśle określonych sytuacjach, np. ze względu na zajmowane stanowisko (dodatek funkcyjny) lub staż pracy (dodatek stażowy). Można je podzielić na obligatoryjne, to znaczy muszą być wypłacone, jeżeli zaistnieją okoliczności przewidziane w prawie pracy, oraz fakultatywne. Dodatek funkcyjny uzależniony jest od szczególnej w strukturze organizacyjnej oraz rodzaju zajmowanego stanowiska. Ma za zadanie motywować pracowników do właściwego pełnienia powierzonych ról organizacyjnych. Dodatek stażowy ma głównie na celu utrzymanie cennych pracowników i trwałe ich związanie z organizacją. Jego wysokość zależy od całkowitego okresu zatrudnienia, od okresu zatrudnienia w danej organizacji lub na danym stanowisku (Louart, 1995)

Poza bodźcami związanymi z wynagrodzeniem pieniężnym o charakterze stałym i zmiennym, system motywowania pracowników o charakterze materialnym mogą tworzyć również bodźce pozafinansowe. Zakres stosowania bodźców pozapłacowych jest ściśle powiązany z możliwościami danej organizacji publicznej. Bodźce materialne, pozapłacowe, mogą np. przyjąć postać: szkoleń, konferencji, bonusów (typu prywatne ubezpieczenia, opieka zdrowotna), przywilejów (samochód służbowy, telefon komórkowy, sprzęt TIK).

Drugą grupą bodźców są bodźce niematerialne. Pieniądze nie stanowią jedyne go sposobu nagradzania pracowników, można nawet stwierdzić, iż w procesie motywowania coraz częściej bodźce niematerialne nabierają większego znaczenia. Zachęcają one do efektywniejszej pracy w dwojaki sposób (Lanz, 1995):

1. Jako elementy towarzyszące bodźcom materialnym, a jednocześnie podkreślające w sposób dobitny ocenę wykonywanej pracy przez przełożonego (np. wyrażenie pochwały, ale też i nagana).
2. Jako niezależne bodźce autonomiczne, które są stosowane z pominięciem bodźców materialnych, ale zdarza się, że z nimi współdziałają.

Za najważniejsze pozapłacowe formy pobudzania motywacji są uważane: pochwała, awans, poszerzenie zakresu odpowiedzialności i samodzielności, przydzielanie bardziej ambitnych zadań, odpowiednie traktowanie pracowników oraz dobre relacje między podwładnymi i kierownikami. Zastosowanie tych motywatorów jest skomplikowane, a osiągnięte dzięki nim efekty są dostrzegalne dopiero po pewnym czasie (Ciekanowski, 2012). Ich znaczenie dla pracownika zależy w dużej mierze od charakteru wykonywanej pracy. Bardziej są cenione w pracy złożonej, a także, gdy pracownicy osiągają pewien dość wysoki pułap bodźców materialnych (Sekuła, 1999). Innego zdania jest Kuc (1999), który uważa, że bodźce pozamaterialne z jednej strony wspierają bodźce materialne, a z drugiej mogą być stosowane niezależnie lub jako współdziałające z bodźcami materialnymi.

Dobór odpowiednich bodźców niematerialnych wymaga znajomości i zrozumienia potrzeb zespołu pracowniczego, jak również wykazania empatii w stosunku do ludzi. Dlatego też decydent publiczny, który właściwie chce sprawować swoją funkcję, powinien kształtować motywację przez bodźce niematerialne i pobudzać, tworząc przy tym warunki dla rozwoju stosunków kooperacji i partnerstwa, w których ludzie chętnie będą pracować dla organizacji, mając oczywiście na względzie dobro własne. Winien on korzystać z szerokiego wachlarza bodźców, dobierając je w taki sposób, aby stosowanie jednego nie hamowało innego, i aby między tymi bodźcami dochodziło do współdziałania. Powinno się dążyć do zestawiania bodźców materialnych i moralnych, dlatego, że poczucie własnej

godności i ważności stanowi dla pracownika uzupełnienie a nie namiastkę wynagrodzenia i premii zależnych od kierownictwa.

Pomimo wielu analiz i propozycji klasyfikacji bodźców niematerialnych autorka artykułu zwróciła uwagę na następujący podział:

1. W obszarze organizacyjnym: awanse poziome i pionowe, władzę, dostęp do informacji, treść pracy (np. większą samodzielność, wpływ na podejmowanie decyzji).
2. W obszarze społeczno-psychologicznym: pochwały, wyróżnienia, możliwość pracy w organizacji o stabilnej pozycji, praca w dobrym zespole, silne pozytywne związki nieformalne, samorealizacja, pewność zatrudnienia.
3. W obszarze technicznym: możliwość pracy na nowocześniejszym sprzęcie, wspomaganie komputerowe (Juchnowicz, 2012).

Motywacja pracowników w organizacji edukacyjnej

Wdrożony system motywacyjny w organizacji edukacyjnej powinien stymulować zachowania pożądane wśród pracowników. Czynniki materialny zapewnia pracownikom stabilizację i bezpieczeństwo – a przynajmniej powinien to robić. Jeśli kształtuje się on na zbyt niskim poziomie, destabilizuje wydajność kreatywności i chęć pracownika do podejmowania zaangażowanej pracy na rzecz organizacji. Dlatego dyrektor szkoły, pomimo niewielkich możliwości finansowych, powinien stworzyć materialny zmienny system nagradzania pracowników przez określenie transparentnych wymagań, w celu otrzymania przez nich dodatku motywacyjnego.

Okres, na jaki powinno być przyznane świadczenie, nie może być zbyt długi ze względu na możliwość demotywacji pracownika w tym czasie i stagnację oraz ograniczone środki finansowe, które z kolei związane są z brakiem możliwości otrzymania nagrody finansowej przez innych pracowników, nieuwzględnionych w danym okresie. Kolejnym ważnym czynnikiem dostępnym w organizacji edukacyjnej w nieco większym wymiarze niż czynnik finansowy jest zaspokojenie potrzeb ambicji związanych z awansem dla najbardziej zaangażowanych i kreatywnych pracowników. Istotną kwestią jest odpowiedni wybór pracownika, który powinien uzyskać awans, przy uwzględnieniu czytelnych kryteriów jasno i rzeczowo przedstawionych wszystkim pracownikom. Kryteria doboru winny uwzględniać przede wszystkim wiedzę, doświadczenie i jakość świadczonej pracy przez kandydata na rzecz organizacji edukacyjnej oraz predyspozycje wynikające z cech charakteru niezbędne do prawidłowego wykonywania zadań na powierzonym stanowisku. Takie zachowanie ma znaczący wpływ na pozostałych pracowników organizacji, ponieważ zapewnione jest poczucie sprawiedliwości, a także stanowi ono bodziec motywacyjny. W organizacjach edukacyjnych znaczącą rolę w systemie motywacyjnym odgrywa również pochwała czy też nagroda niematerialna (np. medal, odznaczenie). W tej materii istnieją nieco większe możliwości, nie mniej jednak również ograniczone. Zasadniczą rolę w motywacji pracownika w organizacji edukacyjnej jest stworzenie przez zwierzchnika możliwości samorealizacji i samozadowolenia z dobrze wykonanej pracy, samodzielności i innych nie mniej ważnych od finansowych. W systemie motywacyjnym można również uwzględnić nagany, natomiast przyjmując zasadę kija i marchewki, lepsze wyniki można uzyskać, częściej stosując nagradzanie pracowników, adekwatnie do ich wkładu w pracę i zaangażowania na rzecz podnoszenia jakości usług organizacji edukacyjnej. Niezwykle istotnym aspektem, na który należy zwrócić uwagę przy omawianiu systemu

motywacyjnego w organizacjach edukacyjnych, jest również własny przykład, konieczność „dorównania” dyrektorowi często stanowi czynnik motywujący. Ważne jest również, aby pracownicy mieli dostęp do pomocy naukowych i sprzętu TIK. Oddziaływanie poszczególnych bodźców i ich wpływ na poszczególnych pracowników czy też motywację zależy od indywidualnych potrzeb ludzi tworzących zespoły pracownicze.

Analizując sytuację w organizacji edukacyjnej, można uznać, że ilość narzędzi oraz możliwości, które ma dyrektor szkoły, są w dużej mierze ograniczone i stanowią przepaść w stosunku do sektora prywatnego, a przecież istnieje spore grono ludzi, którzy pracują z pełnym zaangażowaniem i oddaniem na rzecz osiągnięcia celu. Ze względu właśnie na to, skuteczni dyrektorzy szkół muszą się wykazać olbrzymią kreatywnością oraz empatią i stworzyć prawidłowo działający system motywujący, który będzie uwzględniał potrzeby indywidualne pracowników. W przypadku zaistnienia czynników mało czytelnych i nietransparentnych (zachwiane poczucie sprawiedliwości) może nastąpić destabilizacja systemu motywacyjnego, która w konsekwencji zmniejszy wydajność i zaangażowanie pracowników na rzecz realizacji wyznaczonych celów organizacji, a nawet może prowadzić do anomii.

System motywacyjny w organizacjach edukacyjnych ma charakter bardziej złożony i ograniczony niż w organizacjach biznesowych ze względu na wpływy różnych czynników, z uwzględnieniem tych już wcześniej opisanych. Wbrew powszechnej opinii placówki edukacyjne w obecnych czasach nie są miejscami dającymi poczucie stabilizacji i bezpieczeństwa ze względu na bezpośrednie powiązania z dynamicznie zmieniającymi się przepisami prawa oświatowego, strukturami, partiami oraz zwierzchnikami, które znacząco mogą oddziaływać jako bodźce negatywne i demotywujące, a nawet doprowadzić do zwiększonego stresu czy też strachu. Działania takie mogą wpływać destrukcyjnie na realizację kluczowych zadań organizacji edukacyjnej. W konsekwencji może zabraknąć bodźców motywujących i możliwości zatrzymania najbardziej wartościowych pracowników oraz zachęcenia dobrej jakości kandydatów do pracy. To najwyższa jakość świadczonych usług, kompetencje, wiedza oraz profesjonalizm powinny być miernikiem jakości pracy ludzi w organizacji edukacyjnej, a w konsekwencji ukazywać perspektywy i umożliwiać awans czy też dawać poczucie przynależności do profesjonalnego, kreatywnego i powszechnie szanowanego zespołu.

Podsumowanie

Motywacja podwładnych jest procesem trudnym i złożonym. Możliwość uzyskania wysokich efektów w tej materii zależy od spójnych i prawidłowo zdefiniowanych czynników, które wpływają pozytywnie na ten proces oraz od rozpoznania potrzeb zespołu. Wyznaczony cel organizacji edukacyjnej musi być zdefiniowany w sposób czytelny, a kierunek jego realizacji i cały wachlarz instrumentów motywacyjnych znany całemu zespołowi. Dyrektor szkoły powinien stale zachowywać czujność, a zła jakość świadzonej pracy w placówce może być konsekwencją wdrożenia wadliwego systemu motywacyjnego. Warto też przemyśleć poszerzenie instrumentów motywacyjnych o sprawdzone i wykorzystywane w organizacjach gospodarczych. Jest to oczywiście możliwe w ramach posiadanych kompetencji i uprawnień. Należy pamiętać, że narzędzia niematerialne służące do motywacji, a wykorzystywane obligatoryjnie stracą swą moc i działanie. Prawidłowo opracowany i wdrożony system motywacyjny powinien stymulować pracowników

do zaangażowanej pracy oraz podjęcia trudu na rzecz najwyższej jakości świadczonych usług w organizacji.

Wnioski płynące z powyższego artykułu mogą być istotnym drogowskazem dla dyrektorów szkół w kształtowaniu odpowiedniego systemu motywacyjnego. Przeprowadzone analizy powinny być pomocne również przy rozważaniach nad efektywnym systemem motywacyjnym za pomocą, którego można kształtować pożądaną postawę pracownika, jednocześnie pamiętając o indywidualnych potrzebach i oczekiwaniach ludzi. Zwiększając efektywność dostępnych działań motywacyjnych wśród pracowników pedagogicznych i samorządowych organizacji edukacyjnej, należy przede wszystkim dążyć do rozwiązań zapewniających powiązanie bodźców motywujących z jakością oraz ilością wykonanej pracy i nie traktować uznania obligatoryjnie.

Literatura

References

- Ackoff, R.L. (1993). *Zarządzanie w małych dawkach*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN S.A.
- Armstrong, L. (2002). *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Blikle, A.J. (2014). *Doktryna jakości. Rzecz o skutecznym zarządzaniu*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Ciekanowski, Z. (2012). *Pozapłacowe formy pobudzania motywacji*. Warszawa: Wyższa Szkoła Społeczno-Ekonomiczna.
- Czerska, M. (2002). Motywacja. W: A. Czermiński, M. Czerska, B. Nogalski, R. Rutka, J. Apanowicz (red.). *Zarządzanie organizacjami*. Toruń: Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa Stowarzyszenie Wyższej Użyteczności DOM ORGANIZATORA, 325.
- Jacukowicz, Z. (2001). *Skuteczny system wynagradzania w firmie*. Gdańsk: ODDK – Ośrodek Doradztwa i Doskonalenia Kadr.
- Jasiński, Z. (2001). *Motywowanie w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Agencja Wydawnicza „Placet”.
- Juchnowicz, M. (2012). *Zaangażowanie pracowników. Sposoby oceny i motywowania*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Kopertyńska, M.W. (2008). *Motywowanie pracowników – teoria i praktyka*. Warszawa: Placet.
- Kuc, B. (1999). *Zarządzanie doskonale*. Warszawa: Oskar-Master of Biznes.
- Lanz, L. (1995). *Zatrudnianie i zarządzanie personelem*. Warszawa: PWN.
- Louart, P. (1995). *Kierowanie personelem w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Poltext.
- Niedbała, B. (2008). *Controlling w przedsiębiorstwie zarządzanym przez projekty*. Kraków: Wolters Kluwer Polska.
- Ornarowicz, U. (2008). *Menedżer XXI wieku: definicja, identyfikacja, edukacja*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa – Oficyna Wydawnicza.
- Pocztowski, A. (2003). *Zarządzanie zasobami ludzkimi*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
- Sekula, Z. (1999). *Controlling personalny*. Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza Ośrodka Postępu Organizacyjnego.
- Stankiewicz, J. (1999). *Komunikowanie się w organizacji*. Wrocław: ASTRUM.
- Szczupaczynski, J. (2002). *Anatomia zarządzania organizacją*. Warszawa: Międzynarodowa Szkoła Menadżerów.

Elżbieta Pełka, mgr, od 1 września 2007 r. dyrektorka Zespołu Szkół nr 4 im. Królowej Jadwigi w Dąbrowie Górniczej, nauczyciel informatyki z 25-letnim stażem pedagogicznym na różnych etapach kształcenia. Inicjator i współautorka innowacji pedagogicznych oraz nowatorskich rozwiązań w zakresie organizacji pracy szkoły. Od początku pedagogicznej kariery zawodowej poszukująca nowych i skutecznych metod nauczania, a w pracy na stanowisku dyrektora szkoły – nowatorskich rozwiązań organizacyjnych przez studiowanie literatury naukowej oraz uczestnictwo w licznych

formach doskonalenia zawodowego i konferencjach naukowych. Obecne zainteresowania naukowe autorki koncentrują się na zagadnieniach związanych z filozofią TQM oraz zarządzaniu przez innowacje w organizacji edukacyjnej w obliczu zwiększającej się konkurencyjności.

Elżbieta Pełka, MA, since 1 September 2007 she is the Head of School Complex No. 4 in Dąbrowa Górnicza. She is a computer science teacher with 25 years of pedagogical training at various stages of education. Initiator and co-author of pedagogical innovations and innovative solutions for school work organisation. From the beginning of her professional pedagogical career, she is looking for new and effective teaching methods, and working as a director of the school of innovative organisational solutions through the study of scientific literature and participation in numerous forms of professional development and conferences. Current academic interests focus on issues related to TQM philosophy and management through innovation in educational organisations in the face of increasing competitiveness.

Adres/Address:

Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej
ul. Zygmunta Cieplaka 1c
41-300 Dąbrowa Górnicza, Polska
e-mail: elka_pelka@wp.pl

AGNIESZKA MROZIŃSKA

Poznan University of Economics and Business, Poland

Specialisations of University Graduates and Changes in the Labour Market in Voivodeships

Abstract: Knowledge-based economy and cooperation in the conditions of globalisation and the economic integration result in shifts in the job market, which became the cause of development in higher education in Poland. Suitability of the offer of Polish universities to the demands of future employers represents an embodiment of the educational aspirations of future employees. The aim of the article is to analyse the processes that occur in the structure of the studies at universities in correlation to the changes visible on the labour market in individual voivodeships. The study shows the changes that took place in the structure of the education fields chosen by students as well as in the structure of the labour market. It uses measures for structural analyses and examines the intensity, rate and stability of the adaptation of these structures in the years 2008–2014. The study shows differences in the characteristics of adaptive processes in the fields of study and structure of labour markets in voivodeships in Poland.

Keywords: adaptation process; graduate; higher education; labour market; voivodeships

Received: 25 October 2016

Accepted: 28 February 2017

Suggested citation:

Mrozińska, A. (2017). Specialisations of University Graduates and Changes in the Labour Market in Voivodeships. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 391–404. DOI: 10.24917/20833296.13.29

Introduction

Higher education is one of the many goals, the achievement of which is expected to provide young people with a well-paid job and decent life in the future. Systemic changes in Poland, which occurred at the end of the last century, were the reason for the increase in interest in higher education and to a large extent influenced educational choices of Poles. Transformations in the economy, its openness to global influences, as well as the emergence of companies with foreign capital, made young people aware of the need for higher education to facilitate an attractive job and high salary. Increased interest

in obtaining higher education influenced modification of the higher education system and greater attention to the quality of teaching to meet the needs of students, but also, and perhaps above all, the expectations of future employers.

Observing the labour market and education process, and in particular higher education, is an interesting and important issue that would allow us to understand better the mechanisms of both spheres that function and interpenetrate each other creating a system which is difficult to describe. Recognising mechanisms, observing changes and their conclusions could allow for faster and better responsiveness to market mechanisms in the future and help better understand the relationship between the labour market and the requirements facing future workers.

The aim of the article is to compare the adaptation processes that take place in the structure of higher education studies with changes visible on the labour market in the voivodeships. The study shows changes that took place in the structure of education fields chosen by students and in the structure of the functioning labour market. The structure of the job market was based on the number of people working in enterprises in the selected sections of the Polish Classification of Economic Activities (*Polska Klasyfikacja Działalności – PKD*), specifically on the PKD 2007 classification. The paper analyses the intensity, speed and stability of the processes of adaptation of the analysed structures in the years 2008–2014 by voivodeship.

HE graduates in the labour market

Systemic changes in Poland which took place after 1990 brought about significant changes in the economy, also caused by the influx of foreign capital. Socioeconomic changes, and in the later years also the process of globalisation, along with the demands of the knowledge-based economy, affected the phenomenon of exceptional interest in higher education. In general opinion, higher education became a necessity in the process of getting an attractive job (Domański, 2004). Poles with higher education also hope for a better life in the future (Wronowska, 2015). According to a survey conducted by CBOS (2009) on the topic of aspirations and educational motives of Poles, 85% of respondents on average admitted that they would like their children to obtain higher education. It was considered to guarantee them high wages (64%), interesting profession (39%) and easier life (35%), despite the fact that higher education diploma is no longer one of the criteria for access to the job search process.

To obtain higher education, one must complete a higher education institution that seeks to equip the students with skills, knowledge and competencies helpful in getting a job and, at the same time, expected by potential employers. Higher education institutions responsible for the education of students should ensure that students' expectations and job market expectations are balanced. The education process dominated by public schools was modified after 1995 by the emergence of non-public schools. With this possibility, the model, role and functioning of the university changed (Piróg, 2013). The vision of education was transformed so that higher education institutions meet the demands of modern realities, and above all prepare students for successful entry into the labour market (Leja, 2008).

The struggle of universities responding to the needs of employers changed the structure of the study fields selected by students over the years. The greatest changes occurred

in the late 20th century when the most popular areas of study were economics and administration which fitted perfectly into the changing economic environment in the country, and were relatively inexpensive (Piróg, 2013). At the beginning of the new millennium, the influence of changes in students' choices was affected by the activities of the Ministry of Science and Higher Education. They aimed at reducing the disproportion between the number of graduates of the faculties of humanities and the number of graduates of technical and science studies, introduced the form of so-called ordered specialties. After 2000, changes in the specialty structure were not as pronounced as in the last decade of the previous century.

Moreover, it is impossible to define a homogeneous, clearly identifiable group of people who graduate and acquire higher education. In the Polish system of education, a graduate is a person who holds a doctoral, master's, bachelor's or engineering degree; someone who has studied either full-time or part-time in various types of public and non-public higher education institution, which represent a diverse level of education (Orczykowska, 2006). Quite differentiated representation of a group of graduates in a collision with the labour market in a sense prevents and certainly hinders, research and collective evaluation of the correlation between the studies undertaken by graduates and the requirements of employers (Piróg, 2013).

In most cases, higher education makes it easier for graduates to enter the labour market. However, both graduates and potential employers think the level and quality of education is not high. In its "weak" section, the SWOT analysis included in the Higher Education Development Strategy in Poland until 2020 (EYBAi IBnGR, 2010: 37) mentions inflexible study programs, lack of orientation on learning outcomes, as well as lack of consideration of labour market demand. Moreover, the study says graduates of pedagogical disciplines, social sciences, law and economics are overrepresented, while there are shortages of students of socially useful specialisations, as well as health and social welfare. The students' opinion on the education system was also unfavourable. Only 10.4% of the students surveyed positively assessed their preparation for future duties, and half of the respondents negatively evaluated the education system. Preparation for surviving in the labour market by Polish universities was assessed as negative by 60% of respondents (only 7.7% of students were positive) (Deloitte, 2013: 30–31).

Both the job market and the specialty structure of higher education graduates are transforming and remaining in the correlation which is hard to evaluate. Attempts to indicate any dependencies resulting from the co-existence of both structures (market and graduates) are primarily problematic in methodological terms, making it difficult to conclude from observations. The diversity of the group called graduates as mentioned above is just one of the issues. It should also be noted that few graduates work in their profession (e.g. doctors, lawyers). It seems that most graduates can change their vocation and work in a position not necessarily in line with the specialisation of their education.

Moreover, it may happen that the job market offer will force graduates to take job offers below their professional qualifications. Not all jobs require the skills attributed to higher education graduates. Another argument that hampers the analysis of the labour market concerning the supply on the graduate market is that employers require some of their workers to undertake university courses. The students may also be variously motivated to undertake education in a given field of study. Not always economic reasons or good prospects for finding a job are the main criteria for choosing a faculty. Furthermore,

studying is a time-consuming process, and it is important to consider time backlog from the moment the market signals requests for a particular type of specialist until the graduate with the expected competencies is released. It is also important to consider the mobility of future employees in the context of the spatial differentiation of the labour market.

In quantitative research of the structures of the labour market and graduates, there are also difficulties in obtaining a sufficiently long period of study. Moreover, it is challenging to match the corresponding areas from the two separate classifications (e.g. PKD as the basis for determining the labour market structure and ISCED classification for the structure of fields of studies). Due to the inability to directly confront the job market with the supply of graduates at a given point in time, a way to verify the correlation between the two may be an attempt to investigate the changes that occur in both structures affected by external factors from the shared outside environment.

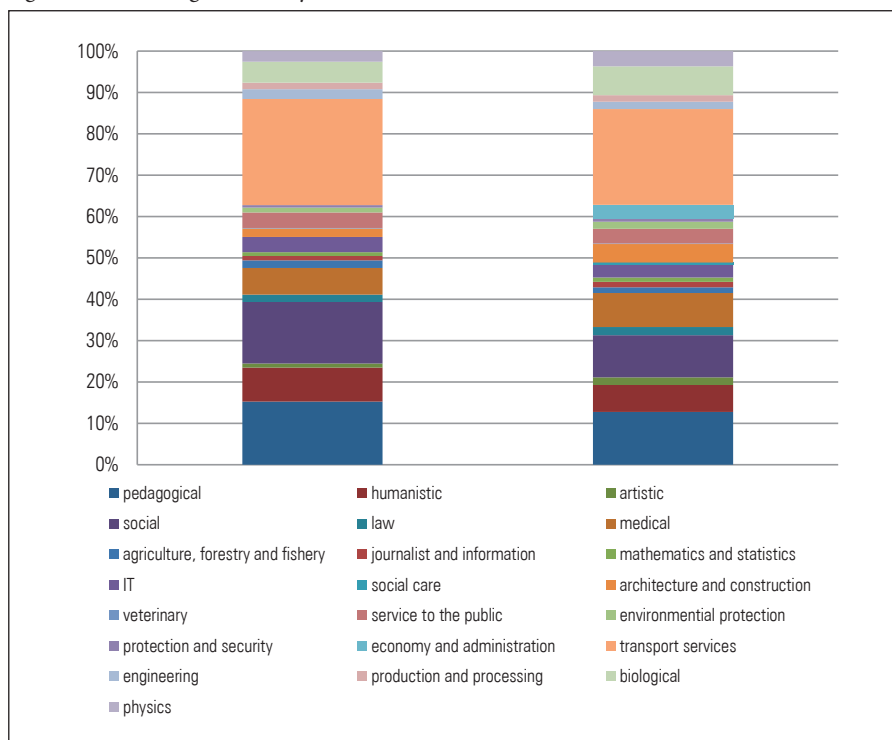
Changes in the structure of studies and labour market in voivodeships in the years 2008–2014

The most recent data provided by the Central Statistical Office (Główny Urząd Statystyczny – GUS) was used to describe the process of changes in the structure of studies and labour market. The structure of studies was reflected in the number of graduates of public and non-public higher education institutions. The division into different fields of study was organised using the ISCED 1997 classification. The structure of the labour market was created using the PKD section and is reflected by the number of employees of companies registered in the REGON register in the sections. Due to the availability of data, the survey focused on corporate employees in the following sections: C, F, G, H, I, J, L, M, N, and S (Section 95 only). The spatial scope of the study covered administrative regions of voivodeships, and the data were collected for the years 2008–2014 to maintain a consistent period for both types of structures.

The number of HE graduates entering the labour market annually over the considered period was more than 400,000. In 2008 it amounted to 418,500 graduates while in 2014 it was 424,300, which indicates an upward trend. The process of increasing the proportion of Poles with higher education is even more evident when the state of 2014 is compared with 2002 when higher education was obtained by over 340,000 graduates. However, the increase in the number of graduates in the period 2008–2014 was not permanent. The number of graduates grew up until 2011, when it reached its maximum. In the following years, the number of graduates dropped to the 2008 level.

The number of graduates in 2008 and 2014 was at a similar level, however, and over these six years, there were changes in the structure of studied areas. The collected data allowed to classify graduates according to 22 fields of study. The largest group of graduates were graduates of economics and administration (Fig. 1). The graduates of pedagogical, social, humanistic and medical fields were also quite well represented. The biggest changes compared to 2008 were observed in almost five percentage points (pp) drop in the share of graduates of social sciences, pedagogical studies (about 3 pp), economic and administrative (about 2.5 pp), and humanities (drop by 1.7 pp). The greatest increase in the share of graduates was noted for graduates representing the fields of protection and security (3.2 pp), architecture and construction (2.5 pp), engineering (1.9 pp) and medical fields (1.8 pp).

Fig. 1. Structure of graduates by fields of studies in 2008 and 2014

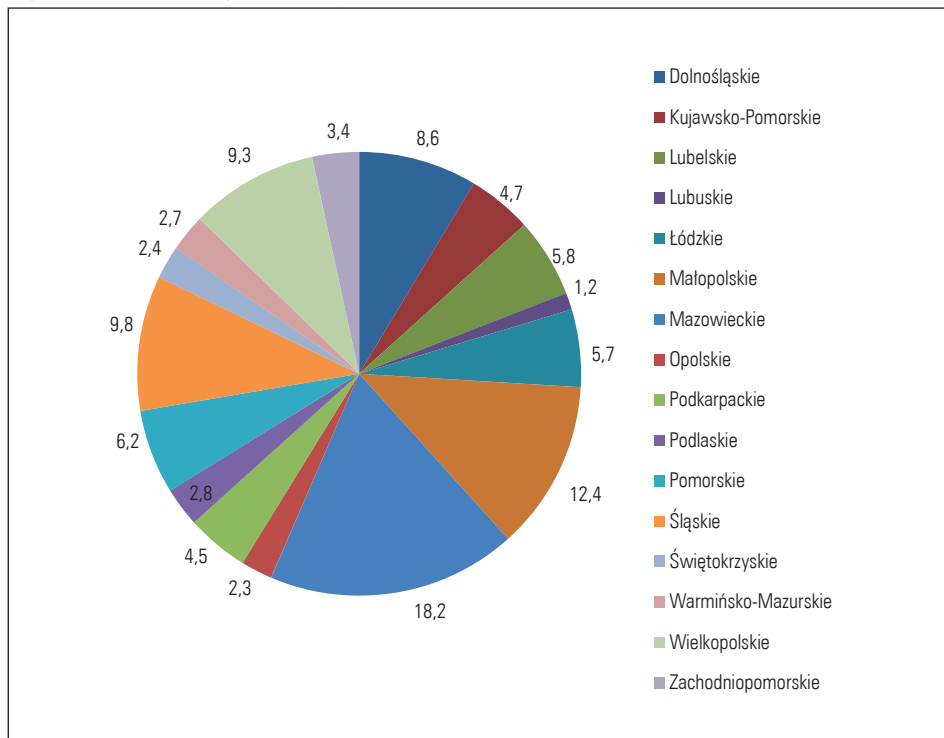


Source: own work based on the GUS data

The highest number of graduates in 2014 was recorded in the Mazowieckie Voivodeship, where every fifth graduate in Poland studied, followed by Małopolskie (12.4%) (Fig. 2). This situation is related to the largest base of higher education institutions in these voivodeships compared to smaller academic centres. The voivodeships, where every 10th graduate studied were Śląskie and Wielkopolskie (9.8% and 9.3% respectively), as well as Dolnośląskie with 8.6% of the total number of graduates. The lowest number of graduates completed studies in Lubuskie (1.2%), Warmińsko-Mazurskie (2.7%) and Podlaskie (2.8%). The situation in 2014 was similar to that of 2008. The biggest changes in the structure included an increase in the percentage of graduates in Małopolskie (3.1 pp) and Mazowieckie (1 pp), which means the two largest academic centres in Poland – Warsaw and Kraków – strengthened their position. One can also observe a slight change (0.6 and 0.5 pp) in the case of Opolskie and Pomorskie Voivodeships. The largest decrease occurred in the Lubuskie Voivodeship (1.3 pp), whose share in the structure was still small. Similarly, in the case of the voivodeships with a low proportion of graduates in the number of graduates from all over the country: Warmińsko-Mazurskie recorded a drop by one pp. The decrease was also recorded in the second voivodeship regarding the number of graduates in 2008 – Śląskie, in which the percentage of graduates decreased by 0.9 pp.

The companies registered in the sections C, F, G, H, I, J, L, M, N and S (only section 95) of the REGON system employed over 7.4 million Poles in 2008, i.e. almost 150,000 more

Fig. 2 Structure of HE graduates by voivodeships in 2014



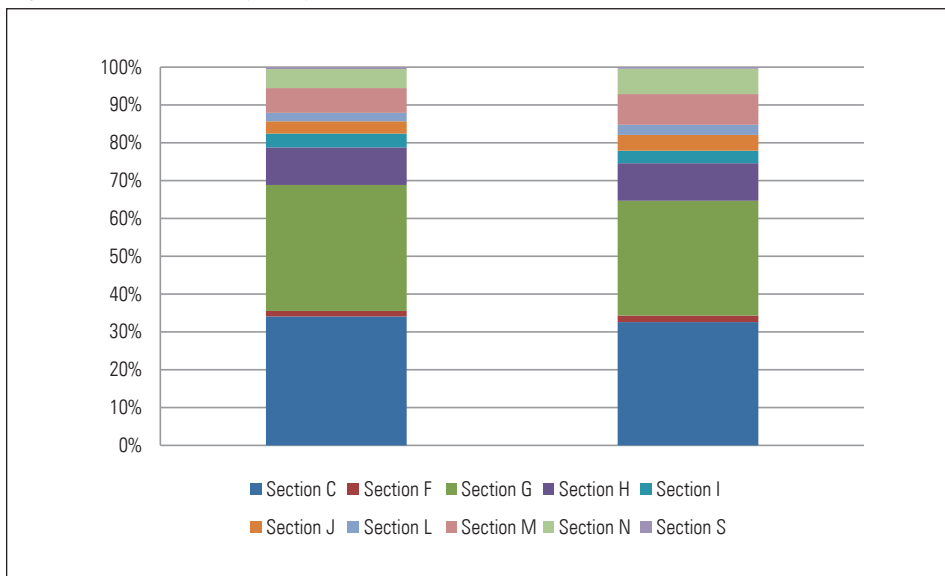
Source: own work based on the GUS data

people than in 2014. In the analysed period, it was possible to see that the number of employees decreased year by year, reaching the lowest level in 2013.

The largest group of enterprise employees in 2014 were those working in section C – manufacturing (ca. 33%) and in section G – wholesale and retail trade; repair of motor vehicles, including motorcycles (30.4%) (Fig. 3). Together, both groups accounted for more than 60% of the total population surveyed. The smallest share of the workers were those employed in section 95 S – repair and maintenance of computers and personal and household goods (0.46%), and section F – construction (1.7%). When comparing the structure of employees in 2014 and 2008, it can be seen that the changes that took place did not disturb the 2008 order regarding the share of groups of employees in each section. Despite the decrease in the proportion of employees in section G (by 2.86 pp) and the reduction in the share of employees in section C (by 1.52 pp), both accounted for more than 60% of the structure. The highest increase in the percentage of persons employed in enterprises by sector was noted in sections N – administration and support services (1.72 pp), and in sections M – professional, academic and technical activities (1.56 pp).

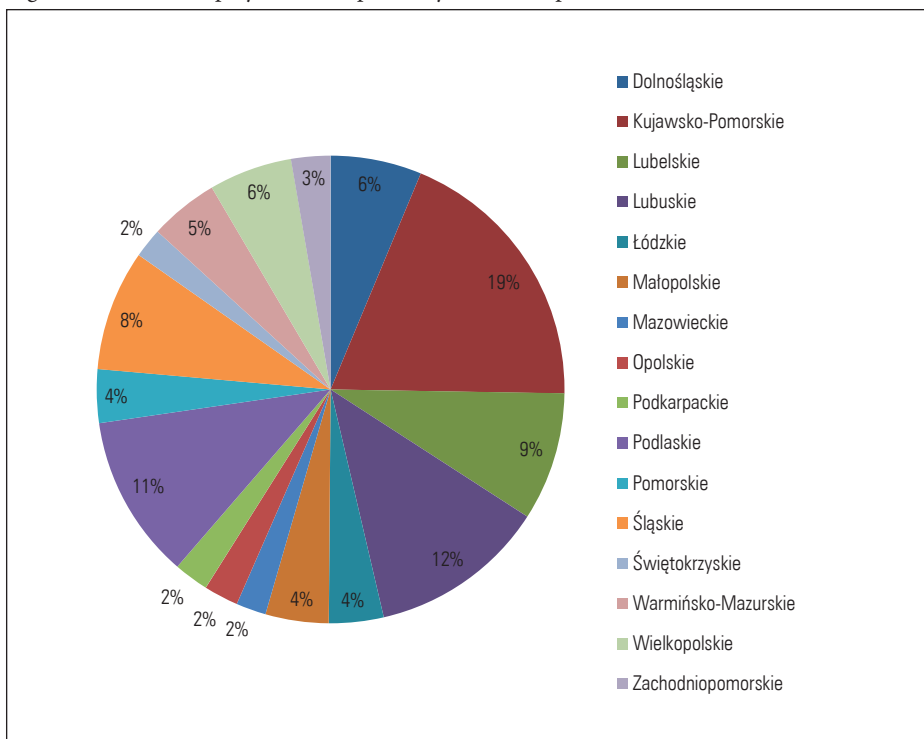
The voivodeships which recorded the largest number of workers both in 2014 and 2008 were Mazowieckie, Śląskie and Wielkopolskie (Fig. 4). The smallest share in the number of employees of enterprises was recorded in Świętokrzyskie, Warmińsko-Mazurskie and Lubuskie Voivodeships. In the period under analysis, changes in the structure

Fig. 3 Structure of employees by PKD sections in 2008 and 2014



Source: own work based on the GUS data

Fig. 4 Structure of employees of companies by voivodeship in 2014



Source: own work based on the GUS data

of employees of companies by voivodeship cannot be assessed as significant. The biggest change – the increase in the percentage of workers in Wielkopolskie – did not exceed one pp (0.95 pp). Equally, a small growth was recorded in Małopolskie Voivodeship (0.62 pp). Significant decreases occurred in the voivodeships: Łódzkie (0.39 pp), Zachodniopomorskie (0.34 pp) and Świętokrzyskie (0.3 pp).

The process of adaptation of the structure of graduates and structure of workers

The structure of employees (112 structures) and university graduates (112 structures) formed after the transformation of the data was subjected to further analysis aimed at assessing the process of structural changes. A measure called angle θ or angle cosine θ (1) is used to estimate the intensity of change. The construction of this measure is not based on the rate of growth of the structural elements, but on the different shifts in the structure, depending on the magnitude of the change in the structure, thus reflecting the structural change significantly (Wyżnikiewicz, 1987: 69). The measure is described by the following formula:

$$\cos \theta = \frac{\sum_{i=1}^n f_i^0 f_i^1}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (f_i^0)^2} \sqrt{\sum_{i=1}^n (f_i^1)^2}} \quad (1)$$

where:

f_i – share of the i th element in the population ($i = 1, 2, \dots, n$),

f^1 – share of the element in the studied structure,

f^0 – share of the element in the base structure.

In the literature this measure is referred to as the Moore measure (Moore 1978), and is normalised. It reaches a value of 1 for identical structures, i.e. when the angle $\theta=0^\circ$, and a value of 0 at the maximum change of the structure, where angle $\theta=90^\circ$. Because we usually deal with minor structural changes of the order of 10° , the value of the angle θ rather than its cosine is often used in the presentation of the results, due to the precision of the interpretation.

The measured value of the angle θ can range from 0° to 90° , which is why it can be stated that the average transformation in the structure of graduates only in individual years and voivodeships exceeded 10° (Table 1). The value of this measure reached by the structures of those employed ranged from 2.117° to 18.515° , so the discrepancy between the years in the structures was not significant. The highest average intensity of transformation was observed in Warmińsko-Mazurskie and Zachodniopomorskie Voivodeships, while the smallest in Mazowieckie and Wielkopolskie Voivodeships.

Even less intense changes were observed in the structure of enterprise employees (Table 2). The average intensity of change in the case of university graduates did not exceed 2° in any voivodeship. In the following years, the power of variation ranged from 0.441 to 3.456° . The most dynamically changing structure was the structure representing higher education graduates in Warmińsko-Mazurskie (1.806°) and Podkarpackie (1.501°) Voivodeships. The structure of graduates from Śląskie (1.007°) and Kujawsko-Pomorskie (1.136°) graduates was characterised by the smallest intensity of changes.

Table 1. Intensity ($^{\circ}$), rate and monotonicity of changes in the structure of HE graduates by voivodeship in the years 2008–2014

Voivodeship	Intensity							Rate	Monotonicity
	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	average		
Dolnośląskie	1.794	1.913	1.380	1.105	1.321	1.415	1.488	0.918	0.754
Kujawsko-Pomorskie	2.341	1.094	0.857	0.798	0.889	0.840	1.136	0.718	0.660
Lubelskie	1.927	1.377	1.531	0.753	0.852	0.738	1.196	0.815	0.677
Lubuskie	1.972	1.567	0.609	1.341	0.792	2.620	1.483	0.887	0.582
Łódzkie	2.494	1.850	1.732	1.318	0.749	0.773	1.486	0.895	0.600
Małopolskie	1.487	1.241	0.980	1.745	0.910	0.877	1.207	0.775	0.751
Mazowieckie	1.912	1.610	1.015	1.100	0.892	1.167	1.282	0.724	0.810
Opolskie	1.629	1.910	2.174	1.580	0.821	0.441	1.426	0.867	0.488
Podkarpackie	2.455	1.550	1.197	1.138	1.367	1.302	1.501	0.962	0.403
Podlaskie	1.039	0.806	1.529	1.796	0.722	1.486	1.230	0.749	0.498
Pomorskie	1.490	1.634	1.663	0.995	1.815	1.342	1.490	0.916	0.729
Śląskie	2.609	0.754	0.482	0.648	0.907	0.643	1.007	0.610	0.589
Świętokrzyskie	1.937	1.325	0.611	1.279	0.759	1.434	1.224	0.762	0.700
Warmińsko-Mazurskie	2.003	0.857	1.202	3.456	1.449	1.866	1.806	1.020	0.439
Wielkopolskie	1.654	1.672	0.725	1.153	2.049	0.922	1.363	0.805	0.524
Zachodniopomorskie	1.609	1.163	1.574	1.282	1.547	0.868	1.340	0.787	0.530

Source: own work based on the GUS data

Table 2. Intensity ($^{\circ}$), rate and monotonicity of changes in the structure of employees in companies by voivodeship in the years 2008–2014

Voivodeship	Intensity							Rate	Monotonicity
	2008/2009	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	average		
Dolnośląskie	4.502	4.530	5.321	3.347	16.577	4.896	6.529	1.280	0.459
Kujawsko-Pomorskie	5.843	6.858	5.878	5.096	10.922	3.405	6.334	1.430	0.385
Lubelskie	6.929	4.031	8.639	5.251	12.770	5.377	7.166	1.510	0.512
Lubuskie	7.988	7.320	6.555	7.573	10.584	7.234	7.876	2.050	0.613
Łódzkie	2.305	2.693	6.551	6.142	10.091	3.161	5.157	1.172	0.678
Małopolskie	5.435	3.764	6.864	3.167	18.515	3.942	6.948	1.202	0.471
Mazowieckie	3.431	2.117	5.022	4.714	9.296	2.893	4.579	0.999	0.611
Opolskie	7.962	4.196	4.456	4.732	10.026	8.317	6.615	1.385	0.530

Podkarpackie	8.010	5.605	7.108	5.628	11.884	5.985	7.370	1.765	0.556
Podlaskie	11.935	4.594	7.786	4.675	10.124	7.368	7.747	1.747	0.619
Pomorskie	3.393	4.230	7.834	6.640	15.504	3.618	6.870	1.232	0.565
Świętokrzyskie	7.713	4.710	9.329	6.748	12.874	7.003	8.063	2.019	0.347
Śląskie	3.404	2.186	6.734	4.226	15.363	4.000	5.985	1.031	0.554
Warmińsko-Mazurskie	10.268	7.388	4.425	11.399	11.999	10.051	9.255	2.019	0.472
Wielkopolskie	3.476	2.669	4.042	3.180	11.374	4.172	4.819	1.001	0.548
Zachodniopomorskie	4.448	8.360	10.507	7.892	16.378	6.060	8.941	1.816	0.620

Source: own work based on the GUS data

Continuing and complementing the study of the depth of transformations of the separated structures, an analysis of the evolution of structures was conducted. It consisted of determining the average rate of structural change and defining the stability of these changes (Kukuła, 1996). Measure v (2) describes the mean rate of structural transformations in a dynamic perspective and is expressed by the average value of the chain of measures of the diversity of the structures separated for a given area.

$$v = \frac{\sum_{t=0}^{n-1} \sum_{i=1}^k |\alpha_{it} - \alpha_{i(t+1)}|}{2n}, \quad (2)$$

where:

$$\alpha_i = \begin{bmatrix} \alpha_1 \\ \alpha_2 \\ \vdots \\ \alpha_k \end{bmatrix} - \text{vector of the structure of the object A, so as } \sum_{i=1}^k \alpha_i = 100$$

k – number of elements,

$t = (0, 1, \dots, t)$.

This measure describes the rate of change. The values of this measure, as well as the next presented measure – η (3), describe the process of transforming structures. The η indicator shows the monotonicity of structural changes:

$$\eta = \frac{v_{m,0}}{\sum_{t=0}^{m-1} v_{t,t+1}}, \quad (3)$$

where:

$v_{m,0}$ – average rate of structural transformations in the examined m th term to the baseline structure bearing the subscript 0,

v_t – level of structural changes during time t .

This measure allows you to see if the evolution of the structure is characterised by a relatively stable direction of change. The value of the monotonicity coefficient of structural transformations is in the range $<0;1>$. The higher the degree of monotonicity (closer to 1), the more the structures evolve consistently and are resistant to the instability that can be caused by chaotic transformations of components which in the long run are not the cause of structural changes at the beginning of the period.

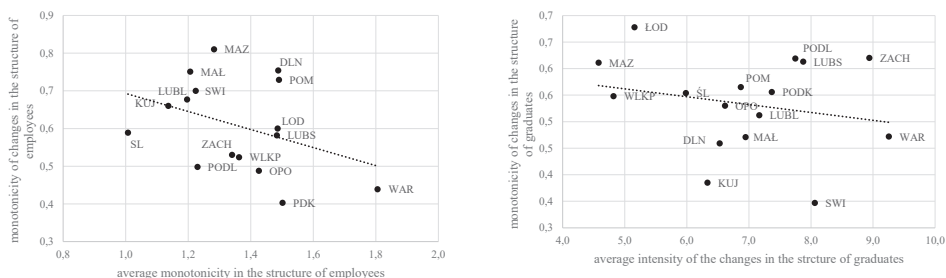
The analysis of the rate of change in the structures of graduates and enterprise employees from 2008 to 2014 indicated similarities as the analysis of the intensity of structural changes presented by the Moore index. Variations in the structure of graduates occurred faster than changes in the structure of employees. After analysing the rate of change, the analysis of monotonicity of changes was carried out. It can be seen that variations in the structure of employees of enterprises showed a more stable direction. It follows that in most cases low intensity and rate of change were accompanied by higher levels of stability; and vice versa, with higher mean intensity and rate of change, the monotonicity nature of the change was lower.

Observing the situation concerning transformation of structures of graduates of higher education institutions and analysing the average intensity of changes and their monotonicity, three groups of voivodeships can be distinguished. The first one includes the voivodeships, where changes are less intensive but very stable. These are Mazowieckie, Łódzkie, Wielkopolskie and Śląskie Voivodeships, so the regions with highly active academic centres (Fig. 5). Podlaskie, Lubuskie and Zachodniopomorskie are the areas with a rather high intensity of change and quite large monotonicity. We can say that in the case of these voivodeships one can observe the processes of transformations with a stable and consistent direction of change. The third group of voivodeships includes Świętokrzyskie and Warmińsko-Mazurskie characterised by high intensity of changes but unstable nature.

In the case of shifts in the structure of employees of enterprises in particular voivodeships, similar observations may be made. In Dolnośląskie, Pomorskie and Łódzkie Voivodeships, the processes of transformation in this structure are both intense and stable. The least intensive changes and, also, of chaotic nature were recorded by the structures from Śląskie, Podlaskie, Wielkopolskie and Zachodniopomorskie Voivodeships. Quite intense and chaotic changes could be noted in Lubuskie, Opolskie, Podkarpackie and Warmińsko-Mazurskie, while the low intensity of changes and at the same time their high stability was observed in Mazowieckie, Małopolskie, Świętokrzyskie, Lubelskie and Kujawsko-Pomorskie Voivodeships.

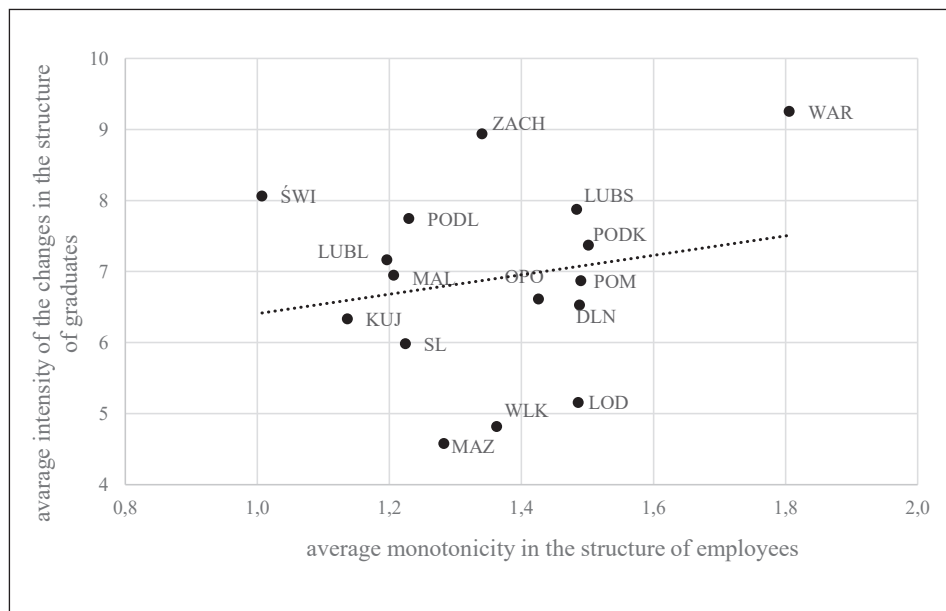
Evaluation of the changes in the studied structures was based on the comparison of the mean intensity of changes in the structure of graduates and the structure of employees of enterprises (Fig. 6). It can be observed that voivodeships with high intensity of changes, both in the composition of workers and in the structure of graduates,

Fig. 5. Average intensity and monotonicity of the changes in the structure of graduates and the structure of employees of enterprises in the years 2008–2014



Source: own work based on the GUS data.

Fig. 6. Average intensity of changes in the structure of graduates and the structure of employed in enterprises in voivodeships in the years 2008–2014



Source: own work based on the GUS data

include voivodeships with a small number of employed and a small number of graduates, i.e. Warmińsko-Mazurskie, Lubuskie and Podkarpackie. A group of voivodeships with the low average intensity of changes in both types of structures are formed by Mazowieckie, Śląskie, Wielkopolskie, and also by Małopolskie and Kujawsko-Pomorskie, i.e. those with a high share of the number of employed persons in the whole country and with active academic centres. The group of voivodeships with a high average intensity of changes in the structure of graduates and at the same time the low intensity of changes in the structure of employees, included Świętokrzyskie, Lubelskie, Podlaskie and Zachodniopomorskie Voivodeships. The last group was formed by the following voivodeships: Opolskie, Pomorskie, Dolnośląskie and Łódzkie, which were characterised by a high average intensity of transformation in the workers' structure and a low average intensity of changes in the graduates' structure.

Conclusions

The links between education and employers' requirements seem to be inseparable. However, trends in education and the labour market are difficult to grasp due to various methodological issues. One of the conclusions that emerged during this discussion is the need to develop a diagnostic tool that would include an in-depth analysis of the links between the labour market and the needs of employers expressed through the offer of the education system, including in particular higher education.

Due to the inability to directly compare the situation on the labour market and the offer of higher education, it was decided to examine the process of change in both spheres.

This decision was based on the assumption that the labour market and the offer of higher education, operating in a variable environment, are subject to external conditions from this environment. The analysis shows that a greater intensity of transformation refers to the structure of HE graduates created by fields of study rather than in the case of the structure of employees of enterprises constructed by the PKD sections. Although the transformation of the structures of the employees of companies was less intense and faster, it also had a more stable character. Voivodeships with large academic centres and a large proportion of students showed a small intensity of changes in the graduates structure; however, these changes were relatively stable.

The high intensity of changes in both types of examined structures was observed in the voivodeships showing a small number of employed persons and a small number of graduates, i.e. Warmińsko-Mazurskie, Lubuskie and Podkarpackie. Voivodeship with strong academic centres and a large proportion of workers, such as Mazowieckie, Śląskie and Wielkopolskie, had a low average intensity of changes in both types of structures. Świętokrzyskie, Lubelskie, Podlaskie and Zachodniopomorskie Voivodeships were characterised as having a high intensity of changes in the graduates structure, but low intensity of transformation in the structure of the workforce. The high intensity of changes in the structure of the work force, together with the low intensity of changes in the structure of students, was characteristic for the following voivodeships: Opolskie, Pomorskie, Dolnośląskie and Łódzkie.

References

- CBOS. (2016, 17 sierpnia). *Aspiracje i motywacje edukacyjne Polaków w latach 1993–2009*, 2009, Warszawa. [*Aspirations and educational motives of Poles in years 1993–2009.*] http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2009/K_070_09.PDF
- Deloitte. (2013). *Pierwsze kroki na rynku pracy. Międzynarodowe badanie studentów i absolwentów*. Warszawa, 30–31. Retrived from: http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Deloitte_PierwszeKrokiNaRynkuPracy_2013_1.pdf [*First steps on the labour market. The international study of students and graduates.*]
- Domański, H. (2004). Między komunizmem a rynkiem. Wpływ wykształcenia na zarobki w 27 krajach. W: H. Domański, A. Ostrowska, A. Rychter (red.), *Niepokoje polskie*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN. [*Between communism and the market. Impact of education on earnings in 27 countries.*]
- EYBA i IBnGR. (2016, 17 sierpnia). *Strategia Rozwoju Szkolnictwa Wyższego w Polsce do 2020 roku – drugi wariant*, Raport częściowy przygotowany przez konsorcjum Ernst & Young Business Advisory i Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, 2010, Warszawa-Gdańsk. Retrived from: http://www.nauka.gov.pl/g2/oryginal/2013_05/59579f9e6efaec82014d6d5be081ca23.pdf [*Strategy for the Development of Higher Education in Poland until 2020 - second option.*]
- Kukuła, K. (1996). *Statystyczne metody analizy struktur ekonomicznych*. Kraków: Wydawnictwo Edukacyjne. [*Statistical Methods of Analysis of Economic Structures.*]
- Leja, K. (2008). Uniwersytet organizacją służącą otoczeniu. W: K. Leja (red.). *Spółeczna odpowiedzialność uczelni*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechnika Gdańska. [*University as an organisation serving the environment.*]
- Moore, J.A. (1987). A Measure of Structural Change in Output. *Review of Income and Wealth*, March, 24(1).
- Orczykowska, A. (2006). Szkolnictwo wyższe a wymagania rynku pracy. *Nauka i Szkolnictwo Wyższe*, 2(8), 49–64. [*Higher education and labour market requirements.*]

- Piróg, D. (2013). Absolwenci szkół wyższych na rynku pracy w warunkach kryzysu. W: *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 302–316. [*HE graduates on the job market in crisis.*]
- Wronowska, G. (2015). Oczekiwanie na rynku prac. Pracodawcy a absolwenci szkół wyższych w Polsce. W: *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 214, 115–127. [*Expectations on the job market. Employers and graduates of higher education institutions in Poland.*]
- Wyżnikiewicz, B. (1987). *Zmiany strukturalne w gospodarce. Prawidłowości i ograniczenia*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne. [*Structural changes in the economy. Correctness and limitations.*]

Agnieszka Mrozińska, PhD, Poznań University of Economics and Business, Department of Management, Department of Spatial and Environmental Economics. A Spatial Economy graduate of the Poznań University of Economics and Business. Her research interests include the issue of complexity and adaptive processes (especially in economics), the methodology of economics, as well as strategic management in the public sector.

Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
Wydział Zarządzania
Katedra Ekonomiki Przestrzennej i Środowiskowej
Al. Niepodległości 10
61-875 Poznań, Polska
e-mail: agnieszka.mrozinska@ue.poznan.pl

PAWEŁ CZAPLIŃSKI

Uniwersytet Szczeciński, Polska ■ University of Szczecin, Poland

IRYNA KIBYCH

Narodowy Uniwersytet im. J. Fedkowycza w Czerniowcach, Ukraina ■ Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Ukraine

Postawy abiturientów wobec rynku pracy. Szczecin i Czerniowce – studium przypadku

Attitudes of High School Graduates toward the Labour Market. Szczecin and Chernivtsi – Case Study

Streszczenie: Na postawę młodego człowieka wobec rynku pracy ma wpływ grupa indywidualnych czynników związanych z wrodzonym potencjałem intelektualnym i z wychowaniem danej osoby. Niewątpliwym wpływ na zachowania przedsiębiorcze ma także grupa czynników zewnętrznych związanych z otoczeniem społeczno-ekonomicznym, wśród których ważną rolę odgrywa miejsce zamieszkania oraz miejsce edukacji (szkoła). Często niedoceniany pozostaje czynnik historyczno-kulturowy, który wprost – a czasami pośrednio – rzutuje na postawę życiową człowieka (także jego działalność). Celem artykułu było porównanie postaw abiturientów liceów ogólnokształcących pochodzących ze Szczecina oraz ukraińskiego miasta Czerniowce wobec rynku pracy. Przyjęto, że badane grupy mają bardzo zróżnicowane warunki wejścia, a następnie funkcjonowania na rynku pracy, który w obu krajach ma bardzo odmienne uwarunkowania działania, a tym samym oferuje różne możliwości osiągnięcia sukcesu zawodowego dla pracowników. Nie bez znaczenia pozostaje przy tym nieco odmienny model edukacji, w tym wiek abiturientów. Głównym narzędziem pomiarowym była ankieta skierowana do absolwentów wiodących szkół średnich w Szczecinie (Polska) i Czerniowcach (Ukraina), którą przeprowadzano w przekrojowym badaniu bezpośrednim, w okresie od kwietnia do maja 2016 r. Jak wynika z analizy, nie ma zasadniczych różnic pomiędzy postawami abiturientów z Czerniowców i ze Szczecina. Rozbieżności dotyczą jedynie skali podobnych odpowiedzi, co może wynikać z różnicy wieku respondentów, modelu rodziny i zamożności, a przede wszystkim odmiennych środowisk.

Abstract: A young person's approach to the labour market is affected by a group of individual factors connected with their innate intellectual potential and upbringing. Also, a group of external factors connected with the socio-economic environment, such as the place of residence and school, which both play an important role, undoubtedly influences entrepreneurial behaviours. The historic and cultural factor is frequently underappreciated, whereas it may affect a person's attitude (as well as their activity), either directly or sometimes indirectly. The aim of the article was to compare the attitudes of secondary school graduates from Szczecin and the Ukrainian city Chernivtsi towards the job market. It was assumed that the examined groups have very diversified conditions of entering, and then functioning on the job market, which are significantly different for both countries, and consequently, the opportunities to achieve professional success. The slightly different education model, including the age of secondary school grad-

uates is also considered as significant. The main measuring tool was a survey addressed to secondary school graduates at leading secondary schools in Szczecin and Chernivtsi, which was used in a direct cross-sectional study conducted from April 2016 until May 2016. As the conducted analysis shows, there are no fundamental differences in the approach of secondary school graduates from Chernivtsi and Szczecin. Any discrepancies concern solely a scale of similar answers, which may be the result of the difference in the secondary school graduates' age, their family models and affluence, or, most importantly, it may be affected by them living in differing environments.

Słowa kluczowe: abiturienti; ankieta; Polska; rynek pracy; Ukraina

Keywords: high school diploma graduates; questionnaire; Poland; labour market; Ukraine

Otrzymano: 19 listopada 2016

Received: 19 November 2016

Zaakceptowano: 6 marca 2017

Accepted: 6 March 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Czapliński, P., Kibych, I. (2017). Postawy abiturientów wobec rynku pracy Szczecin i Czerniowce – studium przypadku. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 405–415. DOI: 10.24917/20833296.13.30

Wstęp

Na postawę młodego człowieka wobec rynku pracy ma wpływ szereg czynników. Część z nich (tzw. czynniki wewnętrzne) związana jest z wrodzonym potencjałem intelektualnym, który może być wzmocniony dzięki odpowiednim działaniom wychowawczym. Niewątpliwym wpływem na zachowania przedsiębiorcze ma także grupa czynników zewnętrznych związanych z otoczeniem społeczno-ekonomicznym. Wśród nich ważną rolę odgrywa miejsce edukacji (konkretna szkoła, klasa) oraz zamieszkania (miejscowość, dzielnica, ulica itp.). Niedoceniany natomiast pozostaje czynnik historyczno-kulturowy, który niekiedy wprost, a czasami pośrednio, rzutuje na postawę życiową człowieka (także jego działalność). Jego wpływ jest widoczny na poziomie krajowym, a także na regionalnym i lokalnym (Czapliński, Kibych, 2010; Czapliński, Szymańska, 2013).

Warto dodać, że dla współczesnego młodego człowieka wejście na rynek pracy, a więc przejście od roli ucznia do roli aktywnego uczestnika życia gospodarczego, wydaje się procesem niezwykle trudnym i złożonym. Być może to właśnie świadomość odpowiedzialności, a jednocześnie trudności związane z poszukiwaniem swojego miejsca zawodowego są przyczyną odwlekania tej decyzji przez wielu młodych ludzi. Tymczasem uciekanie od świadomego poszukiwania, a w konsekwencji podjęcia pracy znacząco wpływa nie tylko na rozpoczęcie kariery zawodowej i możliwe szybkie (relatywnie do wieku) nabycie doświadczenia, lecz także na rozpoczęcie gromadzenia własnego kapitału (Czapliński 2006).

W świetle powyższych rozważań celem artykułu było porównanie postaw abiturientów liceów ogólnokształcących pochodzących ze Szczecina oraz ukraińskiego miasta Czerniowce, wobec rynku pracy¹. Przyjęto, że badane grupy mają bardzo zróżnicowane warunki wejścia, a następnie funkcjonowania na rynku pracy, co wynika ze specyfiki przestrzeni geograficznej (Zioło, 2011). Tym samym możliwości osiągnięcia sukcesu

¹ Wobec podjętej problematyki przyjęto, że rynek pracy to mechanizm dopasowań podaży i popytu na pracę (Kryńska, Kwiatkowski, 2013).

zawodowego na poziomie krajowym, regionalnym, a nawet lokalnym są inne (Czapliński, Vepryk 2008). Nie bez znaczenia pozostaje przy tym nieco odmienny model edukacji i związany z tym np. wiek abiturientów.

Na wstępie przyjęto tezę, że istnieją różnice w postawach abiturientów² z Polski i Ukrainy wobec rynku pracy, co ma wynikać z poziomu świadomości rywalizacji i konkurencyjności na rynku pracy oraz aktywności w podejmowaniu działań szeroko rozumianej przedsiębiorczości.

Metoda badań

Głównym narzędziem pomiarowym była anonimowa ankieta skierowana do abiturientów wiodących szkół w miastach Czerniowce oraz Szczecin. Dobór miast miał charakter doboru wygodnego (*convenience sampling*), niemniej wybrane jednostki mają wspólne cechy. Są to miasta duże, położone peryferyjnie w strefie przygranicznej o zróżnicowanej historycznie i kulturowo społeczności oraz umiarkowanym tempie rozwoju. W wytypowanych miastach zdecydowano się na badania wśród abiturientów „wiodących szkół”, za które autorzy uważają szkoły o najlepszych wynikach nauczania w skali lokalnej i regionalnej³. Wybór szkół był podyktowany dwoma założeniami. Po pierwsze, chciano uzyskać skrajnie optymistyczne wyniki, co byłoby punktem odniesienia do ewentualnych dalszych badań pozostałych szkół. Po drugie, dzięki badaniu abiturientów „wiodących szkół” z racji ich elitarności spodziewano się otrzymać relatywnie największe różnice między badanymi grupami.

Badania ankietowe, które przeprowadzono od kwietnia do maja 2016 r. w Szczecinie i Czerniowcach, miały charakter pilotażowy. Dlatego na ich podstawie nie należy wyciągać zbyt daleko idących uogólnień, np. na poziomie krajowym i regionalnym. Celem badań było sprawdzenie poprawności sformułowanych założeń na poziomie wytypowanych, konkretnych miast.

Założono arbitralnie pozyskanie anonimowej informacji od wszystkich abiturientów wytypowanych szkół, co miało ułatwić procedurę doboru próby, a tym samym podnieść poziom wiarygodności uzyskanych wyników. Ostatecznie po ocenie otrzymanych odpowiedzi do dalszego etapu badań zakwalifikowano podobną liczbę jednostek dla obu badanych grup. Badania objęły łącznie 149 osób, z czego 77 z Ukrainy. Nieznacznie większość w obu grupach stanowili mężczyźni. W Szczecinie było to 51,4%, a w Czerniowcach – 50,6%. Zdecydowana większość rodziców (lub opiekunów prawnych) abiturientów legitymizowała się wyższym wykształceniem. W przypadku rodziców abiturientów ze Szczecina było to 75,7%, a z Czerniowców – 72,9%. Spośród wszystkich badanych 30,8% nie miało rodzeństwa, a zaledwie 2,0% miało ich więcej niż dwoje. Na podstawie pytań pośrednich (np. o stan posiadania) można uznać, że ok. 42% ankietowanych ze Szczecina i 38% ankietowanych z Czerniowców pochodziło z rodzin zamożnych i bardzo zamożnych.

Po zrealizowaniu badań terenowych nastąpiła obróbka uzyskanego materiału. W tym celu stworzono macierz danych wejściowych, które poddano kodowaniu, a następnie przetwarzaniu za pomocą arkusza kalkulacyjnego Microsoft Excel. Na podstawie uzyskanych wyników sformułowano wnioski, które posłużyły za podstawę analizy.

² Abiturient to uczeń szkoły średniej, którego dopuszczono do matury (Tytuła, Łosiak, 2013).

³ W badaniach wzięli udział uczniowie XIII Liceum Ogólnokształcącego w Szczecinie oraz Liceum nr 1 i nr 2 w Czerniowcach. Badania w Szczecinie przeprowadzono pod kierunkiem dr Tomasza Rydzewskiego.

Wyniki badań ankietowych dotyczące postaw abiturientów wobec rynku pracy

Dokonując dezagregacji głównego problemu badawczego (sformułowanego w postaci pytania: Czy istnieją różnice w postawach abiturientów wobec rynku pracy?), wyodrębniono trzy obszary problemowe, według których przeprowadzono dalszą szczegółową analizę.

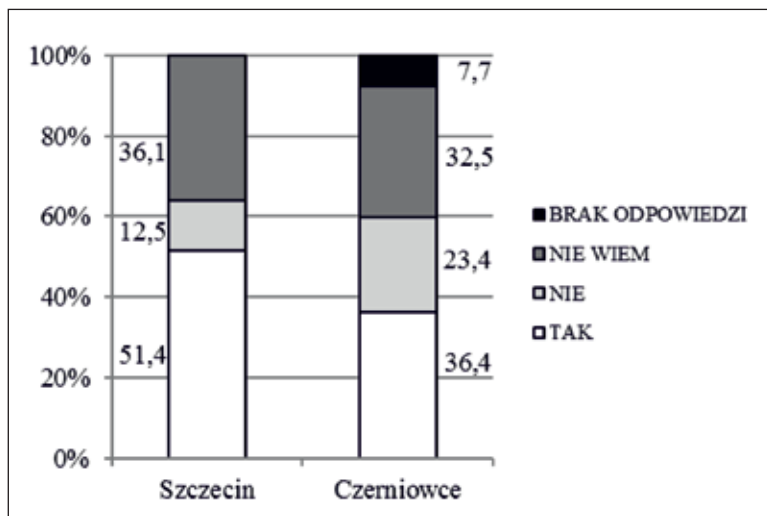
Pierwszy problem szczegółowy:

Jak abiturienti oceniają własną wiedzę, umiejętności i zdolności, aby podjąć pracę?

Z przeprowadzonych badań wynika, że większość abiturientów ma odpowiednią wiedzę, umiejętności i zdolności, aby podjąć pracę na własny rachunek (ryc. 1). Można zatem uznać, że samoocena abiturientów wypadła optymistycznie niezależnie od badanej grupy (polskiej czy ukraińskiej). Powstaje jednak szereg pytań, z kluczowym pytaniem dla dalszej analizy: Czy samoocena jest wiarygodna, skoro obraz samego siebie zawsze jest subiektywny?.

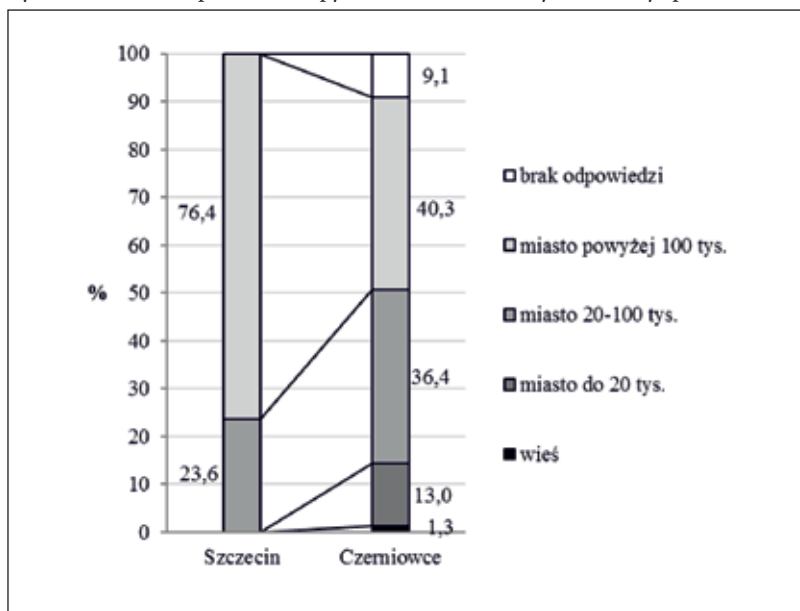
Zarysowaną wątpliwość zweryfikowano pytaniem o praktyczne wykorzystanie wiedzy, umiejętności i zdolności przez abiturientów ze Szczecina i Czerniowców. Na podstawie uzyskanych odpowiedzi można wysunąć wniosek, że prace dorywcze (często sezonowe) podejmują nie tylko osoby, które – jak deklarują – mają powyższe atrybuty, lecz także Ci, którzy bardziej krytycznie oceniają swoje przygotowanie, a de facto swoje dopasowanie do wymogów rynku. Oni również podejmują pracę. Oznacza to, że ze strony pracodawców nie ma presji na przygotowanie do wykonywania określonych czynności, co można tłumaczyć prostotą proponowanych stanowisk pracy lub/i relacją abiturienta z pracodawcą, bardzo często członkiem rodziny. Należy także podkreślić, że zarówno poziom wiedzy i umiejętności, jak i wykonywana praca jest stanem przejściowym, a nie

Ryc. 1. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Czy masz odpowiednią wiedzę, umiejętności i zdolności, aby pracować na własny rachunek (prowadzić własną działalność gospodarczą)?”



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 2. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Gdzie chciałbyś/chciałabyś pracować?”



Źródło: opracowanie własne

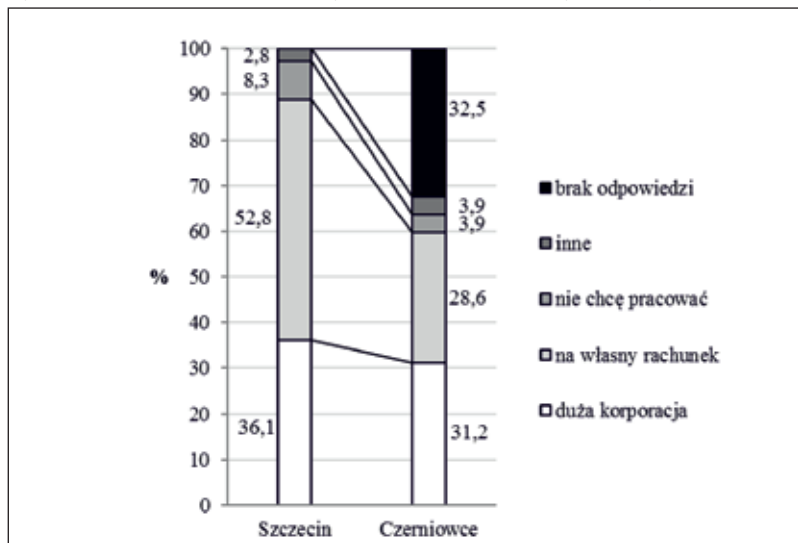
docelowym, ostatecznym, co rodzi określone postawy tak po stronie pracodawców, jak i pracobiorców. Potwierdza to także charakter wykonywanej pracy przez respondentów. W obu badanych grupach dominuje praca sezonowa, często w przedsiębiorstwach rodzinnych oraz szeroko rozumiany wolontariat.

Za interesujące należy uznać wyniki dotyczące miejsca i formy przyszłego zatrudnienia (ryc. 2). Pierwszy z elementów – miejsce – o wyraźnie geograficznym charakterze wskazuje, że abiturienti z obu badanych miast chcą podjąć pracę w miastach. Różnica polega na tym, że szczecinianie w zdecydowanej większości chcą pracować w dużych i średnich jednostkach osadniczych, natomiast czerniowczanie nie są tak jednomyślni. Można zatem przyjąć, że są oni bardziej otwarci na ewentualne propozycje pracy, które mogą dotyczyć także małych miast, a w skrajnych przypadkach również obszarów wiejskich. Natomiast postawy abiturientów ze Szczecina są znacznie silniej determinowane przez pochodzenie społeczne, podpatrywany etos pracy, miejsce zamieszkania czy elitarność szkoły.

Drugi z elementów dotyczących przyszłego zatrudnienia – forma – tylko pozornie różnicuje obie badane grupy (ryc. 3). Jeżeli bowiem zsumujemy odpowiedzi: „na własny rachunek” i „brak odpowiedzi” w wynikach grupy ukraińskiej, uzyskamy bardzo podobne proporcje jak w grupie polskiej. Sugerowane sumowanie jest uzasadnione tym, że abiturienti z Czerniowców nieco odmiennie rozumieją pojęcie *przedsiębiorstwo rodzinne*, nie uznając ich za własne. Nie bez znaczenia pozostaje również wiek abiturientów z Ukrainy.

Deklaracja pracy na własny rachunek stanowi wysoki odsetek udzielonych odpowiedzi. W obu badanych grupach ponad 50% odpowiedzi „tak” argumentowano tym, że praca na własny rachunek to samodzielność i niezależność, a w grupie ukraińskiej dodatkowo 40% respondentów uznało, że praca na własny rachunek jest źródłem wysokich zarobków. W polskiej grupie było to zaledwie 7,9%. Natomiast zwolennicy odpowiedzi

Ryc. 3. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Jaką formę pracy preferujesz?”



Źródło: opracowanie własne

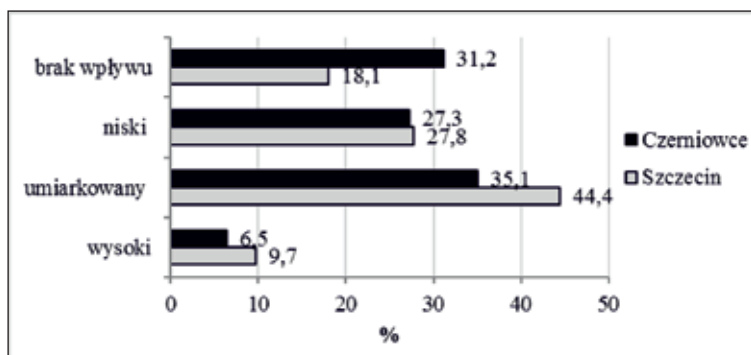
„nie”, argumentowali ją odmiennie. Abiturienti ze Szczecina podnosili kwestie biurokracji, ryzyka i stresu związanego z prowadzeniem działalności gospodarczej. Natomiast abiturienti z Czerniowców nie potrafili sformułować jasnej argumentacji, stąd 61,1% wskazań na „nie” nie zostało uzasadnionych. Natomiast z pozostałych na uwagę zasługuje jedynie odpowiedź „brak predyspozycji” (11,1%). Ta sama odpowiedź wśród Polaków stanowiła 2,9%. Bez odpowiedzi pozostaje pytanie, czy brak uzasadnienia odpowiedzi „nie” w grupie ukraińskiej jest wynikiem braku wiedzy i wyobraźni ekonomicznej, czy też świadomym działaniem wynikającym z utartych sądów, czy nawet postaw kulturowych, aby nie mówić zbyt wiele. Przyczyna może być jednak bardziej prozaiczna, a mianowicie młody wiek respondentów i brak wystarczająco dużego doświadczenia w jakichkolwiek zajęciach biznesowych.

Drugi problem szczegółowy:

Czy szkoła wspiera kreowanie właściwych postaw wobec rynku pracy?

Poza zdolnościami intelektualnymi abiturienta, będącymi niewątpliwie bazą jego możliwości, oraz znaczeniem rodziców, opiekunów za istotną w kreowaniu świadomych i pożądaných postaw wobec rynku pracy uznano rolę szkoły. Jednak w opinii wielu badanych wpływ szkoły na własną postawę jest raczej znikomy (ryc. 4). Ponad 58% ukraińskich oraz niespełna 46% polskich respondentów odpowiedziało, że szkoła nie ma wpływu na ich postawy lub ten wpływ jest mały. Osobnej uwagi wymaga odpowiedź „umiarkowanie”. Wydaje się, że wybór takiej odpowiedzi był spowodowany tym, że abiturienti nie chcieli jednoznacznie osądzić działania szkoły lub nie potrafili dokonać takiej oceny. Odsetek osób z obu badanych grup, którzy wskazywali, że szkoła ma duży wpływ na ich postawę, jest niski (poniżej 10%) i daleko niezadawalający, co musi wywołać refleksję także po stronie szkoły jako instytucji, a pośrednio całego systemu oświaty.

Ryc. 4. Struktura odpowiedzi na pytanie: „Jak oceniasz wpływ szkoły na Twoją postawę wobec rynku pracy?”



Źródło: opracowanie własne

Niskie oceny wpływu szkoły na postawy abiturientów wobec rynku pracy należy wiązać z tym, że zdecydowana większość zajęć zarówno w Polsce, jak i na Ukrainie to zajęcia teoretyczne, postrzegane jako mało efektywne. Natomiast zajęcia warsztatowe nie przekraczają 20%. Respondenci wskazują, że takie zajęcia, jak spotkania z przedsiębiorcami, gry i symulacje biznesowe, konkursy, praktyczne zajęcia z psychologii biznesu itp. zdarzają się sporadycznie, a ich udział w strukturze wszystkich zajęć, które mają przygotować ucznia do wymogów rynku pracy, nie przekracza 10%. W obu grupach na pytanie o wizyty w przedsiębiorstwach nie uzyskano żadnej pozytywnej odpowiedzi. Słuszna i aktualna wydaje się zatem teza Rachwała (2013), że szkołom brakuje odpowiednich narzędzi dydaktycznych, a przygotowanie do tranzycji młodzieży na rynek pracy jest nadal niedoceniane.

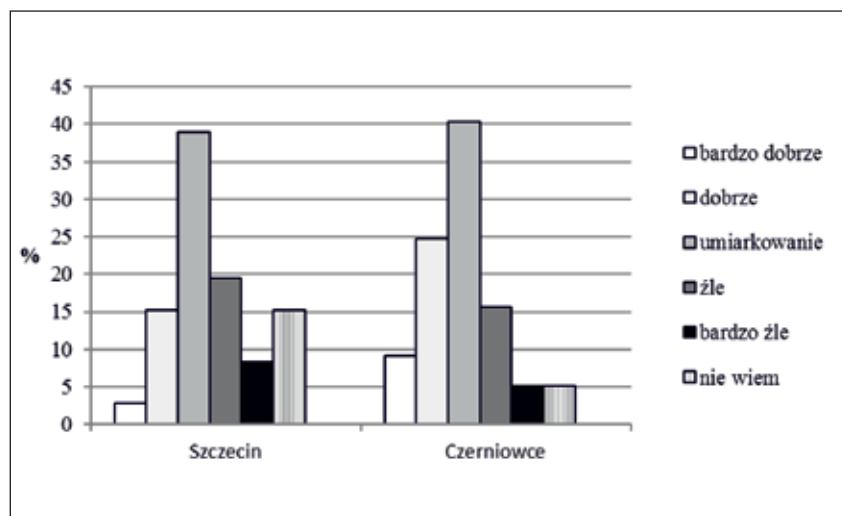
Tymczasem w ankietach istnieje szereg uczniowskich postulatów dotyczących uatrakcyjnienia tematyki i formy zajęć. Warto podkreślić, że w tej kwestii obie badane grupy znacznie się różnią. W grupie ukraińskiej za istotne wskazano prowadzenie praktycznych zajęć z promocji i reklamy, sztuki negocjacji, psychologii biznesu oraz kierowania zespołem. Natomiast grupa polska zgłosiła chęć uczestniczenia w zajęciach teoretyczno-praktycznych z zarządzania czasem, pieniędzmi i personelem oraz prawa gospodarczego. Być może różnica ta wynika z innego etapu rozwoju społeczno-gospodarczego krajów, w których odbyły się badania. Wydaje się również, że nie bez znaczenia pozostaje elitarność szkół (zwłaszcza szczecińskiej), które mogą – świadomie lub nie – formować swoich uczniów na przyszłych liderów. Należy dodać, że w grupie ukraińskiej widać niedobór specjalistycznych zajęć praktycznych, które mają przynieść konkretny efekt w krótkim horyzoncie czasowym, polscy abiturienti postulują za zajęciami, których efekty mogą się ujawnić dopiero do lat.

Trzeci problem szczegółowy:

Czy miasto zamieszkania ułatwia abiturientom dopasowanie się do rynku pracy?

W badaniach nad postawami młodzieży wobec rynku pracy poza otoczeniem bliższym (m.in. rodzina, szkoła) na uwagę zasługuje również otoczenie dalsze, w tym miejsce zamieszkania (Psyk-Piotrowska, 2015). Szczególnie znaczący jest wpływ społeczności dużych miast, ponieważ one, znacznie częściej uczestnicząc w sformalizowanej aktywności

Ryc. 5. Struktura odpowiedzi na pytanie: Jak oceniasz możliwości realizacji planu zawodowego w Szczecinie/Czerniowcach?



Źródło: opracowanie własne

społecznej, wskazują różnorodne wzorce zachowań rynkowych. W tym świetle uzyskane odpowiedzi budzą wiele uwag, tym bardziej że ich struktura dla obu grup jest bardzo podobna (ryc. 5).

W strukturze odpowiedzi dominuje ta, że miasto ma umiarkowany wpływ na realizację planu zawodowego. Dla grupy ukraińskiej jest to 38,9%, a dla grupy polskiej 40,3% odpowiedzi. Ta słaba ocena albo niezdecydowanie w ocenie obu miast może wynikać z akcentowanego odczucia marginalizacji badanych jednostek, co w przypadku Szczecina zostało dodatkowo wsparte odpowiedziami wskazującymi na brak lokalnych rynków zbytu i powiązaną z tym pauperyzacją społeczności lokalnej, a w przypadku Czerniowców korupcją, która ma charakter nie tylko lokalny i słabą dostępnością komunikacyjną, co może dziwić, analizując położenie miasta i jego historyczne powiązania z Austrią, Rumunią, Mołdawią, a pośrednio Polską i Węgrami.

Jednocześnie za istotną przewagę konkurencyjną w obu grupach respondentów podaje się położenie miasta. Można zatem przyjąć, że atrakcyjność lokalizacji obu aglomeracji nie jest w pełni wykorzystana, co może wynikać z czynników endo- i egzogennych, co jednak nie ma znaczenia dla sądów abiturientów. Wśród cech miasta sprzyjających prowadzeniu własnej działalności gospodarczej wymieniana w obu grupach jest mała konkurencja, która świadczy o tym że badane miasta peryferyjne są na wcześniejszym etapie krajowych przemian społeczno-gospodarczych, co w istocie daje szansę na znacznie łatwiejszą realizację własnych projektów biznesowych. W przypadku Czerniowców na uwagę zwraca także grupa odpowiedzi sugerujących, że Czerniowce to tzw. dobry adres. Według ukraińskich abiturientów ich miasto ma bardzo dobrą opinię w innych miastach, co może wynikać z przyczyn historycznych i do dzisiaj wielokulturowej, w dużej mierze tolerancyjnej społeczności miejskiej. W przypadku Szczecina takie głosy się nie pojawiły.

Niezależnie od rozwiązania problemów szczegółowych podjęto rozważania dotyczące zróżnicowania odpowiedzi według wybranych cech respondentów, tj. według płci, według wykształcenia rodzica (ojca) oraz liczby rodzeństwa, koncentrując się w zasadzie na abiturientach, którzy takowego nie mają. Płyną z tego następujące wnioski (tab. 1):

- mężczyźni obu badanych grup znacznie częściej twierdzą, że już posiadają odpowiednią wiedzę i umiejętności, aby podjąć pracę, chociaż w praktyce te deklaracje znacznie topnieją. Natomiast kobiety częściej deklarują, że mogą pracować poza dużymi miastami, co może świadczyć nie tylko o ich większej odwadze w biznesie, ale również o większej elastyczności zatrudnienia. Zarówno mężczyźni ze Szczecina jak i Czerniowców częściej niż kobiety twierdzą, że szkoła nie ma wpływu na ich postawy i zachowania przedsiębiorcze.
- wyższe wykształcenie rodzica (ojca) znacząco wpływa na odsetek pozytywnych odpowiedzi abiturientów obu grup deklarujących posiadanie odpowiedniej wiedzy, umiejętności i zdolności oraz nabycia doświadczenia po to, aby podjąć pracę. Zdecydowanie częściej tacy uczniowie deklarują chęć pracy na własny rachunek, najlepiej w dużym mieście. Swojego przygotowania nie upatrują w działalności szkoły;
- odpowiedzi abiturientów, którzy nie mają rodzeństwa, są również zbliżone w obu grupach. To oni znacznie częściej potrzebują wiedzy i zdobywania umiejętności w szkole i od pracodawców. Są mniej pewni w podejmowaniu decyzji, np. pracy na własny rachunek.

Tab. 1. Wybrane charakterystyki abiturientów

Wyszczególnienie	Abiturienti mężczyźni		Abiturienti, których ojcowie mają wykształcenie wyższe		Abiturienti bez rodzeństwa	
	Szczecin	Czerniowce	Szczecin	Czerniowce	Szczecin	Czerniowce
	częstość występowania odpowiedzi „tak”					
Odpowiednia wiedza, umiejętności i zdolności, aby pracować	2,57	3,28	3,66	2,50	0,63	0,27
Wykorzystywanie swojej wiedzy, umiejętności i zdolności w praktyce	1,13	1,50	2,24	1,66	0,47	0,38
Duże miasto jako miejsce przyszłej pracy	1,70	1,06	6,00	2,75	1,05	0,40
Chęć podjęcia pracy na własny rachunek	0,65	2,14	1,71	2,14	0,46	0,46
Bardzo dobre i dobre możliwości realizacji planu zawodowego w badanym mieście	1,40	0,52	12,00	3,16	0,08	0,92
Szkoła nie ma wpływu na postawy i zachowania przedsiębiorcze	0,85	0,71	2,00	1,88	0,43	0,50

Źródło: opracowanie własne

Zakończenie

Na wstępie należy bardzo mocno podkreślić, że przeprowadzone badania mają charakter pilotażowy. Ich wyniki wskazują na konieczność dalszych badań dotyczących nie tylko szkół elitarnych, lecz także pozostałych, których uczniowie (także abiturienti) mogą znacznie bardziej różnić się od siebie. Innym pożądanym kierunkiem byłoby badanie większej liczby miast peryferyjnych położonych także w innych państwach, np. Grodna, Smoleńska itp.

Niezależnie od proponowanych kierunków badań uzyskane wyniki nie mogą stanowić podstawy do wnioskowań na poziomie krajowym, a nawet regionalnym. Ich stosowanie prowadziłoby do daleko posuniętych uogólnień.

Przechodząc do wniosków szczegółowych, należy stwierdzić, że abiturienti z obu miast są w większości przekonani, że mają odpowiednią wiedzę, umiejętności i zdolności, aby podjąć pracę. Znajduje to potwierdzenie w praktyce. Łatwość powyższych sądów wiąże się jednak z tym, że zdecydowana większość badanych planuje w pierwszej kolejności podjęcie studiów. Gdyby jednak mieli podjąć pracę, to zdecydowanie w dużym mieście i raczej na własny rachunek. Abiturienti zwykle w sposób umiarkowany oceniają wpływ szkoły na swoją postawę wobec rynku pracy. Ten „bezpieczny” sąd może wynikać z faktu, że w szkole przeważają zajęcia teoretyczne. Natomiast istnieje stosunkowo dużo propozycji „nowych zajęć” różnych dla obu badanych grup. Według badanych, miasta ich edukacji raczej nie zapewniają możliwości kariery zawodowej. Mają wiele pozytywnych cech, np. położenie, jednak ich nie wykorzystują.

W świetle powyższych faktów autorzy przyjęli, że nie ma zasadniczych różnic pomiędzy abiturientami z Czerniowców i ze Szczecina. Napotkane różnice (poza kilkoma wyjątkami) nie są znaczące i nie powodują wyraźnej heterogeniczności obu badanych grup. Różnica między abiturientami polega raczej na skali większości podobnych odpowiedzi, co może wynikać z różnicy wieku abiturientów, gdyż abiturienti ukraińscy są o dwa lata młodszy od polskich, z odmiennego modelu rodziny (relacje w rodzinie ukraińskiej są bardziej tradycyjne niż w polskiej) oraz ze znacznej różnicy w zamożności mieszkańców obu krajów.

Reasumując, postawy abiturientów z Czerniowców i Szczecina wobec rynku pracy są bardzo podobne, mimo sygnalizowanych różnic, dlatego w kontekście znaczącego dystansu społeczno-gospodarczego pomiędzy krajami można zadać pytanie, czy i kiedy te postawy ulegają zróżnicowaniu? Co je ewentualnie powoduje? Wydaje się, że istotna w odpowiedzi na te pytania jest analiza funkcjonowania przestrzeni geograficznej w obu krajach w różnych skalach przestrzennych.

Literatura

References

- Czapliński, P. (2006). Postawy uczniów ponadpodstawowych szkół ogólnokształcących dla dorosłych wobec rynku pracy. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 2, 236–241.
- Czapliński, P., Kibycz, A. (2010). Вплив туризму на соціально-культурне середовище (на прикладі Гуцульщини та Кашуб), *Науковий збірник Чернівецького університету. Географія*, 519–520, 149–153.

- Czapliński, P., Szymańska, W. (2013). The features of economic behavior of the urban population in the ethnic the region of Kashubia. *Miscellanea Geographica-Regional Studies on Development*, 30–37. DOI: 10.2478/v10288-012-0032-3.
- Czapliński, P., Vepřek N. (2008). Postawy młodzieży Polski i Ukrainy wobec rynku pracy. *Dokumentacja Geograficzna*, 36, 165–170.
- Kryńska, E., Kwiatkowski, E. (2013). *Podstawy wiedzy o rynku pracy*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Psyk-Piotrowska, E. (red.). (2015). *Uwarunkowania i mechanizmy zrównoważonego rozwoju na obszarach wiejskich – identyfikacja i ocena postaw młodzieży wiejskiej w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności oraz możliwości ich wykorzystania dla rozwoju lokalnego*. Łódź: Katedra Socjologii Wsi i Miasta Uniwersytetu Łódzkiego.
- Rachwał, T. (2013). *Jestem przedsiębiorczy – kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży z wykorzystaniem innowacyjnych metod i narzędzi*. Poznań: Centrum Kompetencji, Grupa Szkoleniowo-Doradcza.
- Tytuła, M., Łosiak, M. (2013). *Polski bez błędów. Poradnik językowy dla każdego*. Warszawa – Bielsko-Biała: Wydawnictwo Szkolne PWN.
- Zioło, Z. (2011). Problemy kształtowania przestrzeni geograficznej. W: Z. Długosz, T. Rachwał (red.). *Priorytety badawcze i aplikacyjne geografii polskiej*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe UP, 26–42.

Paweł Czapliński, absolwent geografii Akademii Pomorskiej w Słupsku oraz zarządzania i ekonomii na Politechnice Gdańskiej. Doktor habilitowany nauk o Ziemi w dyscyplinie geografia, w specjalności geografia ekonomiczna. W latach 1996–2014 asystent, a następnie adiunkt Instytutu Geografii i Studiów Regionalnych AP w Słupsku. Od 2014 r. w Katedrze Badań Miast i Regionów Uniwersytetu Szczecińskiego. Członek rad redakcyjnych czasopism: „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego”, „Przedsiębiorczość – Edukacja” oraz „Rocznik Naukowy Państwowego Uniwersytetu w Chersoniu – seria Geografia”. Autor ponad 70 publikacji i monografii z zakresu transformacji struktur przestrzennych przemysłu północnej Polski, funkcjonowania i perspektyw rozwoju przemysłu przetwórstwa rybnego w Polsce, przedsiębiorczości młodzieży i osób starszych na obszarach wiejskich oraz wybranych aspektów z zarządzania i administracji samorządowej.

Paweł Czapliński, graduate of geography of the Pomeranian Academy in Słupsk, and of management and economics of Gdańsk University of Technology. Associate professor of Earth Sciences (economic geography). In 1996–2014 assistant and associate professor in the Institute of Geography and Regional Studies Pomeranian Academy in Słupsk. Since 2014 in the Regional and Urban Studies Department, Faculty of Geosciences, University of Szczecin. Member of the editorial board of journals: *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*, *Entrepreneurship – Education and Scientific Journal of the Kherson State University – Geography*. Author of more than seventy publications and monographs on transformation of spatial structures of industry in Northern Poland, performance and prospects of the development of the fish processing industry in Poland, entrepreneurship of young people and the elderly in rural areas and some aspects of the management and administration of local government.

Adres/Address:

Uniwersytet Szczeciński
Wydział Nauk o Ziemi
Katedra Badań Miast i Regionów
ul. Mickiewicza 18
70-383 Szczecin, Polska
e-mail: pawel.czaplinski@usz.edu.pl

Iryna Kibych, absolwentka biologii Państwowego Uniwersytetu w Czerniowcach. Doktor nauk biologicznych. Od 1994 r. adiunkt w Katedrze Geografii Ekonomicznej i Zarządzania Ekologicznego na Wydziale Geograficznym Narodowego Uniwersytetu im. J. Fedkowycza w Czerniowcach.

Iryna Kibych, graduate of biology of the State University of Chernivtsi. Doctor of Biological Sciences. Since 1994 assistant professor in the Economic Geography and Environmental Management Department, Faculty of Geography, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Ukraine.

Adres/Address:

Narodowy Uniwersytet im. J. Fedkowycza w Czerniowcach
Wydział Geograficzny
Katedra Geografii Ekonomicznej i Zarządzania Ekologicznego
ul. Kociubińskiego 2
58-012 Czerniowce, Ukraina
e-mail: kibych.iryana@gmail.com

ANNA IWACEWICZ-ORŁOWSKA
University of Finance and Management in Białystok, Poland

Expectations of Entrepreneurs in the Recruitment Process of Vocational Schools Graduates Based on the Examples of Poland, Lithuania and Latvia – Benchmarking Analysis

Abstract: the main aim of the article is to analyse expectations of entrepreneurs in the recruitment process of vocational schools graduates representing three countries: Poland, Lithuania and Latvia. Questionnaire survey conducted in 2016 is confirming that the most crucial elements to which employers are paying attention at seeking the employee are the experience of the candidate and the ability to constantly learn and improve. Moreover, the most desired skills in the view of employers are communicativeness, self-reliance, teamwork and organisational skills. One should emphasise there is a competence discrepancy between companies representing the analysed countries. An example can be the level of ICT skills and knowledge of foreign languages. Potential employers from Poland and Latvia agreed that the candidate for work does not have to be fluent in another language, for example, English. A communicative level in their point of view is sufficient.

Keywords: employee recruitment; entrepreneurs expectations; graduates; vocational schools

Received: 11 November 2016

Accepted: 23 February 2017

Suggested citation:

Iwaciewicz-Orłowska, A. (2017). Expectations of Entrepreneurs in the Recruitment Process of Vocational Schools Graduates Based on the Examples of Poland, Lithuania and Latvia – Benchmarking Analysis. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 417–427. DOI: 10.24917/20833296.13.31

Introduction

The primary factors determining the employment of a vocational school graduate are, apart from their education, the demand for their skills, knowledge and competences (Górniak, 2014: 20). These strengths significantly increase the chances of getting a job and thus fitting the candidate to the contemporary job market. What is also desirable is good cooperation between schools and companies where practical classes are held (Jelonek,

Szklarczyk, Balcerzak-Raczyńska, 2012). Nowadays, post-junior high school education, which should be strongly correlated with the needs of the labour market, differs drastically from modern requirements. As a consequence, higher education graduates are much better off on the job market, while those who graduate from secondary schools often feed the unemployed (Wronowska, 2013).

The aim of this article is to analyse the needs of entrepreneurs recruiting graduates of vocational schools representing three countries: Poland, Lithuania and Latvia. For this survey, a questionnaire consisting of ten questions was prepared. The study was conducted in March 2016 and included a random sample of 80 entrepreneurs from Poland, Lithuania and Latvia. The surveyed entrepreneurs represented the following industries: trade and services, hotel, catering, insurance, transport, construction and food processing. The analysis covers answers to questions from three core areas: the elements taken into account in the candidate search process, the competency gaps of potential employees and the desirable skills and knowledge of the candidates. The added value of the study is a comparison of the opinions of entrepreneurs from Poland, Lithuania and Latvia.

Candidate search process

Research shows that the most important element that employers pay attention to when looking for an employee is previous experience of a potential candidate. In the case of businesses from Poland, 55% gave such a response, and regarding Latvian businesses – 40% of those surveyed. Latvian respondents recognised that equally important is the education of potential candidates (40% of responses). A slightly different situation was recorded in Lithuania. Soft skills of potential employees are the most important element for Lithuanian employers (40% of replies).

Table 1. Most important aspects to be considered in the candidate search process

Most important aspects		
Poland (55%)	Lithuania (40%)	Latvia (40%)
experience	soft skills	experience education

Source: own work based on the research results

The least important element that employers pay attention to during the recruitment process is knowledge of a foreign language. In the case of Polish businesses, 42.5% responded that way, from Lithuania 50% and Latvia 25%. Entrepreneurs from Poland do not follow the candidate's education in selecting a candidate. This factor is only relevant for 25% of respondents. Latvian companies also consider soft skills of the candidate less important.

Table 2. Least important aspects to be considered in the candidate search process

Least important aspects		
Poland (42.5%)	Lithuania (50%)	Latvia (25%)
foreign language education	foreign language	foreign language

Source: own work based on the research results

Analysis of the responses shows that, in the opinion of employers representing all countries, the most important factor to be taken into consideration during the recruitment process is the ability to learn and improve continuously. This answer was chosen in each country by, respectively:

- Poland – 18.6% of respondents,
- Lithuania – 28.1% of respondents,
- Latvia – 20.7% of respondents.

The next two elements that employers value among potential candidates are experience in similar positions and industry experience. In the case of same experience, this response was chosen by, respectively:

- Poland – 17.7% of respondents,
- Lithuania – 15.6% of respondents,
- Latvia – 17.2% of respondents.

Experience in the industry is significant in the opinion of, respectively:

- Poland – 17.7% of respondents,
- Lithuania – 18.6% of respondents,
- Latvia – 10.3% of respondents.

The analysis of answers to the above-presented question raises some reflections. Latvian employers particularly value the ability of potential employees to adapt (27.6%). The least essential elements taken into account by companies are the activity of potential candidates on the labour market and their activity in school organisations. These two factors are only relevant for Lithuanian employers (12.5% of respondents). A similar situation exists in the case of potential candidates for employment in other industries. Employers have not provided other options for answering this question, although there was such a possibility offered. Therefore, the proposed set of possible responses met their expectations.

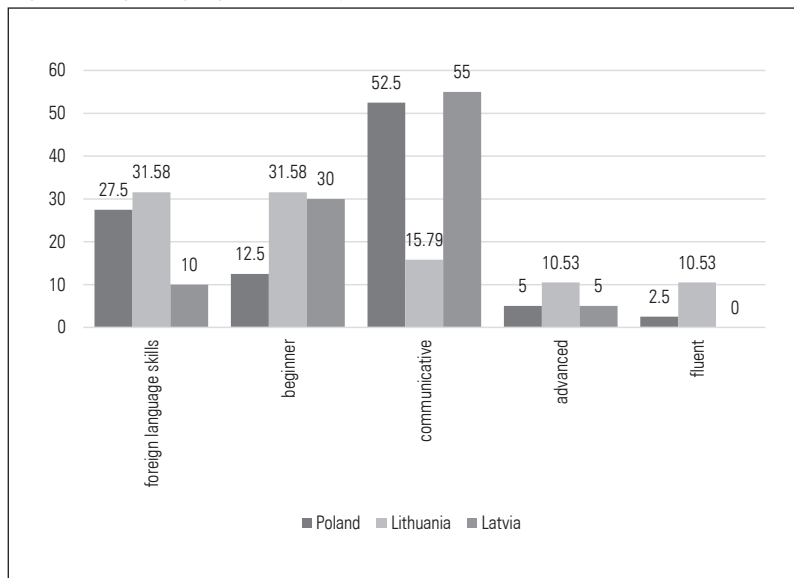
Competency gaps of potential employees

The study also took into account the needs of employers regarding the applicant's foreign language skills. Detailed answers to this question are presented in Figure 1.

When analysing the answers obtained, it is important to note that potential candidates should be communicative in a foreign language. This response was highlighted by more than half of the respondents in Poland and Latvia (52.5% and 55%, respectively). Advanced and fluent foreign language is of little importance to employers from Poland and Latvia. A significant number of respondents recognised that the candidates' knowledge of foreign languages was insignificant (27.5% of respondents in Poland, 31.6% of respondents in Lithuania and 10% of respondents in Latvia). For about 30% of employers in Lithuania and Latvia, beginner level of English is sufficient.

The next question asked regarded the greatest competence gaps in the skills of potential employees. By analysing the responses, it should be noted that there are discrepancies in the perception of competence gaps between employers representing the analysed countries. In the case of businesses from Poland, the main competence gaps are customer service and analytical thinking. In both cases, 16.95% of respondents gave such an answer. Moreover, Polish entrepreneurs see shortages in foreign language skills (11.86% of those surveyed) and knowledge of business ethics (10.17% of respondents).

Fig. 1. Foreign language proficiency expected from candidates



Source: own work based on the research results

In the case of employers representing Lithuania, the main competency gaps are customer service (19.3% of those surveyed), foreign language skills (14.4%), as well as workplace flexibility, continuous learning and improvement, and business ethics (10.53% of respondents each).

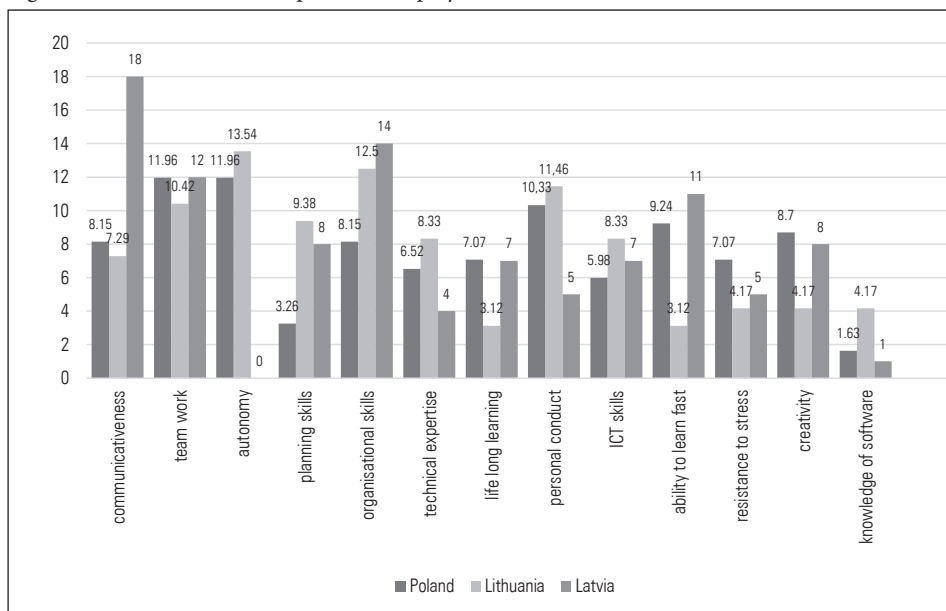
Latvian entrepreneurs mentioned flexibility in the workplace (20% of those surveyed), knowledge of foreign language (16.67% of those surveyed) and knowledge of software and communication, as well as continuous learning and improvement (11.67%). In the case of competence deficiencies, the least important in the opinion of the surveyed employers were entrepreneurship, knowledge of marketing, adaptation to new conditions and knowledge of business ethics.

Desirable skills and knowledge of potential candidates

The study also sought to answer the question regarding the skills most required by employers. The detailed data are presented in Figure 2. Conclusions drawn from the replies to this question emphasise that the most desirable skills in the opinion of employers are communicativeness, self-reliance, teamwork and organisational skills. In this case, there are also divergences in the perception of particular skills by the managers representing the analysed countries. For employers from Poland, the most desirable skills are teamwork and autonomy (11.96% of respondents each). Subsequently, employers pointed out personal conduct (10.33%), the ability to learn fast (9.24%) and creativity (8.7%). The least valuable skills in the opinion of Polish employers are knowledge of software (1.63%) and planning skills (3.26%).

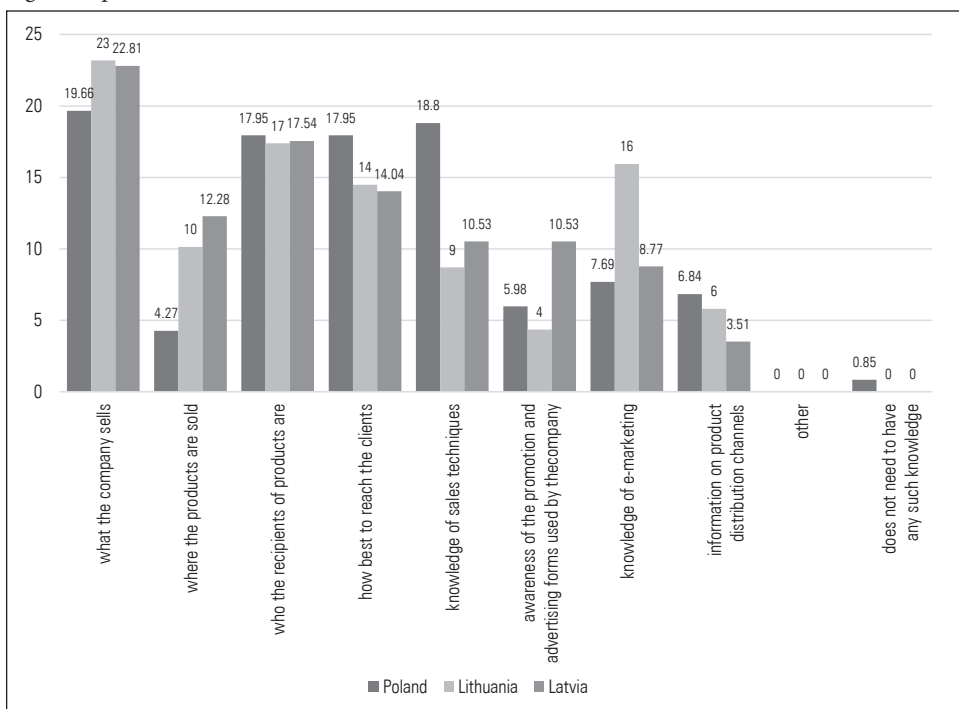
Lithuanian employers in the study drew attention to the most important skill required, which included autonomy (13.54%), organisational skills (12.5%) and corporate

Fig. 2. Most desirable skills in potential employees



Source: own work based on the research results

Fig. 3. Required information on ethics in business



Source: own work based on the research results

culture (11.46%). Lithuanian employers least valued candidates' ability to learn quickly and to continually learn and improve (3.12% of respondents).

In the case of Latvian businesses, the most valuable skills required were communicativeness (18%), organisational skills (14%) and teamwork (12%). Employers least valued employees' autonomy (no response) and knowledge of software (1% of respondents).

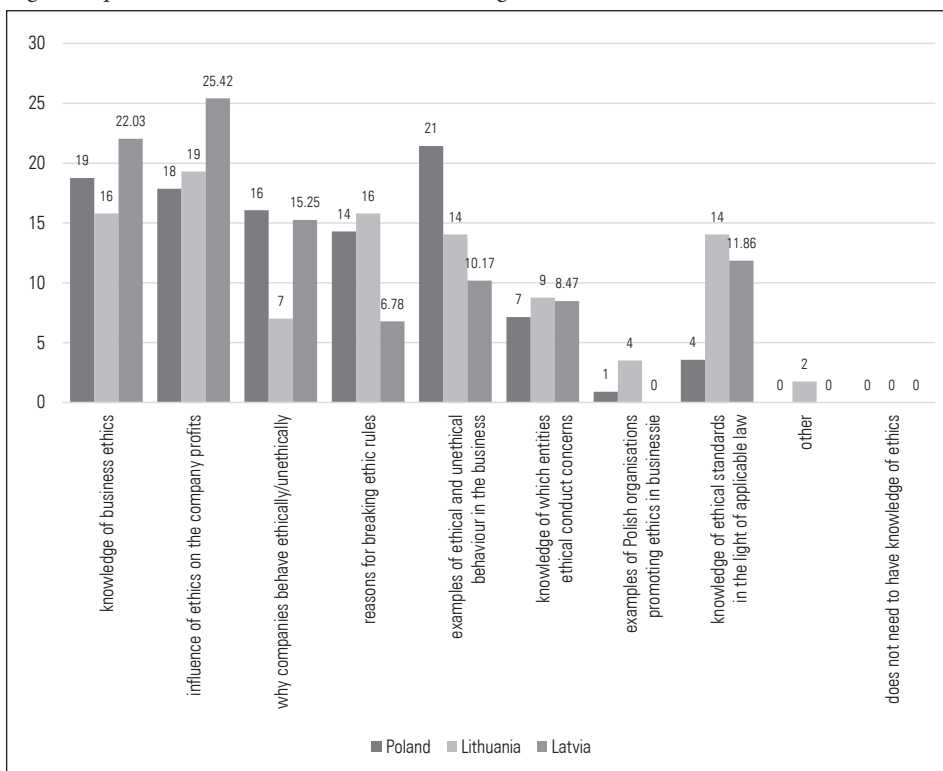
The next question asked regarded information on ethics in business an employee in the company should have. The detailed data collected in the questionnaires are shown in Figure 3. When analysing the answers, none of the companies considered that the employee should not have information on ethics in business. It means that companies find the knowledge of ethical issues critical to their functioning. Knowledge of business ethics and the impact of standards on profits in a company are two of the most important factors in the opinion of respondents in the three analysed countries. In the case of businesses representing Poland, the following aspects of ethical issues in business were considered: examples of ethical and unethical behaviour in the company (21.43% of respondents), knowledge of business ethics (18.75%), influence of ethics on the company profits (17.86%), and the knowledge of why companies operate ethically or unethically (16.07%). In the opinion of entrepreneurs from Poland, the most important issues related to business ethics are examples of Polish organisations promoting ethics in business (less than 1% of respondents) and knowledge of ethical standards in the light of applicable law (3.57%).

The aspects of business ethics mentioned by the companies representing Lithuania include: the influence of ethics on corporate profits (19.3%), followed by the ability to answer the question of what business ethics is and the reasons for breaking ethic rules (15.79% of responses each), as well as examples of ethical and unethical behaviour in a company and knowledge of ethical standards in the light of applicable law (14.04% of responses each). Representatives of Lithuanian companies considered the examples of Polish ethical business organisations (3.51%) as the least important from their point of view. It is understandable that groups interested in promoting ethics in business may not be interested in Lithuanian companies. Perhaps the respondents' interest would be greater if it concerned Lithuanian institutions. Lithuanian companies are not necessarily interested in the following issues of why companies behave ethically/unethically (7.01%), and the knowledge of which entities ethical behaviour concerns (8.78%).

In the case of organisations representing Latvia, the following aspects of business ethics were identified as the most important: influence of business ethics on the company's profits (25.42%), knowledge of business ethics (22.03%), and understanding why companies act ethically or unethically (15.25%). Ethical issues that do not interest Latvian entrepreneurs are Polish organisations promoting ethics in business (no one chose this answer), reasons for breaking ethic rules (6.78%), and examples of ethical behaviour in a company (8.47%).

The next question regarded the information on sales and marketing activities an employee in a business should possess. The detailed data are shown in Figure 4. The analysis of the answer to this question suggests the following conclusions. No Lithuanian or Latvian company recognised that an employee does not need to have any knowledge in those terms. In Poland, such response was given by less than 1% of respondents. It was therefore considered that the issue of knowing the sales and marketing activities in a company is significant. Entrepreneurs from the three surveyed countries believed that the most valuable knowledge for their employees regarded what the company sells. In each case, about

Fig. 4. Required information on sales and marketing activities



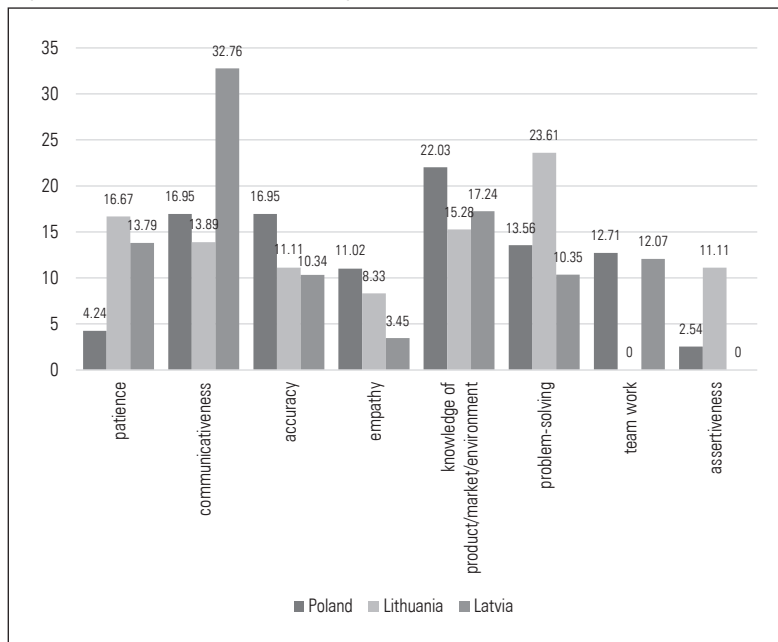
Source: own work based on the research results

20% of respondents gave such an answer. In the case of businesses representing Poland, the most important issues related to the sales and marketing activities were the knowledge what the company sells (19.66% of respondents), knowledge of sales techniques (18.8%), as well as information on who the recipients of products are and how best to reach them (17.95% of responses each). The least important issue for the Polish entrepreneur is the knowledge on where the products are sold (4.27% of the respondents), awareness of the promotion and advertising forms used by the company (5.98%), and information on product distribution channels (6.84%).

For companies representing Lithuania, the most important issues related to sales and marketing included knowledge of what the company sells (23.19% of respondents), knowledge of product buyers (17.39%), and knowledge of e-marketing (15.94%). Knowledge of e-marketing by company employees is particularly important for Lithuanian companies. Representatives of other analysed countries did not recognise this element of sales and marketing activities as indispensable as representatives of Lithuania.

For the companies representing Latvia, the most important issues related to sales and marketing were recognised similarly to the other countries, that is the knowledge of employees about what products the company sells (22.81% of the respondents), who the recipient of the goods is (17.54%), and information on how to reach the recipient (14.04%). Least important for Latvian employers was the knowledge of the product distribution

Fig. 5. Required skills and knowledge on customer service



Source: own work based on the research results

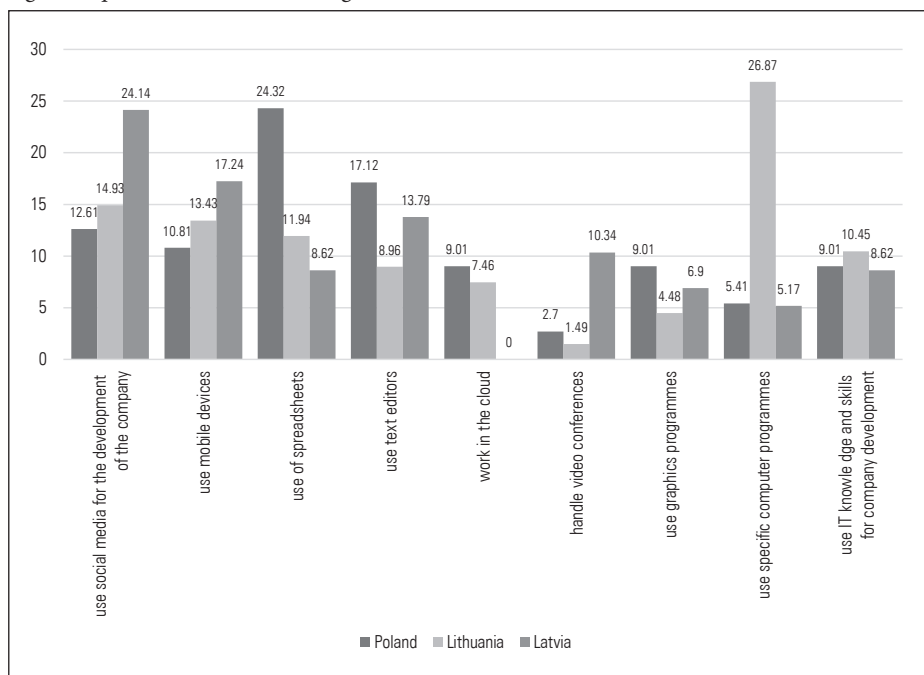
channels (3.51% of respondents), e-marketing (8.77%), as well as sales techniques and forms of promotion and advertising (10.53% of respondents each).

The answers to the question regarding skills and knowledge of customer service an employee should possess are presented in Figure 5. The analysis shows that there are discrepancies in the individual countries as to the desired skills and knowledge of customer service. The customer service skills most desirable for employers in all the analysed countries are product/market/environment knowledge and communicativeness. The least desirable skills in those terms in all the analysed countries are assertiveness and empathy. In the case of entrepreneurs from Poland, the most desirable skills and knowledge of customer service should include product/market/environment knowledge (22.03% of respondents), and accuracy and communicativeness (16.95% responses each). The least important features for Polish entrepreneurs are assertiveness (2.54%) and patience (4.24%).

The entrepreneurs representing Lithuania found that the most desirable traits of employees regarding skills and knowledge in customer service were problem-solving skills (23.61% answers), patience (16.67%), and product/market/environment knowledge (15.28% answers). The least significant for Lithuanian entrepreneurs were teamwork (no one gave such an answer), empathy (8.33% answers), as well as accuracy and assertiveness (11.11% each).

According to the surveyed Latvian entrepreneurs, the most desirable skill is communication. Such was an answer of 32.76% of respondents. Another skill, but chosen much less often, is the knowledge of the product/market/environment (17.24% of those surveyed) and patience (13.79%). According to Latvian entrepreneurs, the least valuable skills are assertiveness (no one gave such answers) and empathy (3.45% of respondents).

Fig. 6. Required skills and knowledge on ICT



Source: own work based on the research results

The last question asked was about the ICT skills and knowledge an employee in a company should have. The detailed data obtained from the study are presented in Figure 6. The analysis of the respondents' answers to this question indicates that Polish entrepreneurs felt that the most necessary for their work were employees who had basic computer skills i.e. use of spreadsheets or text editors. Lithuanian and Latvian entrepreneurs are more in need of employees who can handle specific graphics programs or use social media to grow their business. In the case of surveyed entrepreneurs in Poland, the most desirable ICT skills and knowledge include the use of spreadsheets (24.32% of the respondents), the use of text editors (17.12%), and the use of social media for the development of the company (12.61%). The least valuable skills are meetings in the form of video conferencing (2.7% of respondents), and use of specialised computer programs (5.41%).

In the case of surveyed companies representing Lithuania, the most useful skill and knowledge in ICT is the use of specialised computer programs, as answered by 26.87% of the respondents. The next position selected by Lithuanian companies is the use of social media for the development of the company (14.93% of those surveyed), and the use of mobile devices (13.43%). According to the Lithuanian employers, the least useful skills include video conferencing (1.49% of respondents), and the use of graphics programs (4.48%).

Latvian entrepreneurs have found that the most valuable ICT expertise and knowledge among their employees are the use of social media for business development (24.14% of respondents), mobile devices usage (17.24%), and use of text editors (13.79%). Latvian employers are least interested in their employees' skills in working in the cloud (0% respondents) and use of specialist computer programs (5.17%).

Conclusions

To sum up the results of the study, it should be stated that in the opinion of employers representing all the analysed countries:

1. The most important element that businesses pay attention to when looking for an employee is the experience of a potential candidate, while the least important one is the knowledge of a foreign language.
2. The most important element to consider when recruiting an employee is their ability to constantly learn and improve. The next two factors that employers value among potential candidates regard their experience in similar positions and business branch. The least essential elements taken into account by companies are the activity of potential candidates on the labour market and their activity in school organisations.
3. Prospective candidates should be communicative in a foreign language. In spite of such a response, Lithuanian and Latvian entrepreneurs recognised foreign language skills as one of the leading competence gaps.
4. There are discrepancies in the perception of competence gaps between employers representing the analysed countries. In the case of companies from Poland, the main competence gaps are customer service and analytical thinking. In the case of firms representing Lithuania, essential competency gaps are customer service and foreign language skills. In the case of employers representing Latvia, the basic skills deficiencies include flexibility in the workplace and knowledge of a foreign language.
5. The most desirable skills in the opinion of employers include communicativeness, autonomy, teamwork and organisational skills.
6. The analysed companies consider knowledge of ethical issues critical to their functioning.
7. All respondents stated that their employees should have information about sales and marketing activities. Entrepreneurs from the three surveyed countries underlined that the most important knowledge for their employees is the information about the product sold.
8. The entrepreneurs in Poland recognised that they needed employees who have basic computer skills, such as the use of spreadsheets or text editors. Lithuanian and Latvian entrepreneurs are more in need of employees who can handle specific graphics programs or use social media to grow their business. It may be a testimony to two factors that precisely precipitate such polls. Firstly, employees in Lithuania and Latvia may already have basic skills such as support for text editors or spreadsheets. So it is not necessary for them to supplement this type of knowledge. Second, the polls are also dependent on the industry in which they operate. Lithuanian and Latvian companies are represented primarily by the gastronomy, hotel, tourism and transport industries. These industries use specific computer programs, which has also been shown in the survey.

References

- Górniak, J. (red.). (2014). *Kompetencje Polaków a potrzeby gospodarki polskiej. Raport podsumowujący IV edycję badań BKL z 2013 roku*. Warszawa: PARP. [Competences of Poles and the needs of the Polish economy.]

- Jelonek, M., Szklarczyk, D., Balcerzak-Raczyńska, A. (2012). *Oczekiwania pracodawców a pracownicy jutra. Raport z analizy kierunków kształcenia na poziomie ponadgimnazjalnym i wyższym wzbo- gacony wynikami badań pracodawców realizowanymi w 2012 roku w ramach III edycji projektu Bilans Kapitału Ludzkiego*. Warszawa: PARP. [*Expectations of employers and employees of tomorrow.*]
- Wronowska, G. (2013). Oczekiwania pracodawców wobec absolwentów szkół wyższych w Polsce jako przykład bariery wejścia na rynek pracy. *Prace Naukowe UE we Wrocławiu, Ekonomia*, 305. [*Expectations of employers towards HE graduates in Poland as an example of barriers to entry into the labour market.*]

Anna Iwacewicz-Orłowska, PhD, assistant professor, University of Finances and Management in Białystok, Faculty of Economics Sciences. The author is employed as an assistant professor at the Faculty of Economics Sciences at the University of Finances and Management in Białystok. Apart from conducting lectures in economic subjects, she is researching sustainable development, income disproportions and social inequalities. She has published many articles in Poland and abroad and took part in conferences and internships at foreign institutions.

Address:

Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku
ul. Ciepła 40
15-472 Białystok, Poland
e-mail: anna.orlowska@wsfiz.edu.pl

RENATA ANISIEWICZ

Uniwersytet Gdański, Polska ■ University of Gdansk, Poland

Rola szkolnictwa zawodowego w kształtowaniu lokalnego rynku pracy w Gdyni w latach 2000–2015

The Role of Vocational Education in Labour Market Creating in Gdynia in the Years 2000–2015

Streszczenie: Jednym z uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości jest poziom wykształcenia ludności. W artykule zostały przeanalizowane zmiany, jakie zaszły w edukacji w Gdyni w latach 2000–2015 oraz ich wpływ na kształtowanie lokalnego rynku pracy. Szczególną uwagę zwrócono na kształcenie zawodowe. Uwzględniono oddziaływanie czynników demograficznych oraz reformy szkolnictwa wdrożonej w Polsce na początku XXI w. Zmiana modelu edukacji w kierunku kształcenia ogólnego, a następnie wyższego miała ograniczyć napływ absolwentów do grupy bezrobotnych, znamienny dla początku transformacji ustrojowej (lata 90.). Grupę tę tworzyli wówczas głównie absolwenci szkół zawodowych o kwalifikacjach niedopasowanych do zmieniającego się rynku pracy. Utrwalenie nowego modelu edukacji, pogłębione dodatkowo przez niekorzystne trendy demograficzne, zmniejszyło udział absolwentów z wykształceniem zawodowym wśród bezrobotnych w Gdyni w późniejszych latach, ale wpłynęło także na deficyt kadr, zwłaszcza z wykształceniem zasadniczym na lokalnym rynku pracy. Mimo zmian struktury kierunków kształcenia dostosowywanych do aktualnych potrzeb rynku pracy oraz podejmowania współpracy z przyszłymi pracodawcami (np. przez tworzenie klas patronackich) niekorzystne trendy pogłębiają się. Niedobór pracowników z wykształceniem zawodowym na rynku pracy potwierdzają statystyki struktury bezrobotnych w Gdyni, wśród których stanowią oni najmniejszą grupę, w przeciwieństwie do absolwentów szkół wyższych reprezentujących jedną trzecią osób pozostających bez pracy.

Abstract: the educational level in society is one of the many factors conditioning the development of entrepreneurship. The article analyses changes in the educational system of Gdynia in the years 2000–2015, with special attention given to vocational education. The study accounts for both demographic factors and educational reforms implemented in Poland at the beginning of the 21st century. The reformed educational model, focusing on general education, was to popularise higher education and limit the number of vocational school graduates becoming the unemployed, a characteristic feature at the beginning of the transformation period (the 1990s). This group of unemployed comprised mainly graduates of vocational schools with qualifications that did not match the demand of the evolving labour market. Solidification of the new educational model, strengthened additionally by demographic trends, diminished the share of vocationally trained individuals in the group of the unemployed in Gdynia in later years, however,

it also resulted in a deficit of qualified labour force, especially of qualified workers. Though structural changes were introduced in the specialties required by current labour market needs and cooperation was undertaken with future employers (e.g. by opening classes supported by entrepreneurs), the unfavourable trend continued. Statistic data of the unemployed in Gdynia confirm a shortage of qualified labour force in the labour market. The share of qualified workers amounted to merely several percent of the unemployed, contrary to the remaining groups of unemployed, with graduates of higher schools of education representing one third of the total unemployment rate.

Słowa kluczowe: bezrobocie; Gdynia; rynek pracy; szkolnictwo zawodowe; XXI wiek

Keywords: Gdynia; labour market; unemployment; vocational education; 21st century

Otrzymano: 26 października 2016

Received: 26 October 2016

Zaakceptowano: 26 lutego 2017

Accepted: 26 February 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Anisiewicz, R. (2017). Rola szkolnictwa zawodowego w kształtowaniu lokalnego rynku pracy w Gdyni w latach 2000–2015. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 428–438. DOI: 10.24917/20833296.13.32

Wstęp

Wśród podstawowych uwarunkowań wpływających na rozwój przedsiębiorczości znajdują się poziom i struktura wykształcenia ludności, stanowiące pochodną procesu edukacji. Edukacja odgrywa zasadniczą rolę w upowszechnianiu kształtowania postaw przedsiębiorczych oraz umiejętności działania w zmieniającym się otoczeniu (Zioło, 2016). Pobudza wykształcenie aspiracji będących motorem rozwijania działalności przez człowieka oraz daje podstawy do kreowania zachowań umożliwiających odniesienie życiowego sukcesu (Zioło, 2011). Postawy przedsiębiorcze wraz poziomem, kierunkami i jakością wykształcenia uzupełnione o inne elementy (np. Innowacyjność, zdolności, talent, postawy etyczne) składają się na kapitał ludzki i społeczny niezbędne dla szeroko rozumianego rozwoju społeczno-gospodarczego (Borowiec, 2011; Stryjakiewicz, 2008).

Struktura edukacji i jakość jej funkcjonowania, wynikające z obowiązującego ustroju szkolnego, są czynnikami istotnie rzutującymi na lokalne rynki pracy, czyli miejsca, gdzie spotykają się tworzący popyt na pracę przedsiębiorcy i stanowiący jej zasoby pracownicy (Tarkowski i in., 2016). Reformy dokonywane w systemie szkolnictwa wywołują zmiany na rynkach pracy, zróżnicowane w zależności od ich charakteru i lokalizacji.

Położona w północnej Polsce, w województwie pomorskim, licząca 90 lat Gdynia jest jednym z najmłodszych miast w kraju. W 2015 r. była zamieszkiwana przez 247 478 osób, co lokowało ją w czołówce największych jednostek osadniczych (BDL, 2016). Miasto stanowi ważny ośrodek usługowo-przemysłowy z rozwiniętymi funkcjami transportową (duży port morski), turystyczną, edukacyjną, w tym akademicką, i innymi. Wielkość Gdyni determinuje istnienie dużego i zróżnicowanego rynku pracy, kształtowanego przez oddziaływanie czynników wewnętrznych i zewnętrznych.

Celem pracy jest analiza wpływu zmian, jakie zachodziły w szkolnictwie w Polsce od początku XXI w. do połowy drugiej jego dekady na kształtowanie dużego lokalnego rynku

pracy, na przykładzie Gdyni. W badaniach uwzględniono szkolnictwo ponadpodstawowe i ponadgimnazjalne dla młodzieży, stanowiące pierwszy etap wyboru dalszej drogi edukacji. Szczególną uwagę zwrócono na kształcenie zawodowe (zasadnicze i średnie), którego absolwenci znajdują się najbliżej wejścia na rynek pracy, a jednocześnie są silnie z nim związani jako potencjalni przedsiębiorcy i pracownicy (Poczmąńska, Pierwieńcka, 2016).

Zmiany w systemie edukacji

Początek XXI w. był dla polskiej edukacji okresem wdrażania kolejnej w historii reformy systemu oświaty. Wśród podstawowych przesłanek zmiany obowiązującego modelu kształcenia w kierunku edukacji ogólnej, a docelowo wyższej (Osiecka-Chojnacka, 2007), znalazło się ograniczenie napływu absolwentów do grupy bezrobotnych, typowego dla początkowego okresu transformacji ustrojowej (Tarkowski i in., 2016).

Zgodnie z założeniami reformy z 1999 r. przez utworzenie 6-letnich szkół podstawowych i 3-letnich gimnazjów wydłużono o rok naukę na poziomie podstawowym. O tyle samo skrócono kształcenie na dotychczasowym poziomie ponadpodstawowym. W miejsce istniejących 4-letnich liceów ogólnokształcących utworzono licea 3-letnie dla absolwentów gimnazjów, a od roku 2004/2005 także 2-letnie uzupełniające licea ogólnokształcące na podbudowie zasadniczych szkół zawodowych. Dla gimnazjalistów wybierających kształcenie zawodowe powołano 2- lub 3-letnie szkoły zawodowe, 4-letnie technika oraz 3-letnie licea profilowane. Dla osób o specjalnych potrzebach edukacyjnych (upośledzonych umysłowo w stopniu umiarkowanym lub znacznym oraz posiadających niepełnosprawności sprzężone) powstały 3-letnie szkoły przysposabiające do pracy. Ponadto absolwenci szkół zawodowych mogli kontynuować naukę w 3-letnich technikach uzupełniających. Do 2006 r. wygaszone zostały całkowicie funkcjonujące wcześniej licea zawodowe i licea techniczne (Pacuk i in., 2016).

Wprowadzanie reformy edukacji na dotychczasowym poziomie ponadpodstawowym rozpoczęło się w roku szkolnym 2002/2003, jednak skutki zmian uwidoczniły się już rok wcześniej z powodu braku naboru do klas pierwszych. Ostatnim rokiem ilustrującym sytuację w szkolnictwie średnim przed reformą był rok szkolny 2000/2001. Przemiany, jakie miały miejsce w oświacie w Gdyni w latach 2000–2015, mierzone liczbą uczniów i absolwentów omawianego szczebla kształcenia, przedstawia tabela 1.

Obserwowany w każdym rodzaju szkół spadek liczby uczniów, a w konsekwencji absolwentów w omawianym czasie, z jednej strony odzwierciedla przekształcenia w strukturze szkolnictwa, w tym skrócony o rok tok nauki, z drugiej zaś – niekorzystne tendencje demograficzne. Jak większość miast w kraju, Gdynię cechuje ubytek ludności wynikający z ujemnego salda ruchu naturalnego oraz migracji mieszkańców, głównie do strefy podmiejskiej (Przybylska i in., 2016). Łączna liczba uczniów szkół ponadgimnazjalnych w latach 2000–2015 zmniejszyła się w mieście blisko dwukrotnie (z 17 445 do 8665 osób), zaś absolwentów spadała o prawie 40% (z 3901 do 2419) (ryc. 1).

Największe ubytki dotyczyły zasadniczego szkolnictwa zawodowego, w którym w ciągu 15 badanych lat liczba uczniów zmalała ponad trzykrotnie, zaś absolwentów – przeszło czterokrotnie. W ostatnich latach gdyński rynek pracy zasilano rocznie ok. 200 pracowników wykwalifikowanych, przy czym w roku 2013/2014 było ich zaledwie 105, podczas

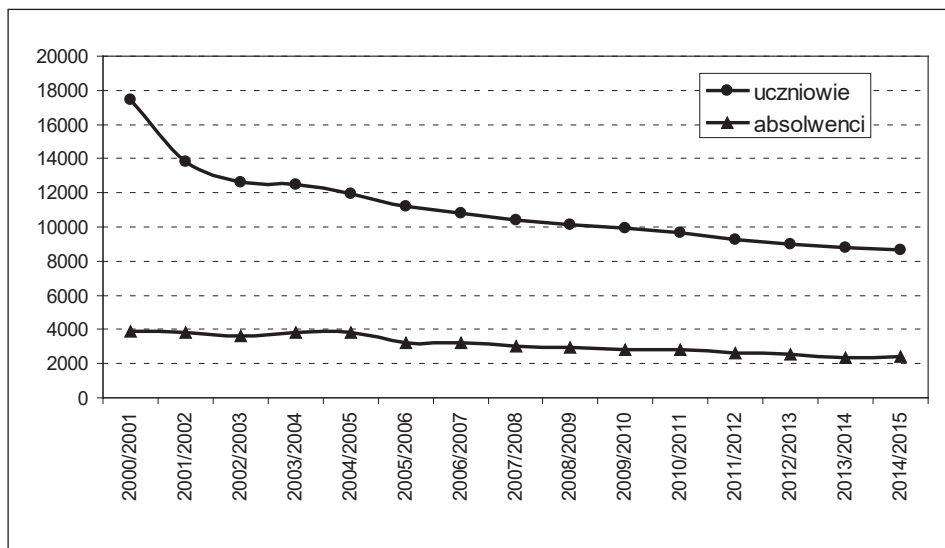
Tab. 1. Liczba uczniów i absolwentów szkół ponadpodstawowych i ponadgimnazjalnych w Gdyni w latach 2000–2015

Lata szkolne	Uczniowie			Absolwenci		
	zasadnicze szkoły zawodowe	średnie szkoły zawodowe ^a	licea ogólnokształcące	zasadnicze szkoły zawodowe	średnie szkoły zawodowe ^a	licea ogólnokształcące
2000/2001	2126	6095	9224	765	1233	1 903
2001/2002	1276	4872	7235	624	970	2217
2002/2003	915	4615	7103	452	849	2342
2003/2004	772	4896	6786	167	1262	2378
2004/2005	855	3395	6474	275	1436	2147
2005/2006	861	3915	6350	279	917	2007
2006/2007	837	3596	6292	289	826	2059
2007/2008	869	3406	6012	250	756	1974
2008/2009	895	3315	5814	257	709	1912
2009/2010	870	3313	5606	308	630	1830
2010/2011	783	3356	5410	235	707	1837
2011/2012	717	3287	5139	197	717	1677
2012/2013	705	3152	5070	215	714	1614
2013/2014	670	3060	5026	105	679	1573
2014/2015	691	2979	4995	186	633	1600

^a Do roku 2005/2006 technika ponadpodstawowe, licea zawodowe i techniczne, od roku 2002/2003 technika ponadgimnazjalne i licea profilowane (wygaszone od roku 2013/2014).

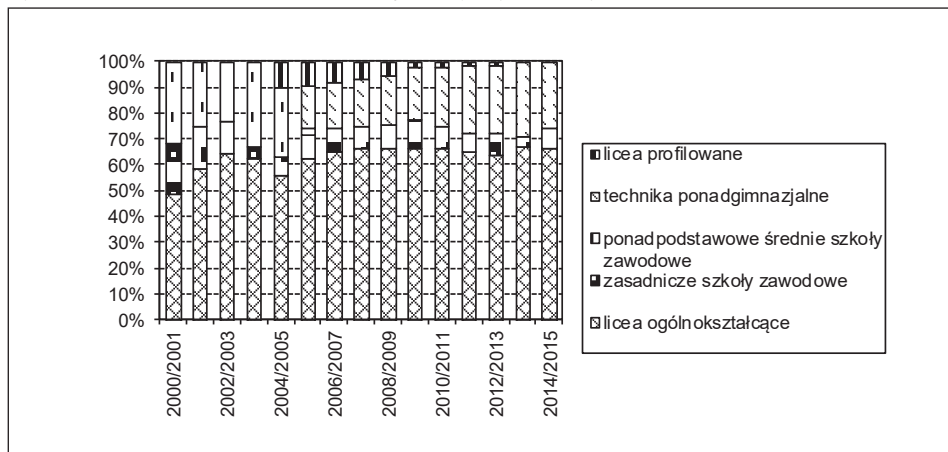
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS (2016)

Ryc. 1. Liczba uczniów i absolwentów szkół ponadpodstawowych i ponadgimnazjalnych w Gdyni w latach 2000–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS (2016).

Ryc. 2. Udział absolwentów szkół ponadgimnazjalnych w Gdyni w latach 2000–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS (2016)

gdy na przełomie wieków zawodówki kończyło przeszło 760 osób (tab. 1). O ponad połowę zmniejszyła się liczebność uczniów średnich szkół technicznych. W większości podejmowali oni naukę w technikach. Mniejszą popularnością cieszyły się licea profilowane, które w latach funkcjonowania (2005–2013) ukończyło w Gdyni łącznie 1520 osób (BDL, 2016). W połowie drugiej dekady XXI w. dyplom technika uzyskiwało w ciągu roku ok. 600–700 absolwentów, czyli dwa razy mniej niż na początku stulecia (tab. 1). W tym samym czasie liczebność uczniów liceów ogólnokształcących zmalała o ok. 45%, natomiast osób kończących je zmniejszyła się z ok. 2,3 tys. do ok. 1,6 tys. rocznie.

Zmiany stanowiące konsekwencje reformy edukacji, w tym preferowania wykształcenia ogólnego, uwidacznia porównanie odsetka absolwentów poszczególnych typów szkół (ryc. 2). Najbardziej wyraziste były one w odniesieniu do całokształtu szkolnictwa zawodowego, którego placówki na początku wieku kończyła ponad połowa ogółu absolwentów gdyńskich szkół, a w roku 2014/2015 już tylko 34%. W dużej mierze jest to skutek spadku udziału szkół zasadniczych w tym czasie z 19,6 do 7,7%, przede wszystkim na rzecz liceów ogólnokształcących kończonych obecnie przez blisko 70% uczniów (ryc. 2).

Omówiony regres edukacji zawodowej wynika z kontynuowania, w ramach reformy oświaty z 1999 r., procesu restrukturyzacji tego segmentu kształcenia, zapoczątkowanego jeszcze w latach 90., kiedy w związku z transformacją gospodarki zlikwidowano m.in. wiele szkół przyzakładowych. Malejące w XXI w. liczby uczniów to oprócz niżu demograficznego rezultat dalszej redukcji sieci szkół zawodowych. W latach 2000–2015 liczba zawodówek w Gdyni zmniejszyła się z 10 do 6, średnich szkół zawodowych (technika, licea „ogólnozawodowe”) spadła z 27 do 16, zaś liceów ogólnokształcących zmalała jedynie z 20 do 18 (Pacuk i in., 2016). Na zmiany infrastruktury nałożył się ponadto spadek zainteresowania młodzieży edukacją zawodową (Poczmąńska, Pierwieniecka, 2016).

Zmiany na rynku pracy

Rynek pracy można zdefiniować jako mechanizm wymiany towaru, jakim jest praca człowieka, w którym popyt tworzą przedsiębiorstwa i instytucje sektora publicznego, zaś

podaż – osoby chętne do jej podjęcia (Tarkowski, Palmowski i in., 2016). Wielkość popytu ilustrują liczba i struktura pracujących, jednak sposób gromadzenia danych na ten temat nie pozwala określić dokładnie tej wielkości dla lokalnych rynków pracy. Najbardziej pełne informacje na tym poziomie są pozyskiwane z badań aktywności ekonomicznej ludności (BAEL) wykonywanych w trakcie narodowych spisów powszechnych. Według ostatniego, przeprowadzonego w 2011 r. na reprezentacyjnej próbie 20% mieszkańców, w Gdyni liczba pracujących mieszkańców wynosiła 100,1 tys., co lokowało ją na wysokim, 12. miejscu wśród polskich miast i czyniło atrakcyjnym rynkiem pracy dla pracodawców (*Raport z wyników...*, 2012). Wysoką wartość 49,3% osiągał też wskaźnik zatrudnienia, stanowiący iloraz liczby pracujących do sumy aktywnych i biernych zawodowo mieszkańców w wieku 15 lat i więcej. Obie te liczby nieznacznie wzrosły w porównaniu do wyników spisu powszechnego przeprowadzonego w 2002 r. (*Rocznik Statystyczny Gdyni 2006, 2007*).

Informacji o strukturze zatrudnienia według sekcji PKD 2007 dostarczają dane publikowane przez GUS, nieobejmujące jednak podmiotów gospodarczych zatrudniających do 9 osób, duchownych, pracowników jednostek budżetowych obrony narodowej i bezpieczeństwa publicznego, rolnictwa indywidualnego oraz pracowników organizacji, fundacji i związków. Ponieważ małe podmioty gospodarcze stanowią lwią część gospodarki Gdyni, kształtowany przez statystyki GUS obraz należy traktować jako przybliżony.

Według BDL (2016), w 2014 r. dominowali w mieście (36,4%) zatrudnieni w handlu, naprawie pojazdów samochodowych, transporcie i gospodarce magazynowej, zakwaterowaniu i gastronomii oraz informacji i komunikacji, co odzwierciedla znaczenie funkcji portowej i turystycznej Gdyni. Nieco mniejszy udział (33,7%) mieli pracujący w tzw. pozostałych usługach, tj. edukacji, administracji, ochronie zdrowia, kulturze. Istotną część rynku pracy (22,2%) tworzyły przemysł i budownictwo. Znacznie mniej osób (6,8%) skupiała działalność finansowa i ubezpieczeniowa oraz obsługa rynku nieruchomości, znikome (0,9%) było znaczenie rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa.

Ważnym aspektem rynku pracy jest zjawisko bezrobocia. Zgodnie z ustawą o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, bezrobotny jest definiowany jako osoba pełnoletnia, która nie nabyła praw emerytalnych lub rentowych, niezatrudniona i nie wykonująca innej pracy zarobkowej, zdolna i gotowa do jej podjęcia w pełnym wymiarze czasu pracy, nieucząca się, aktywnie poszukująca pracy oraz spełniająca kilka dodatkowych wymogów (Dz.U. z 2004 r. poz. 149 z późn. zmianami).

Istnieją różne metody pomiaru bezrobocia, co implikuje rozbieżności w wartości uzyskanych danych statystycznych. Najczęściej stosowana jest stopa bezrobocia rejestrowanego, stanowiąca stosunek liczby bezrobotnych zarejestrowanych w powiatowych urzędach pracy do liczby cywilnej ludności aktywnej zawodowo, z wyłączeniem pracowników jednostek budżetowych prowadzących działalność w zakresie obrony narodowej i bezpieczeństwa publicznego (*Rocznik Statystyczny Gdyni 2006, 2007*). Nie uwzględnia ona jednak osób pozostających bez pracy, ale z różnych przyczyn niezarejestrowanych w urzędzie pracy. Bardziej miarodajne wydają się być wyniki badań aktywności ekonomicznej ludności (BAEL) uzyskiwane bezpośrednio w czasie spisów powszechnych. W tym wypadku istnieje z kolei możliwość zadeklarowania się jako bezrobotne przez osoby pracujące w tzw. szarej strefie.

Stopa bezrobocia rejestrowanego w Gdyni ulegała w latach 2000–2015 fluktuacjom uzależnionym od sytuacji gospodarczej (BDL, 2016). Pod koniec grudnia 2000 r. wynosiła 7%.

Najwyższe wartości (10,5%) osiągnęła trzy lata później, po czym wraz z akcesją Polski do Unii Europejskiej zaczęła spadać do 2,3% w 2008 r. Echem światowego kryzysu gospodarczego był ponowny wzrost stopy bezrobocia obserwowany do 2012 r., kiedy wyniosła ona 6,5%. Od tego czasu notuje się tendencję malejącą do 4,9% w końcu grudnia 2015 r. Bez pracy pozostawały wówczas w Gdyni 5163 osoby (BDL, 2016). Dla porównania, dane uzyskane z BAEL wskazują, że w 2002 r. stopa bezrobocia osiągnęła 16,8%, zaś w 2011 r. – 9,8% (bezrobocie rejestrowane odpowiednio 9,8% i 5,5%). Rozbieżności te sugerują, iż w rzeczywistości skala problemu jest nieco wyższa niż podawana w statystykach GUS, jednak mniejsza niż przeciętnie w kraju i województwie, co jest typowe dla większości dużych miast w Polsce.

Wśród gdyńskich bezrobotnych w 2015 r. dominowały osoby w wieku 25–34 lata, które stanowiły blisko 27% osób zarejestrowanych (tab. 2). Przewaga tego przedziału dotyczyła całego XXI w. Nieznacznie niższy (ok. 26%), ale rosnący w badanym okresie był udział grupy 35–44 lata, malejący natomiast osób liczących 45–54 lata, które w 2015 r. obejmowały 18,5% bezrobotnych. Najmniej liczną część (ok. 8%) stanowili najmłodsi gdynianie (18–24 lata). Ich udział w latach 2000–2015 zmniejszył się prawie trzykrotnie, co z jednej strony może być wyrazem kierowania do nich różnych form aktywizacji zawodowej, z drugiej zaś częstszego niż wśród starszych podejmowania migracji zarobkowych. Bardziej znacząco wzrosło bezrobocie wśród osób po 55. roku życia.

Tab. 2. Bezrobotni zarejestrowani w Gdyni według wieku w latach 2000–2015 (stan na 31 grudnia)

Wiek (lata)	Bezrobotni (%) w roku			
	2000	2005	2010	2015
18–24	23,2	11,2	11,8	8,1
25–34	24,9	31,3	32,6	26,8
35–44	22,4	21,5	20,2	25,9
45–54	25,8	27,8	22,0	18,5
55 i więcej	3,7	8,2	13,4	20,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych GUS (2016)

Szczególnie ważna z punktu widzenia zmian zachodzących w szkolnictwie jest struktura bezrobotnych według wykształcenia. W ciągu pierwszych 15 lat XXI w. uległa ona w Gdyni znaczącym przemianom (tab. 3), na co istotny wpływ mogła wywrzeć reforma ustroju szkolnego. Największe zmiany dotyczyły rejestrujących się osób z wykształceniem wyższym. Ich udział zwiększył się blisko trzykrotnie i w 2015 r. wyniósł 27,2%. Wyrażnie zmalał natomiast odsetek gdynian z przygotowaniem zasadniczym zawodowym oraz policealnym i średnim zawodowym (odpowiednio o ok. 10% i 7%). Ubyło także osób z wykształceniem gimnazjalnym i niższym, przybyło nieznacznie absolwentów liceów ogólnokształcących.

Zmiany obserwowane w Gdyni, odnoszące się do bezrobotnych mających zawód, odzwierciedlają tendencje ogólnokrajowe w grupie osób z wykształceniem wyższym (wzrost udziału) i zasadniczym zawodowym (spadek), różnią się nieznacznie co do mieszkańców z przygotowaniem policealnym i średnim zawodowym (tab. 4). Rozbieżności dotyczą wielkości odsetka pozostających bez zatrudnienia. Wynikają one z akademickiego charakteru miasta, w którym funkcjonują trzy publiczne i sześć niepublicznych uczelni, a w pobliżu działa znaczący ośrodek gdański. Determinuje to większą niż przeciętnie

w Polsce liczbę bezrobotnych z wykształceniem wyższym. Z kolei duży i zróżnicowany rynek pracy, typowy dla największych ośrodków miejskich, wchłania absolwentów z wykształceniem zasadniczym i średnim zawodowym.

Tab. 3. Bezrobotni zarejestrowani w Gdyni według wykształcenia w latach 2000–2015 (stan na 31 grudnia)

Wykształcenie	Bezrobotni (%) w roku				
	2000	2005	2010	2015	
	ogółem				do 30. r. życia
Wyższe	9,1	12,4	21,8	27,2	34,5
Policealne i średnie zawodowe	30,7	27,8	25,8	24,0	18,6
Średnie ogólnokształcące	10,2	10,7	12,6	12,6	20,0
Zasadnicze zawodowe	27,0	24,7	21,0	17,4	7,4
Podstawowe/gimnazjalne i poniżej	23,0	24,4	18,8	18,8	19,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie Roczników Statystycznych Gdyni 2001, 2006, 2011; Analiza potrzeb lokalnego rynku pracy wraz z identyfikacją jego głównych problemów (2016)

Tab. 4. Bezrobotni z wybranym rodzajem wykształcenia zawodowego w Polsce i Gdyni w latach 2000–2015

Lata	Bezrobotni z wykształceniem (%)					
	Zasadnicze zawodowe		Policealne i średnie zawodowe		Wyższe	
	Polska	Gdynia	Polska	Gdynia	Polska	Gdynia
2000	37,0	27,0	20,8	30,7	2,6	9,1
2005	32,6	24,7	21,9	27,8	5,5	12,4
2010	28,4	21,0	22,0	25,8	10,5	21,8
2015	27,2	17,4	21,8	24,0	12,8	27,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie; *Analiza potrzeb lokalnego rynku pracy...* (2016); *Bezrobocie rejestrowane. I–IV kwartał 2015 r.* (2016); *Bezrobocie rejestrowane. I–IV kwartał 2000 r.* (2000); *Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2001* (2001); *Roczniki Statystyczne Gdyni 2001, 2006, 2011*

Istotna w kontekście skuteczności zreformowanego systemu edukacji dla kształtowania rynku pracy jest zwłaszcza struktura wykształcenia bezrobotnych do 30. roku życia, a więc osób, które uczyły się po 1999 r. Grupa ta obejmowała w Gdyni pod koniec 2015 r. 20,3% mieszkańców pozostających bez pracy. Najwięcej, ponad jedną trzecią młodych bezrobotnych, stanowili absolwenci wyższych uczelni (tab. 3). Najmniej – tylko 7,4% – było osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Wartości te znacząco odbiegają od średnich dla miasta (tab. 3) i mogą wskazywać na niedopasowanie kwalifikacji najmłodszych gdynian, kształconych w zreformowanej strukturze szkolnictwa, do potrzeb rynku pracy. Duży udział bezrobotnych z wyższym wykształceniem świadczy o dewaluacji dyplomów szkół wyższych. Przyczynia się do tego duże nasycenie rynku absolwentami tego szczebla edukacji, nadmiar studentów na kierunkach społecznych i humanistycznych oraz niska jakość nauczania wynikająca z jego masowości (*Analiza potrzeb lokalnego...*, 2016). Stan taki może także odzwierciedlać niedostateczny poziom kształcenia studentów w zakresie przedsiębiorczości. N`a przeciwnym biegunie znajdują się

absolwenci szkolnictwa zawodowego, na których rośnie zapotrzebowanie, co determinuje ich niewielki udział wśród młodych bezrobotnych.

Ważnych informacji dla kształtowania rynku pracy dostarczają analizy zawodów deficytowych i nadwyżkowych, opracowywane na podstawie danych gromadzonych przez powiatowe urzędy pracy. Nie stanowią one w pełni wyczerpującego zbioru informacji w tym zakresie, gdyż wielu pracodawców poszukuje pracowników kanałami omijającymi tę instytucję (własne strony internetowe, firmy rekrutujące pracowników itp.). Dają jednak przynajmniej przybliżony obraz istniejącej sytuacji (Tarkowski, Palmowski i in., 2016). Określenia zawodów deficytowych i nadwyżkowych dokonuje się przez porównanie liczby ofert pracy, które wpłynęły do urzędu w danym zawodzie do liczby zarejestrowanych bezrobotnych w tej profesji, czyli uwzględnienie tzw. wskaźnika deficytu (*Monitoring zawodów deficytowych...*, 2015).

Według danych zgromadzonych przez Powiatowy Urząd Pracy w Gdyni, w ciągu ostatnich kilku lat wśród najbardziej deficytowych zawodów w mieście znajdowały się: spawacz metodą MAG, spawacz metodą TIG, tapicer meblowy, telemarketer, opiekun osoby starszej, kurier, pracownik przygotowujący posiłki fast food, pracownik centrum obsługi telefonicznej, operator obrabiarek sterowanych numerycznie, monter konstrukcji stalowych (*Monitoring zawodów deficytowych...*, 2015). Jak widać, obok osób bez szczególnego przygotowania (np. kurier, pracownik centrum obsługi telefonicznej) usilnie poszukiwani byli wysoko wykwalifikowani absolwenci szkół zawodowych (np. spawacze, operatorzy, monterzy). Stanowili oni tylko przykład zawodów deficytowych, których zakres w rzeczywistości jest znacznie większy i obejmuje profesje niezbędne zarówno w przemyśle, jak i w niektórych usługach (np. handel).

Grupę zawodów nadwyżkowych tworzyli natomiast przede wszystkim ekonomiści, specjaliści ds. stosunków międzynarodowych, architekci, specjaliści zastosowań informatyki, robotnicy magazynowi, technicy informatyki, specjaliści ochrony środowiska, asystenci prawni, specjaliści ds. finansów (*Monitoring zawodów deficytowych...*, 2015). W przeważającej większości obejmowała ona absolwentów szkół wyższych i średnich oraz policealnych, którzy corocznie licznie bez powodzenia zasilają rynek pracy w Gdyni.

Podsumowanie

Przemiany zapoczątkowane w systemie oświaty w Polsce na początku XXI w. odbiły wyraźne, aczkolwiek zróżnicowane regionalnie, piętno na lokalnych rynkach pracy. Sytuację obserwowaną w dużych miastach odzwierciedla przykład Gdyni.

Ukierunkowanie szkolnictwa na kształcenie ogólne, a następnie wyższe w powiązaniu z niżem demograficznym obejmującym najmłodsze pokolenie gdynian, w połowie drugiej dekady XXI w. skutkuje niedopasowaniami kwalifikacyjno-zawodowymi na rynku pracy. Jego główną cechą stało się przesycenie absolwentami studiów wyższych, zwłaszcza kierunków humanistycznych i społecznych, oraz coraz bardziej odczuwalny brak wykwalifikowanych kadr dla przemysłu i usług. Wraz z przechodzeniem na emerytury aktywnych obecnie zawodowo liczniejszych roczników ze starszych pokoleń deficyt ten będzie odczuwany coraz silniej. Obserwowana już teraz luka pokoleniowa jest pogłębianą przez motywowane wyższym wynagrodzeniem zagraniczne migracje zarobkowe młodych mieszkańców miasta mających poszukiwane kwalifikacje zawodowe (wyraźnie

uwidocznione np. w odniesieniu do spawaczy cienkich blach). Wymusza to na pracodawcach konieczność poszukiwania pracowników za granicą, np. na Ukrainie lub w Rosji.

Próbą powstrzymywania niekorzystnych trendów są zmiany wprowadzane w samym szkolnictwie zawodowym. Obejmowały one m.in. dostosowywanie struktury kierunków kształcenia do aktualnych potrzeb rynku oraz modernizację i unowocześnienie szkolnej bazy dydaktycznej (pracownie, warsztaty). Kluczowym elementem tych działań jest podejmowanie współpracy z przyszłymi pracodawcami, niosące korzyści dla obu stron. Jej przejawem jest tworzenie klas patronackich (np. przez Man Trucks and Bus Polska w zakresie kształcenia techników pojazdów samochodowych w Zespole Szkół Mechanicznych), możliwość odbycia praktyk zawodowych lub dofinansowanie modernizacji szkolnej infrastruktury przez współpracujące firmy (Pacuk i in., 2016). Najczęściej zapewniają one też miejsca pracy przyszłym absolwentom.

Nadwyżka absolwentów wyższych uczelni, uwidaczniająca się szczególnie w statystykach bezrobocia dotyczących najmłodszych zasobów pracy Gdyni, poza odzwierciedleniem niedopasowania struktury kształcenia do potrzeb rynku może też ukazywać brak lub niedostatki w edukacji przedsiębiorczości na tym poziomie. Nakłada się na to często bezkrytyczne, nadmiernie ambicjonalne podejmowanie decyzji o kształceniu ogólnym a następnie wyższym, niegwarantującym osiągnięcia satysfakcjonującej pozycji na rynku pracy, zwłaszcza w sytuacji, gdy kształcenie zawodowe nie zamyka drogi do studiowania.

Literatura

References

- Analiza potrzeb lokalnego rynku pracy wraz z identyfikacją jego głównych problemów.* (2016). Powiatowy Urząd Pracy w Gdyni. Pozyskano z: www.pup.gdynia.pl.
- Bank Danych Lokalnych. GUS (2016, 6 października). Pozyskano z: www.stat.gov.pl.
- Bezrobocie rejestrowane. I–IV kwartał 2015 r.* (2016). Warszawa: GUS. Pozyskano z: www.stat.gov.pl.
- Borowiec, M. (2011). Rola edukacji w procesach globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 296–307.
- Osiecka-Chojnacka, J. (2007). Szkolnictwo zawodowe wobec problemów rynku pracy. *Infos*, 16.
- Monitoring zawodów deficytowych i nadwyżkowych w Gdyni w 2014 r.* (2015). Powiatowy Urząd Pracy w Gdyni. Pozyskano z: www.pup.gdynia.pl.
- Pacuk, M., Anisiewicz, R., Czochoński, J., Kopeć, K., Połom, M., Michalski, T., Tarkowski, M. (2016). *Gdynia w Unii Europejskiej. Warunki życia*. Gdańsk–Pelplin: Uniwersytet Gdański, Wydawnictwo Bernardinum.
- Poczymańska, A., Pierwieniecka, R. (2016). Edukacja przedsiębiorczości w ramach kształcenia zawodowego a sytuacja jego absolwentów na rynku pracy. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 391–404.
- Przybylska, L., Michalski, T., Wendt, J.A., Dutkowski, M., Sypion-Dutkowska, N., Tarkowski, M., Pacuk, M., Połom, M. (2016). *Gdynia w Unii Europejskiej. Spójność społeczna i terytorialna*. Gdańsk–Pelplin: Uniwersytet Gdański, Wydawnictwo Bernardinum.
- Raport z wyników w województwie pomorskim. Narodowy Spis Powszechny Ludności i Mieszkań 2011* (2012). Gdańsk: Urząd Statystyczny w Gdańsku.
- Rocznik Statystyczny Gdyni 2001* (2001). Gdańsk: Urząd Statystyczny w Gdańsku.
- Rocznik Statystyczny Gdyni 2006* (2007). Gdańsk: Urząd Statystyczny w Gdańsku.
- Rocznik Statystyczny Gdyni 2011* (2012). Gdańsk: Urząd Statystyczny w Gdańsku.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2001* (2001). Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Stryjakiewicz, T. (2008). Rozwój sektora kreatywnego w regionach metropolitalnych. W: T. Stryjakiewicz, J. Parysek (red.). *Region społeczno-ekonomiczny i rozwój regionalny*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 105–119.

- Tarkowski, M., Palmowski, T., Kopeć, K., Wendt, J. (2016). *Gdynia w Unii Europejskiej. Konkurencyjność gospodarki*. Gdańsk–Pelplin: Uniwersytet Gdański, Wydawnictwo Bernardinum.
- Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy* (Dz. U. z 2004 r. nr 99, poz. 1001).
- Zioło, Z. (2011). Rola przedsiębiorczości w warunkach nasilających się procesów globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 10–23.
- Zioło, Z. (2016). Przedsiębiorczość w rozwoju układów lokalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 6–17.

Renata Anisiewicz, dr, adiunkt, Uniwersytet Gdański, Instytut Geografii, Katedra Geografii Rozwoju Regionalnego. Absolwentka studiów geograficznych na Uniwersytecie Gdańskim. Doktor nauk o Ziemi w zakresie geografii (Uniwersytet Gdański). Zainteresowania badawcze autorki obejmują geografie ludności i osadnictwa, geografie turystyczną oraz współpracę transgraniczną.

Renata Anisiewicz, PhD, University of Gdańsk, Institute of Geography, Department of Regional Development Geography. Graduated from University of Gdańsk with MS degree in geography, PhD in geography (University of Gdańsk). Her research interests include: population geography, geography of tourism, cross-border cooperation.

Adres/Address:

Uniwersytet Gdański
Instytut Geografii
Katedra Geografii Rozwoju Regionalnego
ul. Jana Bażyńskiego 4
80-309 Gdańsk, Poland
e-mail: geora@ug.edu.pl

SŁAWOMIR DOROCKI
Pedagogical University of Cracow, Poland

Spatial Differentiation of Educational Outcomes at Junior High and High School in the Region of Małopolska in a Historical Perspective

Abstract: the term “institution” refers to the collection of certain practices and principles that are part of everyday social life. This set of accepted norms and rules of behaviour in communities of different territorial units is usually associated with their history and institutions operating on their territory. Today it is believed that the relational and social capital primarily determine the potential economic development of a territorial unit. In the knowledge economy, particular attention is focused on qualified staff. Therefore, a robust and efficient educational system remains an essential element of economic development. Respect for science and knowledge in a given society, not only by its usefulness, is one of the conditions of its evolution. The region of Małopolska was deprived of universal primary education until the times of the Galician autonomy. The school allowed not only professional career but also ensured social advancement. Małopolska shows significant spatial variations at the level of education. Kraków has remained the strongest centre of education for centuries, with an extensive participation of Tarnów and Nowy Sącz. In spatial terms, better education was recorded in the north-west of the region and around Kraków. However, in recent years a noticeable growth of education in the peripheries has been observed. Examples include high schools located around Kraków, which is associated with sub-urbanisation and an increase in the quality of education in closed centres (e.g. Piekary), or local centres of education (e.g. Rabka-Zdrój). The largest increase in knowledge according to the Education Value Added occurs in schools located peripherally.

Keywords: education; exams; Galicia; Małopolska; neo-institution

Received: 3 October 2016

Accepted: 30 June 2017

Suggested citation:

Dorocki, S. (2017). Spatial Differentiation of Educational Outcomes at Junior High and High School in the Region of Małopolska in a Historical Perspective. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 439–456. DOI: 10.24917/20833296.13.33

Introduction

The term “new institutional economy” (NIE) was introduced to the specialist literature by O. E. Williamson. It assumes that economic, political and social phenomena cannot be analysed without taking into account the institutional environment. However, the very notion of “institutions” has not been clearly defined. “Institution” is a collection of individual practices and principles that are part of everyday social life. The set of adopted norms and rules of conduct in the communities of different territorial units are linked to their history. In the neo-institutional trend, the institution is understood as a set of standards that organise the lives of individuals whose rationality and stability of priorities does not necessarily meet the requirements of a rational choice (Nyćkowiak, 2013). At the core of the institution lie the prime factors of behaviours, codifications or rules, not necessarily sound, but well rooted in the community as a result of prolonged repetition. It includes the level of social optimism, education and social promotion criteria (Niedzielski, 2014). In general, the term “institution” refers to any element of social life that is part of its permanent structure. It is a set of more or less everyday practices and formalised elements of our social life (Pieliński, 2013).

The attempt to explain spatial differentiation in the level of scientific development is not possible without taking into account the institutional conditions of economic processes, and thus the differences between countries and regions at the level of introduced regulations and the culture and mentality of their inhabitants. Therefore, in recent years there has been an increase in interest in institutional economics, especially in the context of innovation and human capital differentiation (Firszt, 2009). Among the institutional factors influencing the level of development of the knowledge economy, we find an educational system that determines the level and profile of the qualification of citizens (and thus affects their functioning as producers and consumers), and cultural factors shaping the attitudes of people (Firszt, 2009; Kilar, 2008; Dorocki, Brzegowy, 2014). Informal institutions also play an indispensable role in stimulating progress. In this case, we can talk about norms influencing entrepreneurship in its broad sense. This comprehensive outlook on “entrepreneurial attitudes” includes above all: energy, perseverance, enthusiasm for work, initiative, creativity, world curiosity, confidence and self-confidence, self-discipline, willingness for risk-taking, and taking responsibility for themselves and others (Rachwał, 2005). It directly affects the social and economic development of territorial units of different tiers. The general level of effectiveness of entrepreneurial attitudes depends on the adherence to generally accepted norms and principles by society members, whether by individual axiological positions or by social pressure.

The historically shaped mentality in the region is a resource that can affect entrepreneurship of inhabitants regarding upgrading their qualifications. Raising pro-education awareness requires residents to need continuous education, which should be supported by a well-functioning system of elementary and higher education, as well as opportunities for lifelong learning (Jastrzębska, Lechwar, 2009). In the knowledge-based economy, particular attention is paid to the qualified staff dependent on the efficient educational system (Borowiec, Dorocki, 2011; Dorocki, 2013).

Social capital is a term introduced into sociological literature in the 1970s. The term is defined by P. Bourdieu (1985) as the sum of real and potential resources whose existence is made possible by the interactions between the participants of the network created by

more or less institutionalised relations. It includes individual entrepreneurship expressing life attitudes resulting from the ability to be entrepreneurial, having the spirit of initiative or resourcefulness (Piecuch 2010). Nowadays it is believed that it is precisely social and relational capital that determines the economic development potential of a given territorial unit (Cierniak-Szóstak 2006).

Therefore, the subject of the following considerations are features, both vested by the inhabitants of the area concerned and continually reproduced by them via upbringing in the given environment. The manifestation of entrepreneurial attitudes in pupils is the desire to increase knowledge, self-education (self-improvement), ambition and perseverance in pursuit of the goal, which affects school performance together with the abilities. The aim of the study is to investigate the sustainability of spatial structures of educational level in Małopolska concerning the so-called long-term duration. Due to the lack of data, there has been no compilation of behavioural and attitudinal characteristics in a given community with the achievement regarding pupils' school performance, limited to the analysis of the sustainability of the phenomenon, which may indicate the existence of certain institutional circumstances.

The study of determinants influencing the spatial differentiation and the quality of education in primary schools in Wrocław (Raczyk, Malinowska, 2011) were the main reasons for considering the spatial differentiation of educational level in a historical aspect in Małopolska. These studies have shown that the school potential of individual schools has not affected the level of pupil education. It was noted that students' results were most influenced by social factors – the environment of upbringing. With the above-presented assumptions in mind, an attempt was made to answer the question whether there is spatial variation in the level of education in the present Małopolskie Voivodeship and whether it can be referred to neo-institutional factors that exhibit high temporal stability. Therefore, the results of secondary and lower secondary school examinations for Małopolska schools were applied to the distribution of schools in the voivodeship at the beginning of the 20th century and the results of teaching at that time. Do the results of student achievement have a particular spatial structure in Małopolska and is it sustainable concerning the concept of long duration? the study included the mean values for the results of high and junior high school exams for the years 2015 and 2016 to exclude one-year variations. The study excluded home schooling, adult schools and high schools with under ten graduates (about 150 secondary schools and 140 vocational high schools were included). The study also did not include the additional subjects selected in the examinations because of the impossibility of making spatial comparisons of their results. The spatial analysis of the results was based on standardised data and weighted average values. In the case of junior high schools, this was the average of the standardised values (by mean and standard deviation) for the results of the Polish (oral and written) core exam, history and social studies, mathematics, natural sciences and average scores from the base level of the foreign languages exam. For the high school, a weighted average was calculated. It included standardised values for the participation in the positive Matura examinations, i.e. passing the exams (weight 20), the mean scores obtained in the exams – basic level (weight 30) and the average for the results of the Polish and mathematics exams (weight 50). The data was obtained from the website of the Regional Examination Board (Okręgowa Komisja Egzaminacyjna – OKE) in Kraków (www.oke.krakow.pl).

Development of education in Galicia during the Partitions

The development of people's (elementary) and secondary schools in Małopolska took place at the time of the Partitions and dated its development from the two provisions of the Emperor Francis Joseph of 1867. The first one, sanctioned by the National Law of 22 June and adopted by the Galician Sejm, referred to the language of instruction in community and high schools in the Kingdom of Galicia and Lodomeria with the Grand Duchy of Kraków. The second one was the proclamation of the emperor's order of 25 June, permitting the establishment of the National School Council for the Kingdom of Galicia and Lodomeria with the Grand Duchy of Kraków. However, five days before the official incorporation of Galicia into Austria in 1772, guidelines were drawn up to the development of Galician education (Röskau-Rydel, 1997: 371). All children between 6 and 12 years old were required to attend school for a minimum of 6 years. Four core subjects were taught at school: religion and morals, essential subjects: writing, reading and math, German language and introduction to Latin. Despite the many mistakes and attempts at Germanisation in people's schools, compulsory education apparently contributed to the development of modern society and the economic development of Galicia. As early as in 1828, it was pointed out that in addition to the existence of academic establishments, schools for primary education and real schools for the merchants in Lvov and Brody, Galicia lacked technical, economic and medical schools resulting in the lack of "useful" people (Łoziński, 1905: 80). In 1805 the universal education system was replaced by the political constitution of German schools in the Imperial-Royal hereditary countries (Röskau-Rydel, 2011). These conversions mainly concerned changes in the qualifications for teachers and the education of children who were no longer under compulsory schooling (over ten years). It should be emphasised that in the case of both the Polish and Ukrainian populations educational activities brought poor results, as evidenced by high levels of illiteracy. In 1904, the Viennese government allocated 17.8% of the appropriate budget line to the Galician education, while the population of Galicia constituted 26% of the total population of the Empire. However, in comparison with the Russian and Prussian partitions, education in Galicia was highly autonomous and continued its development.

Secondary and higher education remained the deciding factor in shaping human capital. The predominant type of secondary schools in Galicia was the junior high school (gymnasium), six-class until 1848, extended in successive years to eight classes (Kudła, 2005). The junior high school was divided into lower and higher schools, each of which comprised four classes preparing pupils for further study at colleges. Junior high education was limited to the major cities only. The location of junior high schools was dependent on the communication accessibility, especially the railway line. As noted by Kudła (2005), the top education rate in western Galicia was due to a higher level of education at the level of people's schools, but also resulted from the fact that about 70% of high school pupils were Poles. Meanwhile, the attractiveness of junior high schools located in major cities was due to their reputation, as well as the possibility of giving private lessons by poor pupils of higher grades. The L'viv centre with eight junior high schools was the largest centre of secondary education in Galicia. Only Kraków with five junior high schools could compete with it. At the beginning of the academic year 1912/1913, Kraków had 3,143 pupils (9.6% of 32,886 in education in 62 Galician establishments) in five institutions and their branches. At the same time, in the eight schools of Lviv, there were

6,085 pupils (18.5% of those in education in Galicia) (Siudut, 2013). Junior high schools differed in both the level of teaching and the structure of the pupils, among which, as the rural population was getting richer (which was also the result of increasing transatlantic migration to America and seasonal emigration to Western Europe), there was a noticeable increase in the share of this social class. The recruitment of teachers to junior high school was based on the competition after graduation. Eventually, the decision to allocate the workplaces was made by the Emperor (Röskau-Rydel, 2011). Among teachers of junior high schools and people's schools were many Poles.

The data for schools during the Galician autonomy was taken from the reports of the Imperial-Royal National School Council. These were the Report of the Imperial-Royal National School Board on the state of public upbringing in the 1901/1902 school year (1902), and the Report of the Imperial-Royal National School Board on the situation of the high schools in Galicia in the academic year 1900/1901 (1901).

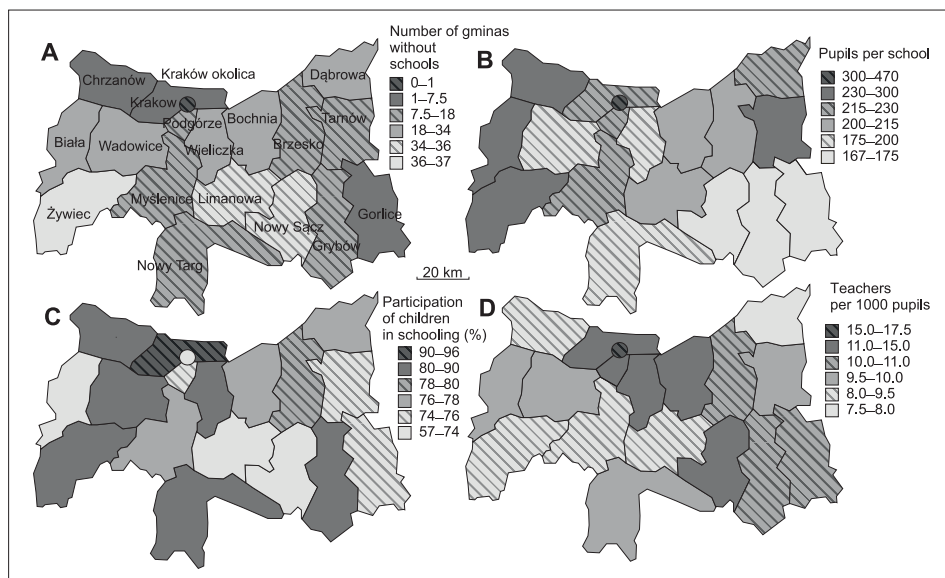
Education in Małopolska at the beginning of the 20th century

Subsequently, an attempt was made to demonstrate the level of education in Małopolska at the beginning of the 20th century, when education became universal. Education in Małopolska, as noted above, occurred at two levels: elementary (people's) and junior high (secondary).

By analysing the variation in the conditions of primary education, we can see that there were striking disproportions in the area of Małopolska a hundred years ago. As for the availability of people's schools (909 schools), the best situation was in Kraków itself and the gminas located to the north of the city, i.e. Kraków Vicinity and Chrzanów, and in the Gorlice Powiat in the eastern part of the voivodeship (Fig. 1A). In the case of the number of pupils per school, the distribution shows high intensity of students in the western part of the voivodeship, as well as in Kraków and Tarnów (Fig. 1B). These were mainly large schools, while in the south-eastern region of Małopolska schools were on average smaller by half. In general, the share of children in education was between 57% and 96% for all the Małopolska poviats (Fig. 1C). The highest proportion of students was recorded in the suburbs of Kraków (Kraków Vicinity). This share was more than 95% of children in the education system (95.7% in daily learning and 93.1% in supplementary learning), while in Kraków this share was only 58.7% (78.4% in daily learning and 22.7% in supplementary learning). Saturation with teaching staff was also recorded in the Kraków region and Nowy Sącz (Fig. 1D). The indicator of the number of teachers per 1,000 pupils was highest in Kraków – 17, followed by 14 in Podgórze and 13 in Wieliczka and Nowy Sącz.

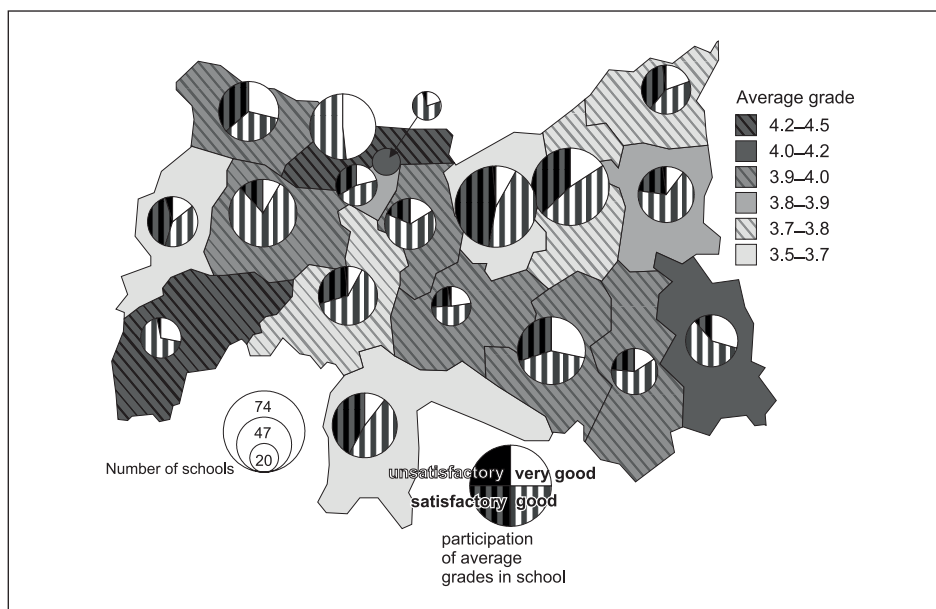
Also, the results of primary education in 1902 in Małopolska were very diverse. The pupils obtained the best average results in the poviats of Kraków Vicinity, Żywiec, Gorlice and Kraków (Fig. 2). And so in the powiat of the Kraków Vicinity, the pupils of 58 schools received an average grade of 4.5. In the Żywiec Powiat – 32 schools – the average grade was 4.25. In Gorlice, students of 58 schools received an average grade of 4.2, and in Kraków itself, where 20 people's schools were located, their pupils received an average grade of 4.1. At that time the Gorlice and Żywiec Poviats remained the most economically developed regions of Western Galicia. In the case of Gorlice, it was the oil industry, while in Żywiec the metal industry. High grades in the powiat of Kraków Vicinity and Kraków

Fig. 1. Diversification of the conditions of education in people's schools in the area of the then Małopolska Voivodeship in the school year 1901/1902 by poviats



Source: own work based on the *Report of the Imperial-Royal National School Board on the state of public upbringing in the 1901/1902 school year* (1902)

Fig. 2. Diversification of the conditions of education in people's schools in the present-day Małopolskie Voivodeship in the school year 1901/1902 broken down into the then poviats



Source: own work based on the *Report of the Imperial-Royal National School Board on the state of public upbringing in the 1901/1902 school year* (1902)

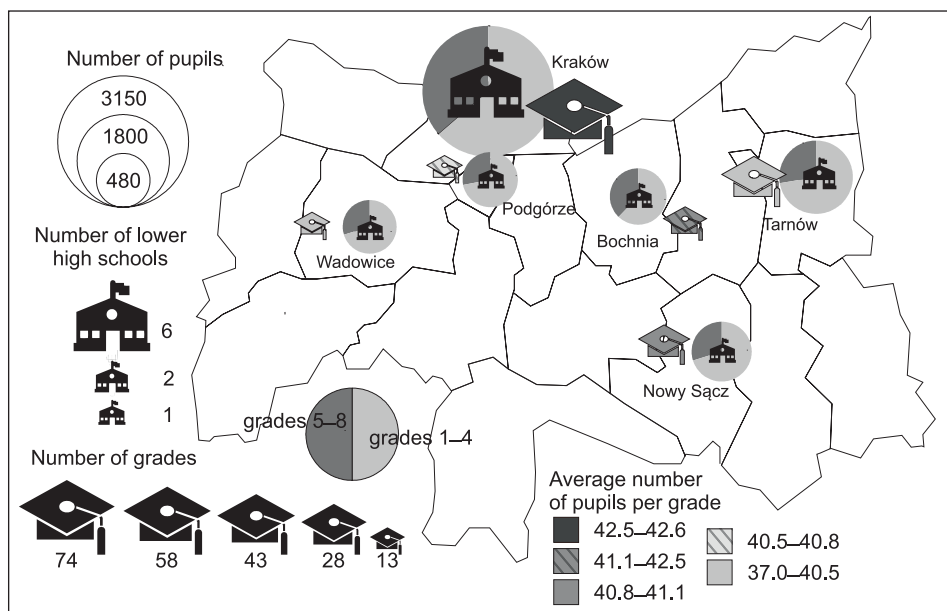
itself may have been caused by the fact that compulsory primary education (compulsory schooling) was already functioning there at the times of the Kraków Republic/Free City of Kraków. By the act of the statute of 1817, a School Fund was established and implemented in a top-down process. Moreover, the General Supervision of Initial Schools in Kraków was established. These actions ensured the efficient organisation of schools regardless of the wealth of the village and how many tuition fees were actually paid.

In the case of junior high schools at the beginning of the 20th century, it should be noted that they were located only in the largest cities of Western Galicia. Also, in their case, we can presume the level of education was diverse (Fig. 3). It is evidenced by the notes by E. Romer, who in the published memoirs mentions the Junior High School in Nowy Sącz as a “punitive” school for teachers, since those who were directed there were poor, which resulted in low education level (Romer, 1988).

When analysing the diversity of secondary education, junior high schools (gymnasiums) and real schools were combined. In Małopolska at that time there were 13 junior high schools and three real schools – two in Kraków and one in Tarnów. These schools, unlike the humanistic gymnasiums, had a greater share of Mathematics and Natural Sciences (the so-called real ones), and in their curricula they took more into account the efficient preparation of pupils for life and work.

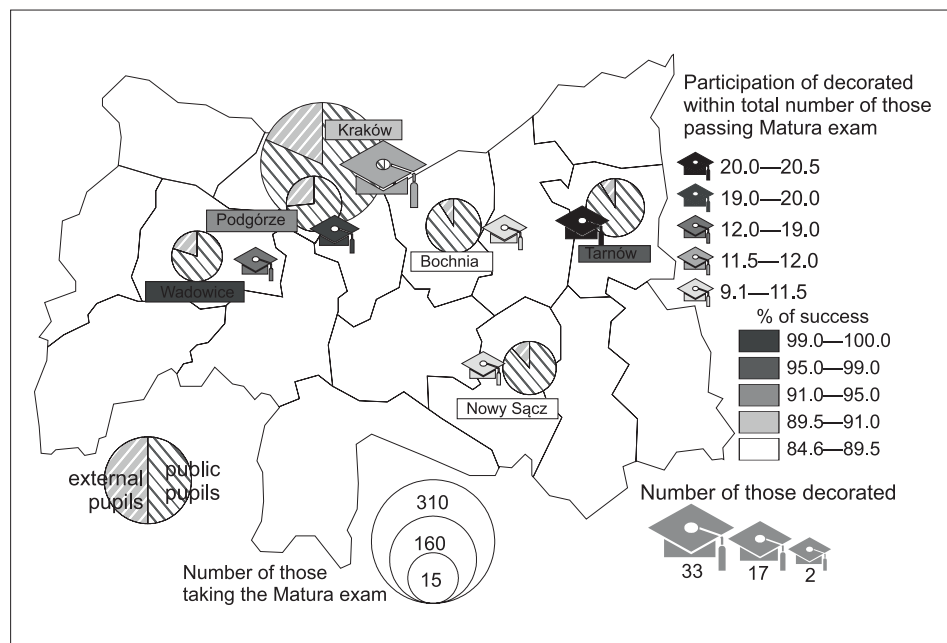
Kraków with its six junior high schools was the biggest centre of such education. Besides Bochnia, where pupils of the older classes (5 to 8) accounted for 37.8% of the total number of students, Kraków also had one of the highest shares of older pupils in Western Galicia (36.4%). In other centres, this proportion was lower than 30%, which was a sign

Fig. 3. Junior high and real schools in the area of the modern-day Małopolskie Voivodeship in the school year 1900/1901



Source: own work based on the *Report of the Imperial-Royal National School Board on the state of the high schools in Galicia in the school year 1900/1901* (1901)

Fig. 4. Number of pupils taking the Matura final exam in schools in the modern-day Małopolskie Voivodeship in the school year 1900/1901 and the share of those decorated



Source: own work based on the *Report of the Imperial-Royal National School Board on the state of the high schools in Galicia in the school year 1900/1901* (1901)

of the lack of interest in continuing education for most of their pupils. Kraków also had the largest schools, with an average of 42.6 pupils per class, while in Bochnia it was 41.1 and in Nowy Sącz 40.8 students.

However, regarding the results of the Matura exam, the data for the whole of Kraków were worse than for other towns (Fig. 4). The reason for that was the fact that although Kraków had schools with the highest number of decorated pupils (I Gymnasium of St. Anna – 24.4%, II Gymnasium of St. Jack – 23.7%), the city also had schools with much worse results. That is why high results for the gymnasiums in Tarnów (26.7%) and Podgórze (23.6%) influenced the recognition of these places in the ranking of schools in Małopolska (Fig. 9). Also concerning the Matura success, values of 95.6% for Tarnów and 91.2% for Podgórze placed these schools at the top of the ranking in Małopolska (the highest score was achieved by Wadowice – 100%). On the other hand, the worst results were recorded in junior high in Nowy Sącz with only 9% of decorated students and 84.6% of graduates.

It should be noted that home-schooled extramural pupils showed a noticeably high participation among those taking the Matura exam. In large part, these were women who, despite the existence of girl schools, were discriminated against in the education system. Also, the academic staff of junior high schools, as well as real schools, was strongly connected with educational institutions. Classes were taught by university lecturers and scientists associated with the Academy of Learning, which influenced high education level.

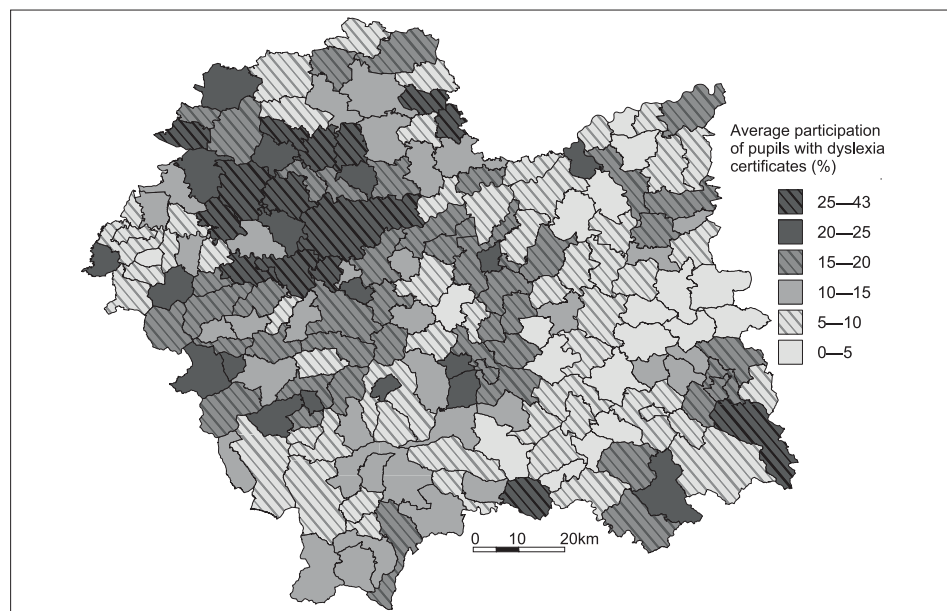
Spatial variation of the education standard in Małopolska in the years 2015–2016

By adhering to the analysis of contemporary educational differentiation in the Małopolskie Voivodeship, the factors determining the level of education should be taken into account. Usually, studies consider many variables which affect the school success of pupils. These may be objective factors, such as the number of students per class, availability of extracurricular activities (mainly extra courses for disadvantaged students and additional activities for gifted pupils), place of residence and parental wealth, which affect access to out-of-school educational services, the age of students, etc. (Krispin, 2015). However, it seems that the decisive factor in the analysis of student achievement are the so-called soft factors associated with the values of the pupils and their parents. The awareness of the need to improve knowledge and the patterns of pro-educational behaviour affect the individual attitudes and decisions of students and their parents. It is the perception of the role of education and learning regarding recognised life success criteria and the ability to achieve financial satisfaction (professional success) influence engagement in the learning process. Individual attitudes, such as ambitions and personal predispositions, should also be taken into account. It is assumed that all these different characteristics have a normal distribution and are proportionately represented in all the centres, mainly concerning primarily schooling, which is heavily influenced by zoning. On the other hand, in the case of secondary education, the process of concentration of pupils with higher potential in centres with high positions in school rankings will be observed (in about 40% of cases students commute to high schools).

As an exemplification of the diversity of educational potential in Małopolska concerning the intellectual capacity and ability of students, the variety of participation of dyslexic pupils can be used (Fig. 5). The level of dyslexia as measured by the share of students taking junior high school exams in the years 2015–2016 was very different regarding individual gminas and schools. In general, there is a high concentration of people with a disability certificate in the Kraków agglomeration, as well as in western and southern gminas (over 25% of those taking the exam). The largest share was recorded in major cities in non-public and profiled schools mainly related to arts (such as fine arts) and Catholic schools, where the percentage of pupils with dyslexia was close to 100%. of course, such a high proportion of students with disability certificate is, on the one hand, the specificity of non-public schools, which attract students with learning disabilities with better conditions (e.g. The small number of pupils per class, individual approach to the student, extracurricular activities, etc.).

Similarly, in the case of art schools, there is a belief that these institutions have a more flexible approach to learning than other types of schools, with greater emphasis on the development of pupils' talents. Besides, a high proportion of dyslexic pupils in major cities and the agglomeration area may indicate better access to professionals. In general, apart from small schools where even a few dyslexia cases result in a significant proportion of such pupils in the total number of those examined (e.g. Raclawice 42.3%, Bukowno 37.5%, Sękowa 26.6%), the largest percentage is evidenced – besides Kraków (31.4%) – in its neighbouring gminas (Alwernia, Skała, Mogilany, Krzeszowice, Zabierzów, Skawina). Distribution of pupils with reduced requirements correlates at a very low level ($r = 0.26$) with the average score received at the junior high school exam. It appears therefore that,

Fig. 5. Average participation of students with dyslexia certificate among the students taking the junior high school exam in the years 2015 and 2016 in the Małopolska Voivodeship



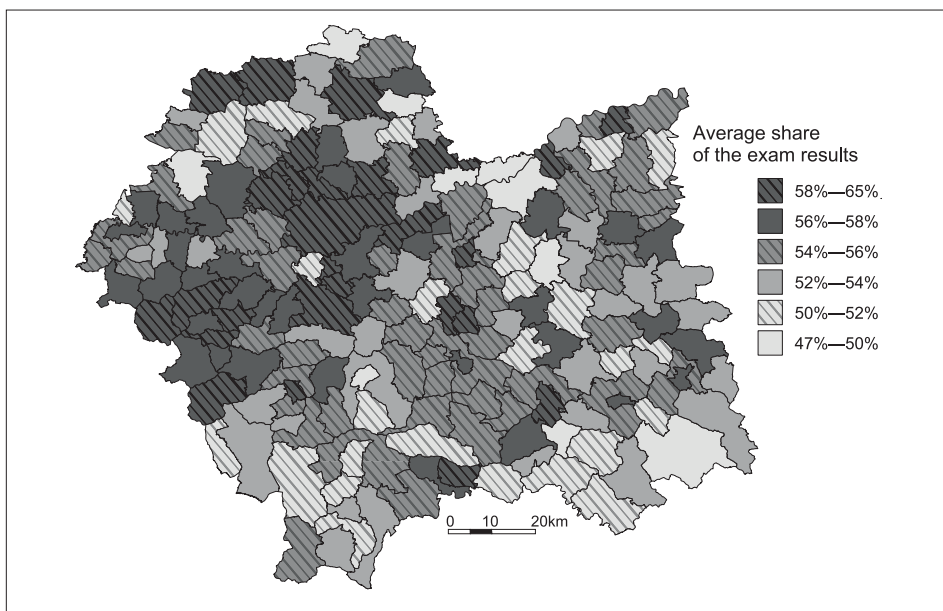
Source: own work based on the OKE Kraków data

despite the existence of unitary cases affecting the level of education, it is possible to generalise the results of education based on the results of the examinations in junior high and high schools, taking into account these individual factors in the analysis.

If differentiation of education level is considered, the results of junior high education were firstly examined, which as a consequence of the reform in 1999 fulfilled the requirements of spatial accessibility for all pupils, also for the youth from peripheral areas (mainly rural areas). Besides, due to the specialisation of learning, pupils can develop their interests through the development of profiled classes (related to pedagogical innovations). These schools are the first stage in the differentiation of the teaching level with their general availability. It is particularly evident in the case of lower secondary acting independently, rather than in the case of small high schools combined with primary schools. It is evidenced by the average results of the junior high school exams received by independent schools and those in the school complexes. However, it has to be emphasised that in most cases the level of the class is decided by its staff and efficient management. It is because behind every student's success there is always a human, not institution.

Thus, when analysing the average share of awarded points, the highest values were received by gminas located in the north-western part of the voivodeship (Fig. 6). Junior high schools, which achieved the result of over 70% were in most cases located in Kraków (over 80% of schools) and other big cities like Nowy Sącz and Tarnów (one school each). However, in the major cities, there are also schools that achieved poor results. Therefore, taking into account the average results for entire gminas, besides cities (e.g. Bochnia, Jordanów, Nowy Sącz, Kraków >60%), rural gminas of Zielonki, Krościenko nad Dunajcem, Zabierzów, Niepołomice, Stryszów and Zembrzyce also received high results.

Fig. 6. The average share of points on the junior high school exam in the years 2015 and 2016 in the Małopolskie Voivodeship



Source: own work based on the OKE Kraków data

In most cases, these were the gminas within the agglomeration of Kraków participating in the process of suburbanisation. According to researchers, the so-called new suburbanisation (Frey, 2002) includes a large proportion of middle-class people with higher education, including academics (Howley et al., 2005; Kontuly, Tammaru, 2006; Kurek. Gałka, Wójtowicz, 2015). Therefore, with the intensification of migratory processes from large agglomerations, the “brain drain” of their inhabitants is first, and the educational problems in peripheral regions of cities are increasing (Czapiewski, Janc, 2012; Runge, 2015). Changes in the social structure of pupils, on the one hand, affect the growth of educational opportunities in rural schools but also increase the demand for knowledge-based services. Therefore, in suburban areas, we notice in recent years the rapid expansion of private educational institutions (kindergartens, primary schools, lower secondary). As a result of this process, there is also a greater variation in the level of education in cities (there are high-performing institutions and those in which the results of school tests are found at the end of the ranking). Also, in the towns where there are a few junior high schools, there may be a situation of intense polarisation of learning outcomes, which results from the selection of students in the recruitment process. Suburbanisation, therefore, influences not only the social structure of suburban areas but also the social capital of these regions.

In Kraków, the difference of points received by particular schools was quite large. On the other hand, in the case of gminas, it averaged about 10% with the sustainability of the spatial structure. Compared with the 2015 results, in 2016 almost all voivodeship gminas recorded an increase, with the highest values in the gminas north of Kraków, and around the major cities, as well as in the western Małopolska gminas.

Due to the differences in the average level of scores received in the junior high school tests in 2015 and 2016, the results were standardised against the mean and standard deviation. According to the indicator, in the area of Małopolska it is possible to distinguish distinct centres of higher values. It is mainly the agglomeration of Kraków and the area of adjacent gminas, such as Zielonki, Niepołomice and Zabierzów (Fig. 7). The high values recorded in the junior high schools located here result from greater access to extracurricular education. It includes proximity to institutions of higher learning that organise activities for children and young people, e.g. University for children, numerous cultural and art institutions, courses and trainings, libraries, as well as the availability of home schooling – tutoring offered by college students. They are also the effect of the increasing role of education in life connected with the process of suburbanisation and lifestyle changes, especially in suburban areas (Mrozik, 2013). Other centres with a high index are the towns of Krościenko nad Dunajcem, Bochnia, Nowy Sącz and Jordanów. These localities differ significantly in size and function. Therefore, it seems that the influential factors included organisation of school teaching (e.g. extra classes to help weaker pupils, educational pathways), social values and learning traditions (Zborowski, Chaberko, Kretowicz, 2011).

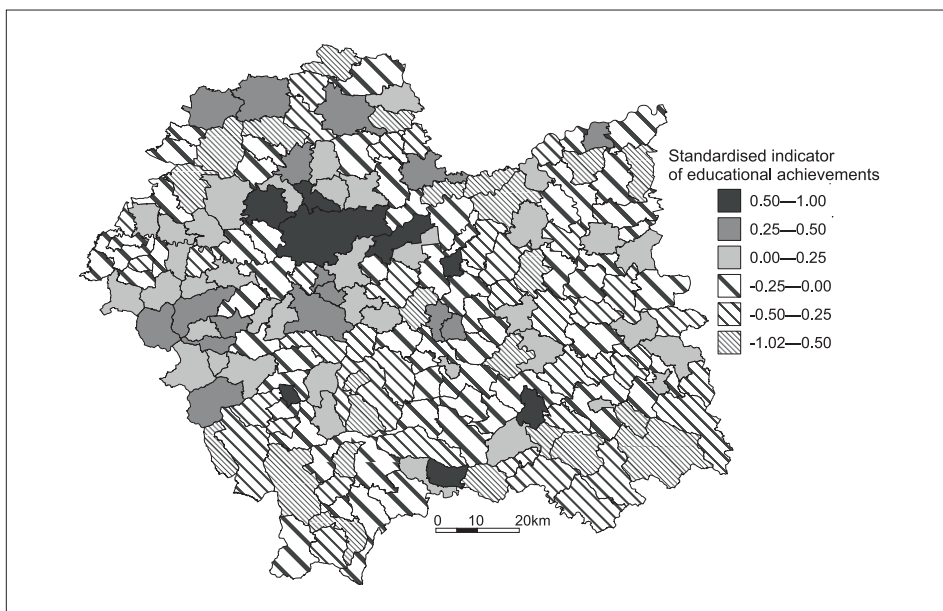
In general, differences in the level of results between the east and west of the voivodeship can be noted. Higher standardised results of examinations are held by the gminas of western Małopolska, especially the Andrychów and Wadowice regions, which historically exhibited the highest level of economic development and the fastest industrialisation. Later, the area was strongly linked with the economically developed region of Silesia.

The variation in the standardised results for individual schools did not exceed 16% of the coefficient of variation. The highest values of the coefficient of variation were recorded in the main cities such as Kraków and Tarnów, and smaller ones such as Nowy Targ, Zakopane and Mszana Dolna. High values of coefficients of variation of the results were also found in the industrial gminas of western Małopolska: Skawina, Trzebinia and Olkusz.

The next step of the research included the study into the level of learning based on the results of the Matura examination. The analysis covered 152 high schools and 140 technical schools. The study excluded the schools with a small number of graduates (under 11 students), as well as special-needs schools and adult institutions. High schools show an uneven distribution in Małopolska. The city of Kraków is home to about 48% of high schools and 60% of high school graduates. The next one is Tarnów (14% and 19% respectively) and Nowy Sącz (10% and 15%). However, taking into account the number of graduates per 100 people aged 5–20, the indicators for these centres are not the highest in the voivodeship; for Tarnów it is 10, Nowy Sącz – 9 and Kraków – 5. In the peripheral centre, however, these values exceed 20 people in the case of Kalwaria Zebrzydowska. Also, centres such as Zakliczyn, Limanowa, Myślenice, Biecz, Sucha Beskidzka, Olkusz, Grybów, Wadowice and Rabka-Zdrój perform important educational functions for the neighbouring areas (over ten high school graduates per 100 people aged 5–20).

When analysing the variation in the level of education, it is important to take into account the current “brain drain” in local education centres. Although Kraków, Nowy Sącz and Tarnów attract students from almost the entire region, this process is limited and covers only individuals. An important factor in choosing a high school is the distance

Fig. 7. Standardised indicator of the results of junior high school exams in the years 2015 and 2016 in the Małopolskie Voivodeship



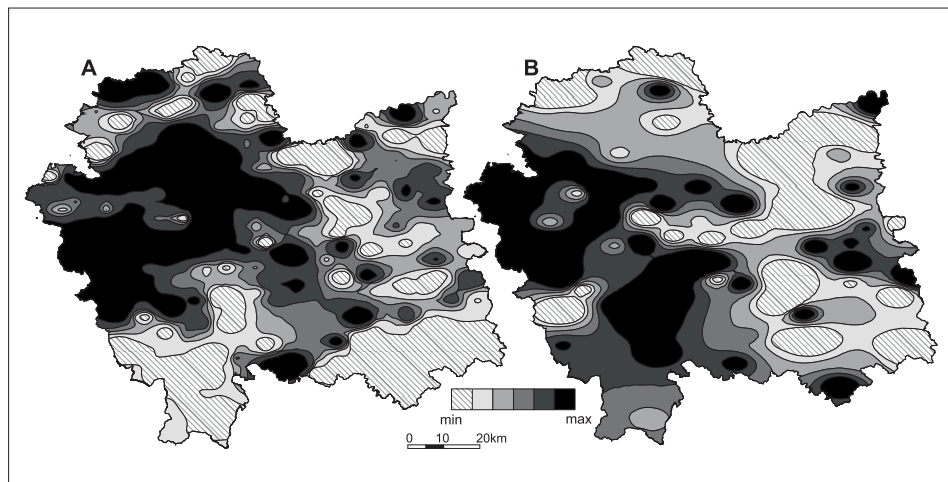
Source: own work based on the OKE Kraków data

from the place of residence, which allows zoning of the level of education with a link to local social capital.

In the case of technical schools, the differentiation is no longer as significant as in high schools, although Kraków is also dominant (about 20% of both schools and graduates). In Tarnów and Nowy Sącz, these values are 8% for high school graduates and 6% of the number of schools. In other cases, this value is 1%. In this case, peripheral centres such as Nowy Targ, Limanowa, Bochnia and Myślenice are also of great importance.

The analysis was based on the developed indicator of the level of education, which, based on standardised values, included: the share of high school graduations, the average value of results in compulsory subjects and the total value of the points earned on the Matura exam. By analysing the obtained results, the dominance of “elite” high schools is apparent. These are primarily high-level institutions (including high school leagues where teaching staff are made up of university cadres), and non-public schools, including centres run by religious associations, whose financial capacity allows them to attract talented but poorer youth. That is why the best schools are concentrated in major cities (Kraków, Tarnów, Nowy Sącz), but also in their neighbourhood, for example, the school in Piekary in the gmina of Liszki near Kraków. These schools attract talented young people who have high marks in junior high school exams. However, in addition to these elite establishments in the major cities, there are schools, including technical ones, where Matura grades classify them at the end of the Małopolska school ranking. In smaller centres, however, minor variations in exam scores and higher overall average scores for high school exams than in the major cities are noticeable. Therefore, in the ranking of gminas the first places are not taken by the most major cities, but small centres such as Liszki

Fig. 8. Model of differentiation of standardised values of junior high (A) and high (B) school exam scores in the years 2015 and 2016 in the Małopolskie Voivodeship



Source: own work based on the OKE Kraków data.

(with the school in Piekary), Biecz, Muszyna, Andrychów, Ciężkowice, Tuchów, Sucha Beskidzka, Kety, Rabka-Zdrój, Bochnia, Wadowice, Jordanów and Wieliczka.

It should be noted that although the level of education is related to the size of the centre, it is not a determinant of the level of the Matura exam results. Peripheral centres, in comparison with other institutions in the voivodeship, achieve lower Matura scores, but they are characterised by higher “educational productivity”. It is evidenced by the indicator of educational added value (EAV). The greatest increase in knowledge in high school was recorded between 2013 and 2015 in schools located outside major cities, such as Libiąż, Rabka-Zdrój and Wadowice. The level of education is influenced by family traditions, employment structure or personal aspirations. According to the model based on the potential of gminas and taking into account the interpolation of the indicator of the results of junior high and high school examinations in the years 2015 and 2016, higher values in the western part of the voivodeship can be noted (Fig. 8).

Conclusions

Summing up the considerations on spatial variation in the level of education in Małopolskie Voivodeship, the differences in the effects of post-primary education in this area are confirmed. In Małopolska, regarding achievements in junior high and high schools, the Kraków region, comprising Kraków and suburban gminas, is distinguished. As a result of suburbanisation, the level of education in junior high schools in rural areas in the Kraków agglomeration area increases. At the same time, the process of differentiating the level of education is visible in Kraków itself. Besides outstanding schools, there are schools with poor learning outcomes. Outside the Kraków region, the higher education indicators are recorded by major cities (e.g. Tarnów, Nowy Sącz) and western Małopolska. It is mainly related to the level of economic development and accessibility to educational infrastructure. School cooperation with higher education institutions and highly

qualified teachers are of particular importance. The process of shaping regional (local) educational centres, which can compete with Kraków schools, is also noticeable. These are both junior high schools and high schools, which, thanks to their traditions or financial and human resources, attract talented youth. Examples may be the high schools in Piekary or Rabka-Zdrój.

It seems that an important element influencing the shaping of the modern educational structure of Małopolska is the level of social capital shaped in large part in historical times. Current processes, such as migration, overlap cultural determinants and past educational policies. As indicated in the presented text, more than one hundred years ago, in the area of present Małopolska, there were differences in the educational outcomes, to which modern educational structures greatly relate. It should be remembered that many elite high schools in Małopolska have their roots in Galician junior high schools and real schools.

On the one hand, this historical spatial stability in the educational structures of Małopolska results from the need for stability and sustainability of this infrastructure, but also from the time required for the development of relevant education processes and mechanisms. As one of the great advocates of the development of education prof. J. Dietl said: "The money you spend on education is not spent, it is only loaned because education is the most responsible debtor, education that gives birth to freedom, morality and prosperity will pay us money back with usury" (Niemiec, 1939: 16). It is, therefore, to be agreed with the Professor that the development and status of education, even at the lowest level, affects not only the general knowledge of the society but also its moral attitudes. Both at present and in the past, the educational system conditioned citizens' views. Thus shaping entrepreneurial attitudes in the past, through institutional factors, in many cases influences present picture of the level of education in Małopolska. It is hoped that both the enormous efforts of appropriately qualified teachers, supported by responsible education policy of local and state authorities, as well as values passed from generation to generation in local communities, in the coming years will bring the levelling of education standards in Małopolska, with its overall growth.

References

- Borowiec, M., Dorocki, S. (2011). Rola kapitału ludzkiego w procesie kształtowania innowacyjności układów regionalnych Francji. W: B. Namysław (red.), *Przekształcenia regionalnych struktur funkcjonalno-przestrzennych*, Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, 19, t. 1. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski, 215–230. [*The role of human capital in the process of shaping the innovation of regional systems in France.*]
- Bourdieu P. (1986). The Forms of Capital. In: J. Richardson (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology and Education*, New York: Greenwood.
- Bartkowski J. (2007). Kapitał społeczny i jego oddziaływanie na rozwój w ujęciu socjologicznym. W: M. Herbst (red.), *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionalny*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, 54–92. [*Social capital and its influence on the development in a sociological perspective.*]
- Cierniak-Szóstak, E. (2006). Kapitał społeczny w opisach transformacji gospodarczej. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 712, 23–38. [*Social capital in the descriptions of economic transformation.*]
- Czapiewski, K.Ł., Janc, K. (2012). Dostępność do edukacji, jakość kształcenia i poziom wykształcenia mieszkańców a struktura funkcjonalna gmin województwa mazowieckiego. *Mazowsze Studia*

- Regionalne*, 10, 33–52. [Accessibility and quality of education, and the education level of the inhabitants vs the functional structure of the gminas of the Mazowieckie Voivodeship.]
- Dolata, R. (2007). Edukacyjna wartość dodana jako metoda oceny efektywności nauczania na podstawie wyników egzaminów zewnętrznych. Warszawa: Centralna Komisja Edukacyjna. [Educational added value as a method of assessing teaching effectiveness based on the results of external examinations.]
- Dorocki, S. (2013). Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju społeczeństwa informatycznego w Polsce. *Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego*, 27 [Spatial diversification of the development of the information society in Poland.]
- Dorocki, S., Brzegowy, P. (2014). Uwarunkowania przestrzennego zróżnicowania postaw przedsiębiorczych we Francji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 148–163. [The determinants of spatial differentiation of entrepreneurial attitudes in France.]
- Firszt, D. (2009). Instytucjonalne uwarunkowania innowacyjności gospodarki. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 15, 75–93. [Institutional determinants of economic innovation.]
- Frey, W.H. (2002). The new suburbanization. *American Enterprise*, 13(3), 43.
- Howley, A., Carnes, M., Eldridge, A., Huber, D., Lado, L.M., Kotler, R., Turner, M. (2005). The poor little rich district: the effects of suburbanization on a rural school and community. *Journal of Research in Rural Education*, 20(9).
- Jastrzębska, W., Lechwar, M. (2009). Instytucjonalne uwarunkowania rozwoju lokalnego – wybrane aspekty. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 15, 177–187. [Institutional determinants of local development – selected aspects.]
- Kilar, W. (2008). Zatrudnienie w działalności badawczej i rozwojowej jako czynnik rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 4, 60–69. [Employment in research and development as a factor in the development of a knowledge-based economy.]
- Kontuly, T., Tammaru, T. (2006). Population Subgroups Responsible for New Urbanization and Suburbanization in Estonia. *European Urban and Regional Studies*, 13(4), 319–336. DOI: 10.1177/0969776406065435.
- Krispin, D. (2015). Wpływ rejonizacji na poziom kształcenia w publicznych szkołach podstawowych w Bydgoszczy. *Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy*, 8, 435–453. [Influence of zoning on the level of education in public primary schools in Bydgoszcz.]
- Kudła, L. (2005). Gimnazjaliści galicyjscy doby autonomicznej. Charakterystyka społeczności. *Annales Academiae Pedagogicae Cracoviensis. Studia Historica*, 4, 97–114. [Galician junior high school students during the Autonomy. Characteristics of the community.]
- Kurek, S., Galka, J., Wójtowicz, M. (2015). Wpływ procesów suburbanizacji na przemiany demograficzne krakowskiego obszaru metropolitalnego. *Studia Ekonomiczne*, 223, 206–222. [The impact of suburbanisation processes on the demographic transition of the Kraków metropolitan area.]
- Łoziński, B. (1905). *Galicyjski Sejm Stanowy (1817–1845)*. Lwów: nakładem Księgarni H. Altenberga.
- Mrozik, K. (2013). Zmiany jakości życia mieszkańców w gminie wiejskiej podlegającej suburbanizacji. *Gospodarka przestrzenna. Uwarunkowania ekonomiczne, prawne i samorządowe*, 320, 91–101. [Changes in the quality of life of the inhabitants of a suburban rural gmina.]
- Niedzielski, E. (2014). Poziom i uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości gospodarczej. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, 16(1), 53–157. [Level and determinants of the development of business entrepreneurship.]
- Niemiec, Z. (1939). Krajowy związek nauczycielstwa ludowego w Galicji (1905–1919). W: *Szkice z dziejów Związku Nauczycielstwa Polskiego*. Warszawa: Związek Nauczycielstwa Polskiego, 13–52. [National Association of Folk Teachers in Galicia (1905–1919).]
- Nyckowiak, J. (2013). Perspektywa neoinstytucjonalna w analizach przebiegu karier politycznych. *Acta Universitatis Lodzensis, Folia Sociologica*, 46, 75–87. [Neoinstitutional perspective on the analysis of the course of political careers.]

- Piecuch, T. (2010). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*. Warszawa: Wyd. C.H. Beck. [Entrepreneurship. Theoretical Foundations.]
- Pieliński, B. (2013). Instytucjonalizmy a polityka społeczna. *Problemy Polityki Społecznej. Studia i Dyskusje*, 22(3), 25–43. [Institutionalism and social policy.]
- Rachwał, T. (2005). Kształtowanie postaw uczniów na lekcjach podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 137–144. [Shaping students' attitudes in lessons of basics of entrepreneurship.]
- Raczyk, A., Malinowska, M. (2011). Zróżnicowanie efektywności kształcenia na poziomie podstawowym w przestrzeni miejskiej – przykład Wrocławia. W: B. Namysłak (red.), *Przekształcenia regionalnych struktur funkcjonalno-przestrzennych*, t. 1, 19, 231–242. [Differentiation of primary education effectiveness in urban space – the example of Wrocław.]
- Romer, E. (1988). *Pamiętniki: problemy sumienia i wiary*. Kraków: Znak. [Diaries: problems of conscience and faith.]
- Rosińska, M. (2008). Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa w oparciu o teorie instytucjonalne – koncepcja „instytucjonalizmu organizacyjnego przedsiębiorstw”. *Acta Universitatis Lodzensis Folia Oeconomica*, 221, 257–275. [An economic analysis of an enterprise based on institutional theories – the concept of “organisational institutionalism of enterprises”.]
- Röskau-Rydel, I. (1997). Rozwój szkolnictwa ludowego we Lwowie w latach 1772–1848. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego 1195. Prace Historyczne*, 121, 371–389. [Development of folk education in Lviv in 1772–1848.]
- Röskau-Rydel, I. (2011). *Niemiecko-austriackie rodziny urzędnicze w Galicji 1772–1918. Kariery zawodowe – środowisko – akulturacja i asymilacja*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego. [German-Austrian clerical family in Galicia 1772–1918. Career – environment – acculturation and assimilation.]
- Runge, J. (2015). Regionalne i lokalne konsekwencje współczesnych przemian demograficznych Polski – elementy metodologii badań. Przykład województwa śląskiego. *Studia Ekonomiczne*, 223, 279–289. [Regional and local consequences of contemporary demographic change in Poland – elements of research methodology. An example of the Śląskie Voivodeship.]
- Siudut, G. (2013). Cesarsko-królewskie gimnazja państwowe miasta Lwowa na drodze transformacji w gimnazja państwowe Polski Niepodległej 1914–1922. *Biuletyn Biblioteki Jagiellońskiej*, 63, 187–211. [Imperial-Royal state grammar schools of the city of Lviv on the way of transformation into the state grammar schools of the Independent Poland 1914–1922.]
- Sprawozdanie C.K. Rady Szkolnej Krajowej o stanie szkół średnich galicyjskich w roku szkolnym 1900/1. (1901). Lwów: Nakładem C.K. Rady Szkolnej Krajowej. [School Report of the Imperial-Royal National School Council on the state of secondary schools in Galicia in the school year 1900/1.]
- Sprawozdanie C. K. Rady Szkolnej Krajowej o stanie wychowania publicznego w roku szkolnym 1901/2. (1902). Lwów: Nakładem C.K. Rady Szkolnej Krajowej. [School Report of the Imperial-Royal National School Council on public upbringing in the school year 1901/2.]
- Zborowski, A., Chaberkowski, T., Kretowicz, P. (2011). Procesy suburbanizacji rezydencjonalnej w regionie miejskim Krakowa: przemiany społeczno-przestrzenne. W: J. Jakóbczyk-Gryszkiewicz (red.), *Regiony miejskie w Polsce. 20 lat transformacji*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 89–116. [Processes of residential suburbanisation in the urban area of Krakow: socio-spatial transformations.]

Sławomir Dorocki, PhD, Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow. Sławomir Dorocki has graduated from the Pedagogical University of Cracow, MA degree in geography, PhD in history (Institute of European Studies of the Jagiellonian University). Associate professor at the Pedagogical University of Cracow in the Institute of Geography. His research interests are connected with regional problems and processes of socio-economic regionalisation, with particular emphasis on the diversity of Europe,

processes of European integration, historical conditions and application of computer and statistical methods in the study of diversity of space.

Address:

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

NOTATKI Z PRAKTYKI SZKOLNEJ
NOTES FROM SCHOOL PRACTICE

IGOR KONARSKI, MIKOŁAJ SZUSTAKIEWICZ, SZYMON ŁOJEWSKI, JAKUB ŁACH, MICHAŁ CHOJURA
Akademickie Liceum Ogólnokształcące w Zespole Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej, Wrocław,
Polska ■ Poland

Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej strefą konstruktywnego myślenia

Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej as a Zone of Constructive Thinking

Streszczenie: Zjawisko tworzenia klas patronackich nie jest wyłącznie domeną zachodnich ośrodków edukacyjnych. Obserwujemy je również w polskich szkołach. Niektóre z instytucji obejmują patronatem nie tylko pojedyncze klasy, lecz także całe gimnazja, licea. Przykładem tego typu placówki oświatowej jest Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej włączony w struktury Politechniki Wrocławskiej. Niniejszy artykuł ma na celu zaprezentowanie ZSAPWr oraz przybliżenie zjawiska szkół patronackich. Przedstawiono w nim proces powstania szkoły wraz z jej krótką historią. Ponadto wskazano na bogate wyposażenie dydaktyczne szkoły i wyróżniono najistotniejsze dla misji placówki przedmioty objęte programem nauczania. Niniejszy tekst uwzględnia ofertę zajęć dodatkowych oraz formy aktywności pozalekcyjnych w całości procesu kształcenia ze szczególnym uwzględnieniem poziomu ponadgimnazjalnego. Autorzy akcentują silne związki między ZSAPWr a Politechniką Wrocławską. Istotną kwestią pozostaje akademickość szkoły jako główne kryterium analityczne. Pod tym kątem zbadano rzeczywisty poziom oddziaływania instytucji patronackiej na strukturę oraz środowisko Zespołu Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej.

Abstract: the idea of patron classes is used not only in Western schools. It is utilized also in Polish facilities. Some companies do not take care of just single classes, but also whole schools. The Academic School Complex at the Wrocław University of Technology is an example of such a facility. This article summarises the history of ASC, its mission, and also, implicitly, the idea of patron schools and how they work. In order to show these aspects, the beginning will cover the educational inventory and the most important subjects taught in this school. The summary also contains the list of optional classes and describes the importance/role of after-school activities in educating young people. These topics are added in order to describe ASC as accurately as possible. There is also a brief analysis of the relationship between the ASC and the University, according to empirically gathered knowledge. The influence this relationship has on the school and its was checked in keeping with the “academicism” of the school as the main analysis factor.

Słowa kluczowe: akademickość; infrastruktura szkoły; rozszerzona oferta edukacyjna; szkoła patronacka

Keywords: academicism; extended education offer; patronage school; school inventory

Otrzymano: 9 grudnia 2017

Received: 9 December 2017

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Konarski, I., Szustakiewicz, M., Łojewski S., Łach, J., Chohura M. (2017). Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej strefą konstruktywnego myślenia. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 459–466. DOI: 10.24917/20833296.13.34

Krótką historia ZSAPWr

Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej (ZSAPWr) powstał z inicjatywy poprzedniego rektora Politechniki Wrocławskiej, prof. dr hab. Tadeusza Więckowskiego. Zajmuje trzy piętra budynku C-13 należącego do kampusu politechniki. Placówka gromadzi blisko 450 uczniów i uczennic zarówno gimnazjum, jak i liceum. Pierwszy rok szkolny miał sukcesywnie wdrażać nowych uczniów do kolejnych etapów kształcenia i być okresem wzajemnego rozpoznawania potrzeb, wymagań oraz oczekiwań. Pierwszą okazją do zapoznania się z systemem pracy szkoły były tzw. dni otwarte. Z uwagi na ograniczony czasowo dostęp nie było jednak zbyt dużych możliwości bliższego zapoznania się z pełną ofertą edukacyjną oraz kontaktem z nauczycielami prowadzącymi i raczej trudno było zapoznać się z metodyką ich pracy.

Dla absolwenta gimnazjum nazwa „Liceum Ogólnokształcące Politechniki Wrocławskiej” była nieco tajemnicza i nieostra, toteż różne refleksje i oczekiwania towarzyszyły nam na starcie. Jako uczniowie zastanawialiśmy się nad tym, czym jest rzeczywista przynależność szkoły do Politechniki Wrocławskiej. Pojawiały się pytania o to, jakie będą jej zalety. Czym ta szkoła różni się od innych? Tym, co szybko okazało się inne, była duża liczba oferowanych przez szkołę zajęć dodatkowych. W planie pojawiły się zajęcia z kadrą politechniczną. Ponadto szkoła, w odróżnieniu od innych, zapewnia dostęp do specjalistycznych pracowni udostępnianych przez Politechnikę Wrocławską.

Kolejny rocznik młodych adeptów wiedzy miał nieco ułatwione zadanie, ponieważ szkoła dała się już jakoś zdefiniować. Podczas kolejnych dni otwartych chętni do nauki mieli kontakt z uczniami szkoły, mogli więc zadawać pytania i otrzymywać odpowiedzi osadzone w rzeczywistości szkolnej, której jako pierwszy rocznik doświadczyliśmy. Najczęściej zadawane pytania to: Jacy tu są nauczyciele? Jak wyglądają lekcje? Co oznacza przynależność do społeczności Politechniki?

Ważnym wydarzeniem w życiu szkoły w drugim roku działalności był udział klasy drugiej w debacie oxfordzkiej zorganizowanej podczas XVIII Dolnośląskiego Festiwalu Nauki. Temat debaty brzmiał: „Nauka w nowym świetle – jak osiągnięcia nauki wpływają na codzienne życie”. Naszymi oponentami byli uczniowie V Liceum Ogólnokształcącego im. Jana Heweliusza w Legnicy. Jako pierwsza drużyna reprezentująca szkoły Wrocławia wygraliśmy tę debatę w przekonujący sposób. Koleżanka i koledzy tworzący zespół ZSAPWr znaleźli uznanie w oczach loży mędrców, oceniających poziom merytoryczny debaty. Wygraną w tej potyczce intelektualnej można było poczytać za spory sukces. Do debaty przygotowywała nas nasza polonistka.

Pod koniec ubiegłego roku szkolnego szkoła otrzymała swój sztandar. Było to najważniejsze, jak dotąd, wydarzenie w jej krótkiej historii, ponieważ nadało placówce tożsamość. Sztandar to podstawowy symbol szkoły zapewniający jej rozpoznawalność i autonomiczność. Skutecznie zaznacza naszą obecność na mapie dolnośląskiej edukacji. Podczas ceremonii wręczenia sztandaru, poza dyrektcją naszej szkoły i uczniami, obecni byli: ówczesny rektor Politechniki Wrocławskiej, przedstawiciele miejscowych władz oraz pracownicy naukowcy Politechniki Wrocławskiej. Uroczystość upewniła nas, co do przynależności naszej szkoły do społeczności politechnicznej.

Jako uczniowie pierwszego rocznika liceum zdajemy sobie sprawę, że przyszłość szkoły w głównej mierze będzie zależeć od naszych wyników. Poziom zdawalności matury zadecyduje o tym, czy do szkoły chętnie przyjdą kolejne roczniki uczniów. Im lepsze będą wyniki, tym większą popularnością będzie się cieszyć nasza placówka. Spory ciężar odpowiedzialności spoczywa więc na naszych barkach i jako pierwsi uczniowie szkoły jesteśmy tego w pełni świadomi.

Wyposażenie szkoły jako właściwy krok w stronę idei empiryzmu

Jednym z filarów naszej szkoły jest informatyka. Aby skutecznie nauczać tego przedmiotu, potrzeba wykształconej w tym zakresie kadry pedagogicznej oraz dobrze przygotowanego sprzętu. W budynku Zespołu Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej znajdują się cztery w pełni wyposażone sale informatyczne, w których znajduje się 18 szybkich i wydajnych komputerów połączonych z ekranami dotykowymi. Mają one bezpośrednią łączność z siecią internetową przesyłającą dane za pomocą szerokopasmowego światłowodu. Na takim sprzęcie uczniowie nabywają umiejętności profesjonalnej obsługi programów Microsoft Office, by na zajęciach informatyki rozszerzonej w klasach drugiego i trzeciego rocznika uczyć się algorytmiki, systemów liczbowych oraz języków programowania. Wszystko składa się, jak sądzimy, na pewny sukces w przyszłości w sferze branży informatycznej.

W innych salach lekcyjnych do dyspozycji nauczyciela pozostaje komputer z ekranem dotykowym i szybkim Internetem oraz jeden rzutnik. Powierzchniowo większe pracownie są wyposażone w dwa urządzenia peryferyjne. Pozwala to prowadzącemu zajęcia na wyświetlanie słuchaczom dodatkowych materiałów. Chodzi głównie o obrazy i teksty podczas lekcji języka polskiego, które nie zawsze są dostępne w podręcznikach. Są to nierzadko również zadania dodatkowe z matematyki lub animacje, a także filmy instruktażowe z fizyki, biologii lub geografii. Z multimediiów korzystają także nauczyciele języków obcych: łaciny, angielskiego, niemieckiego i hiszpańskiego, odtwarzając zadania maturalne do odsłuchu. Jak zauważa Mirosław Soczówka w swojej pracy dotyczącej wykorzystywania technologii w nauczaniu podstaw przedsiębiorczości, autorzy podręczników dodają do swoich produktów darmowe płyty lub klucze internetowe, dzięki którym nauczyciel jest w stanie urozmaicić lekcję np. z podstaw przedsiębiorczości za pomocą filmów, np. na temat funkcjonowania Narodowego Banku Polskiego lub obiegu pieniądza (Soczówka, 2007: 317–324).

Projektory i dostęp do Internetu pozwalają na tworzenie interaktywnych, multimedialnych quizów, w których uczniowie biorą aktywny udział, wybierając spośród różnorodnych pytań poprawne odpowiedzi. Korzystają z platformy Kahoot. Platforma sprawdza się idealnie nie tylko na lekcjach o tematyce ekonomicznej; prowadzący za jej pomocą

są w stanie sprawdzić znajomość treści lektury lub poziom opanowania danego materiału (Arkabus, Płusa, 2016).

Obok informatyki i matematyki wiodącym przedmiotem w naszej szkole jest fizyka. O ile do nauki matematyki wystarczy nauczyciel, tablica i marker, o tyle z fizyki wymagane są badania empiryczne. Wynika to ze specyfiki tego przedmiotu, w którym wyniki teoretycznych obliczeń powinny być oparte na rezultatach eksperymentów. Jak zauważa Jacek Własak, powinniśmy wyróżnić kolejne etapy rozumowania naukowego:

- obserwację,
- zapisanie wyników w postaci równania,
- dedukcję nowych wniosków,
- weryfikację wniosków przez eksperyment.

Na implementację tej metody w pełnym jej zakresie pozwala dobrze wyposażone zaplecze fizyczne. Umożliwia ono przeprowadzanie wcześniej zaprojektowanych doświadczeń, co pozwala na samodzielne wyciąganie wniosków i naukę na błędach. Uczniowie w szerokim zakresie wykorzystują modelowe maszyny proste bądź układy demonstrujące konkretne zjawiska fizyczne. Ponadto dwie sale są wyposażone w zestawy do budowy układów elektronicznych na bazie mikrokontrolerów Arduino, w skład których wchodzi podstawowe elementy elektroniczne, układy drukowane, zestawy „LEGO Mindstorms NXT 2.0”, generatory, oscyloskopy, multimetry i 6 laptopów służących do programowania budowanych układów. Pełny potencjał sprzętu jest wykorzystywany na fakultatywnych zajęciach robotyki i podstawowych problemów techniki, prowadzonych przez wykładowców z Wydziału Podstawowych Problemów Techniki Politechniki Wrocławskiej.

Kolejny ważny przedmiot to astronomia. Znajduje się ona w programie nauczania jako dział fizyki. Nasza szkoła w ostatnim czasie zakupiła kilka teleskopów soczewkowych, które są używane przez uczniów podczas częstych obozów astronomicznych organizowanych najczęściej w Górach Izerskich. Wyjazdy pozwalają posiadać umiejętności z zakresu obsługi sprzętu optycznego, obserwacji obiektów na niebie, metodologii rozpoznawania obiektów astronomicznych oraz edycji zdjęć nieba w programach komputerowych.

Z kolei chemia opiera się na doświadczeniach. Uczniowie szkoły wykonują szereg eksperymentów w laboratoriach chemii nieorganicznej, które zostały udostępnione przez Politechnikę Wrocławską. Obficie ze szkłem laboratoryjnym i odczynnikami pomaga lepiej zapamiętywać omawiane procesy, przygotowuje do pracy w laboratorium i uczy konstruktywnego myślenia.

Zajęcia dodatkowe możliwością indywidualnej ścieżki rozwoju ponadprogramowego

W ZSAPWr każdy uczeń ma możliwość skorzystania z różnorodnych zajęć dodatkowych. Niektóre z nich są związane ze specyfiką naszej szkoły i raczej nieczęsto spotykane gdzie indziej. Współpraca z uczelnią umożliwia stworzenie w szkole takich zajęć, jak robotyka czy podstawowe problemy techniki. Są one głównie prowadzone przez kadrę naukową politechniki. Innych interesujących pomysłów, jak koła i przedmioty dodatkowe nie brakuje; każde otwiera przed chętnymi nowe możliwości. Szkoła przy uczelni technicznej z założenia ma przygotować uczniów do studiów związanych z naukami ścisłymi. Stąd w ZSAPWr prowadzone są zajęcia przygotowujące do kierunków ścisłych, zarówno w ogólności, jak i skupiające się na wąsko sprofilowanych działach nauk ścisłych.

Przykładem są podstawowe problemy techniki, pozwalające na ujednolicenie, syntetyczne wykorzystanie i rozszerzenie wiedzy z zakresu fizyki. Ponadto umożliwiają one oprowadzanie naukowych metod badania i opartego na eksperymencie postrzegania świata. Jest to niezbędne zarówno w nauce fizyki na wyższym poziomie edukacji, jak i przy pracy naukowej, którą niejeden z uczniów ZSA najprawdopodobniej wybierze w przyszłości. Warto wspomnieć o robotyce, bowiem przygotowuje ona do kolejnego stopnia edukacji, przede wszystkim na takich kierunkach jak: automatyka i robotyka, z którymi bezpośrednio się wiąże. Pomagając w nauce podstaw kierunku, wymaga sporządzania i realizacji samodzielnie opracowanych projektów – umiejętności istotnej niezależnie od kierunków wyboru dalszej ścieżki kariery.

Innymi zajęciami dodatkowymi są kursy programowania w językach: Java, C++, Python; przydatne szczególnie tym spośród nas, którzy wiążą swą przyszłość z technologią informacyjną. Mogą już teraz zdobyć wiedzę z zakresu podstaw tworzenia programów wraz ze sposobami ich zastosowania w nauce. Mimo ścisłego ukierunkowania szkoły wśród zajęć dodatkowych znajduje się również nauka języków obcych oraz filozofii. Znajomość języków obcych jest wymieniana przez pracodawców wśród cech, które powinny charakteryzować idealnego absolwenta uczelni (Budnikowski i in., 2012). Skuteczne poznanie języka na poziomie szkoły ponadgimnazjalne umożliwia lepsze opanowanie go na wyższym poziomie edukacji, a więc nabycie lepszych kompetencji w dalszym procesie edukacji. Oprócz nauczania przedmiotowego w Zespole Szkół Akademickich odbywały się dodatkowe konwersatoria z języka angielskiego, które zostały skorelowane z zajęciami z przedmiotowym konwersatorium po zmodernizowaniu modelu nauczania i utworzeniu sześciu niezależnych od podziału klasowego grup poziomowych.

Zadbano też o podstawy języka łacińskiego oraz kultury klasycznej. Zajęcia prowadzi mgr Anna Grochmalicka – filolog klasyczny. Podczas zajęć można uzupełnić zasoby wiedzy potrzebnej do zrozumienia dawnych, ale nierzadko aktualnych publikacji naukowych. W szkole jest również możliwość nauki języka japońskiego. Krokiem w stronę różnorodności nauczania szkoły są seminaria filozoficzne, które dają uczniom okazję do podzielenia się swoją wiedzą, uczenie się od siebie nawzajem. O edukację filozoficzną i etyczną, która opiera się na metodyce konwersatorium i dyskursu naukowego, dbają dwaj nauczyciele: dr Tomasz Tadeusz Brzozowski oraz mgr Robert Hryniewicz. Zamyśłem prowadzących jest, by filozofia otwierała na wszelkie próby samodzielnej i racjonalnej refleksji, kształtując umiejętność krytycznego myślenia o sobie oraz świecie pozapodmiotowym. Temu służą m.in. seminaria filozoficzne umożliwiające porządkowanie wiedzy zdobytej podczas nauczania przedmiotowego oraz w sensie epistemologicznym, zrozumienie własnych sposobów poznawania i myślenia. Wspomniani nauczyciele są organizatorami serii Międzyszkolnych Seminariów Filozoficzno-Etycznych, mających na celu podejmowanie aktualnych problemów w świetle ich funkcjonowania w tradycji oraz popkulturze¹. Dotychczas mogliśmy uczestniczyć w trzech tego typu wydarzeniach, które odbywały się w różnych szkołach Wrocławia. Były to: Asceza – Tradycja – Popkultura (Autorskie i Akademickie Licea Artystyczne ALA), Egoizm – Tradycja – Popkultura (ZSAPWr) oraz Pielgrzym – Tradycja – Popkultura, z tematem przewodnim: „Życie ludzkie wędrówką do...” (TEB-Edukacja). Spotkania te nie tylko integrują środowiska uczniowskie miasta Wrocławia (w tych wydarzeniach uczestniczy coraz więcej szkół), ale

¹ Zob. www.tradycja-popkultura.weebly.com (25.10.2016).

też pozwalają na poszerzenie wiedzy, racjonalną wymianę poglądów między uczniami ZSAPWr i przedstawicielami innych szkół, ucząc szacunku dla tego, co odmienne, umiejętności słuchania oraz dialogu, wykorzystując z powodzeniem metodę tutoringu rówieśniczego (Brzezińska, 2009; Appelt, Brzezińska, 2012).

Wśród zajęć dodatkowych w ZSAPWr nie brakuje gier logicznych. Uczniowie uczestniczą w zajęciach z gry w szachy oraz japońskiej gry shougi. Spotkania te pozwalają na relaks przy czynnym wykorzystywaniu myślenia logicznego. Gry rozwijają kreatywność, uposażają w elementy innowatyki oraz kombinatoryki, słowem – wymagają wysiłku intelektualnego. Rozwijają więc rozum i pobudzają jego aktywność. Podobną funkcję pełnią też inne gry, m.in. brydż sportowy. Tego typu zajęcia również odbywają się w Zespole Szkół Akademickich.

Ile akademickości w Liceum Akademickim?

Czynnikiem wyróżniającym Akademickie Liceum Ogólnokształcące spośród innych liceów jest określenie *akademickie* zawarte w nazwie, akcentujące profil akademicki szkoły. By mówić o akademickości, należałoby sięgnąć do etymologii tego słowa. Otóż, według *Słownika języka polskiego PWN (Słownik...)* przymiotnik *akademicki* implikuje związek z uczelnią wyższą. To wielopłaszczyznowe powiązanie przyjmuje – zależnie od jego podmiotów – różne postaci. „Akademickość” jest widoczna przy zjawisku tworzenia klas patronackich, zatem klas w szkołach ponadgimnazjalnych objętych patronatem uczelni wyższej. Przez wprowadzenie do programu zajęć fakultatywnych młodzież przygotowawana jest do podjęcia przyszłych studiów (Hermann-Pawłowska, Leszczyńska, Trzeciński, Sondej, 2015: 12). ALO nie jest szkołą ponadgimnazjalną, w której stworzono klasy patronackie, jest szkołą patronacką. Informuje o tym człon zawarty w pełnej nazwie szkoły „akademickie”. Czym zatem jest akademickość ALO ZSA PWr? I jak się manifestuje?

ZSA jest placówką nierozzerwalnie związaną z Politechniką. Stałość tej więzi wynika z umiejscowienia gmachu szkoły. Placówka jest usytuowana w budynku C-13 należącym do ścisłego centrum kampusu. Przestrzeń popularnego serowca² jest wykorzystywana zarówno przez personel naukowo-dydaktyczny, jak i przez studentów PWr. Dzielimy tę przestrzeń pomiędzy nauczycieli i uczniów ZSA. Budynek jest wykorzystywany w taki sposób, aby uczniowie Zespołu Szkół nie byli odseparowani od studentów.

Dogodna lokalizacja C-13 daje uczniom dostęp do uczelnianej infrastruktury. Zasoby biblioteczne Politechniki są dla nas dostępne. Bliskość siedziby Biblioteki Głównej ułatwia odebranie zamówionych wcześniej w sieci tekstów. Odbywa się to za pośrednictwem systemu Primo. Zbiory biblioteki są wiele bogatsze niż zbiory innych bibliotek szkolnych. Co więcej, w niedalekim sąsiedztwie gmachu ZSA znajdują się budynki Wydziału Chemicznego. Tam, do pracowni chemicznych, uczęszczamy na zajęcia laboratoryjne. Na co dzień zajmują je studenci oraz personel uczelni. Mamy więc wiele okazji, by spotkać studentów i czynić własne spostrzeżenia dotyczące edukacji wyższej. Jest to możliwe dzięki nietypowym dla szkół ponadgimnazjalnych zajęciom. Z lokalizacji akademickość wynika bezpośrednio.

² Budynek C13 nazywany jest tak ze względu na charakterystyczną fasadę, której okrągłe okna przypominają oka w serze.

Przejawy związku Zespołu Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej z Politechniką Wrocławską można odnaleźć także w zadaniach, jakie stawia sobie placówka w zakresie kształcenia. Charakter uczelni patronackiej skutkuje wysokim poziomem wymagań, szczególnie z przedmiotów ścisłych. Uczniowie mogą wybierać kursy z zakresem rozszerzonym z matematyki, fizyki, chemii i informatyki. Ukierunkowanie ZSA wyraża się również w doborze oferty zajęć dodatkowych. W odpowiedzi na potrzeby uczniów szkoła organizuje serie wykładów poruszających problematykę z zakresu nauk ścisłych. Prowadzone przez profesorów Politechniki wykłady przybierają formę zajęć fakultatywnych. Tegoroczní maturzyści mogą również skorzystać z dodatkowych kursów przygotowujących do egzaminu dojrzałości. Wysiłki kadry dydaktycznej realizują wiele aspektów misji placówki. W myśl jednego z założeń ZSA, szkoła ma przygotować młodych ludzi do kontynuowania nauki na wyższej uczelni technicznej. Tu także można odnaleźć formy ścisłej współpracy szkoły z Politechniką.

Akademickość ZSA to także skład kadry nauczycielskiej. Już od pierwszego roku działania placówki część kadry stanowią wykładowcy uniwersyteccy. Praca z nimi daje pewien wgląd w świat edukacji wyższej. Dzięki kontaktowi ze środowiskiem uczelnianym na wcześniejszych etapach ścieżki rozwoju uczniowie, rozpoczynając studia, będą bogatsi o te doświadczenia. Przebywanie na terenie kampusu, obserwowanie rzeczywistości akademickiej, która w niedługi czasie ma szansę stać się naszą rzeczywistością, skłania do postawienia wielu pytań. Przebywanie w przestrzeni uczelni jest pomocą w demaskacji fałszu, którym obrosły w toku edukacji studia. Nawet delikatne dotknięcie realiów życia studenckiego i profesorów jest wielką pomocą w budowaniu bliższego prawdzie wyobrażenia o tym, co będzie po szkole ponadgimnazjalnej. Podglądanie życia uczelni wyższej na tym etapie rozwoju wystarcza, by obalać mity.

Akademickość ZSA wyraża się więc na różne sposoby. Jednak mimo niespotykanej aury wywołanej obecnością kadry profesorskiej i studentów, mimo dodatkowych zajęć, niezależnie od pytań, które się pojawiają – pewne kwestie pozostają takie same. Potrzeba indywidualnego wysiłku, aby przyswoić wiedzę, a jak wiemy, osiągnięcia okupione pracą są z czasem coraz bardziej doceniane.

Literatura

References

- Arkabus, A., Plusa, A. (2016, 24 października). *Jak pomóc szkole w zainteresowaniu uczniów książką?*. Pozyskano z: https://www.doskonaleniewsieci.pl/Upload/Files/1/samouczki/poradnikbiblioteki/modul_V/ekran3/PLusa_Arkabus.pdf
- Brzezińska, A.I. (2009). Nauczyciel jako organizator społecznego środowiska uczenia się. *Forum Dydaktyczne: przeszłość, teraźniejszość, przyszłość*, 5–6, 6–19.
- Brzezińska, A.I., Appelt, K. (2013). Tutoring nauczycielski – tutoring rówieśniczy: aspekty etyczne. *Forum Oświatowe*, 25, 2(49), 13–29.
- Budnikowski, A., Dabrowski, D., Gąsior, U., Macioł, S. (2012). Pracodawcy o poszukiwanych kompetencjach i kwalifikacjach absolwentów uczelni – wyniki badania. *eMentor*, 4(46), 4–17.
- Hermann-Pawłowska, K., Leszczyńska, B., Trzcíński, R., Sondej K., (2015). Współpraca pomiędzy uczelniami a pracodawcami w zakresie kształcenia praktycznego studentów. W: K. Hermann-Pawłowska, B. Leszczyńska, R. Trzcíński, Sondej K., (2016) *Badanie ewaluacyjne o charakterze on-going identyfikujące dobre praktyki w realizacji praktycznych elementów kształcenia w projektach dofinansowanych w ramach IV Priorytetu PO KL oraz w innych działaniach w obszarze szkolnictwa wyższego*. Wierzbica: Fundacja Idea Rozwoju. Pozyskano z: <http://www.ncbr.gov.pl/gfx/>

ncbir/userfiles/_public/fundusze_europejskie/kapital_ludzki/ewaluacja/praktyczne_elementy_ksztalcenia_-_ewaluacja.pdf

Słownik języka polskiego PWN. Hasło: akademicki. Pozyskano z: <http://sjp.pwn.pl/sjp/akademicki;2549148.html>

Własak, J. (2012) *Co zrobić, aby fizyka była lubiana?* Pozyskano z: http://www.przedmiotyscisle.pwr.edu.pl/files/prv/id102/prezentacje/2012/Jacek_Wlasak.pdf

Zioło, Z., Rachwał, T. (2007) Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3.

Jakub Łach, uczeń 2 klasy liceum w ZSAPWr. Interesuje się ekonomią, światem pieniądza i polityką. Karierę zawodową wiąże z sektorem finansowym. Prywatnie kibic piłkarskiej reprezentacji Polski i Bayernu Monachium.

Jakub Łach, second-year high school student in the Academic School Complex at the Wrocław University of Science and Technology. He is interested in economy, world of money and politics. He wants to develop career in finance. A supporter of the Polish national football team and FC Bayern Munich.

Michał Chohura, uczeń 2 klasy liceum w ZSAPWr. Interesuje się naukami ścisłymi, prawami rządzącymi światem oraz polityką. Przyszłość wiąże z Politechniką Wrocławską. W wolnym czasie gra na gitarze.

Michał Chohura, second-year high school student in the Academic School Complex at the Wrocław University of Science and Technology. He is interested in science, laws of nature and politics. He wants to develop his career at the Wrocław University of Technology. In free time he plays the guitar.

Szymon Łojewski, uczeń klasy maturalnej liceum w ZSAPWr. Interesuje się ekonomią, chemią i polityką światową. Karierę zawodową łączy z Politechniką Wrocławską. W czasie wolnym lubi czytać współczesną literaturę fantastyczną.

Szymon Łojewski, final-year high school student in the Academic School Complex at the Wrocław University of Science and Technology. He is interested in economy, chemistry and world politics. He wants to develop his career at the Wrocław University of Technology. He spends free time on reading modern fantasy books.

Mikołaj Szustakiewicz, uczeń 3 klasy liceum w w ZSAPWr. Interesuje się filozofią, fizyką i mechaniką, obcymi kulturami oraz rozwojem cywilizacji. Z zamiłowania zgłębia literaturę oraz inne formy sztuki, a także stara się kreować własne.

Mikołaj Szustakiewicz, final-year high school student in the Academic School Complex at the Wrocław University of Science and Technology. He is interested in philosophy, physics, mechanics, foreign cultures and development of human civilization. His past times include reading and indulging in and creating other forms of art.

Igor Konarski, uczeń klasy maturalnej w ZSAPW. Chciałby wykorzystać możliwość podjęcia edukacji na uczelni wyższej, jednak nadal nie wie, co ani gdzie chciałby studiować. Mimo zidentyfikowania modelu, w którym chciałby zarabiać, dotychczas nie podjął kroków do zrealizowania niedookreślonych planów finansowych. Zainteresowany planowaniem stylu życia. Zainteresowania nie przekuł w działanie, jeszcze.

Igor Konarski, final-year high school student in the Academic School Complex at the Wrocław University of Science and Technology. He would like to take up studies at university, although he has not decided on the field or place of continuing education. Despite identifying the model, in which he would like to make a living he has not taken any steps towards his imprecise financial goals. He is interested in lifestyle design. He is yet to put his theories to the test.

Adres/Address:

Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej
Wybrzeże Wyspiańskiego 23-25
50-370 Wrocław, Polska

e-mail: lojo1000@gmail.com (Sz. Łojewski)

e-mail: michal.chohura@gmail.com (M. Chohura)

e-mail: jakub.mateusz.lach@gmail.com (J.M. Łach),

e-mail: ignac722@gmail.com (I. Konarski),

e-mail: szustak.m.6@gmail.com (M. Szustakiewicz)

TOMASZ RACHWAŁ

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

Działalność na rzecz edukacji w zakresie przedsiębiorczości Zakładu Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie

Activities on Entrepreneurship Education of the Department of Entrepreneurship
and Spatial Management, Institute of Geography, Pedagogical University
of Cracow

Streszczenie: W artykule zaprezentowano działania, które podejmowane są w Zakładzie Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie na rzecz edukacji przedsiębiorczości i wskazują na dużą aktywność Zakładu w tym zakresie. Przedstawiono je na tle przesłanek powstania Zakładu i problematyki badawczej podejmowanej przez jego pracowników. Działania te związane są przede wszystkim z organizowaniem corocznych konferencji z zakresu przedsiębiorczości oraz zjazdów nauczycieli przedsiębiorczości, wydawaniem rocznika naukowego „Przedsiębiorczość – Edukacja”, wdrożeniem programów studiów oraz specjalności z zakresu przedsiębiorczości, w tym dla celów kształcenia i dokształcania nauczycieli, opracowywaniem programów i podręczników szkolnych oraz akademickich, analizowaniem i opracowywaniem propozycji zapisów podstawy programowej oraz podejmowaniem innych prac eksperckich na rzecz oświaty i rozwoju przedsiębiorczości, a także realizacji krajowych i międzynarodowych projektów badawczych i edukacyjnych. Efekty tej działalności, która ma w znacznej części charakter aplikacyjny, znalazły zastosowanie w praktyce szkolnej i akademickiej.

Abstract: the article presents the activities undertaken at the Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow for entrepreneurship education. These are shown against the background and rationale of the Department creation and research issues carried out by its employees. These activities are mainly related to the organisation of annual conferences on entrepreneurship and conventions of entrepreneurship teachers, the issue of the scientific yearbook “Entrepreneurship – Education”, the implementation of study programs and specialisations in the field of entrepreneurship, including for the purposes of education and training of teachers, development of school curricula and textbooks, analysing and developing proposals for the core curriculum and undertaking other expert work for the education and development of entrepreneurship, as well as the implementation of national and international research and educational projects. Activities for entrepreneurship education outlined in the article indicate a high activity of the Department in this regard. Effects of this activity, which has in large part an application character, have been applied in school and academic practice.

Słowa kluczowe: edukacja w zakresie przedsiębiorczości; krakowskie konferencje z zakresu przedsiębiorczości; nauczyciele przedsiębiorczości; podstawa programowa; projekty edukacyjne; Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie; Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej

Keywords: core curriculum; Department of Entrepreneurship and Spatial Management; educational projects; entrepreneurship education; entrepreneurship teachers; Kraków conferences on entrepreneurship; Pedagogical University of Cracow

Otrzymano: 2 lutego 2017

Received: 2 February 2017

Zaakceptowano: 30 czerwca 2017

Accepted: 30 June 2017

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Rachwał, T. (2017). Działalność na rzecz edukacji w zakresie przedsiębiorczości Zakładu Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 468–490. DOI: 10.24917/20833296.13.35

Wstęp

Procesy transformacji systemowej w Polsce, związane z przechodzeniem od gospodarki centralnie sterowanej do gospodarki opartej na regułach rynkowych, zachodzące pod wpływem impulsów z otoczenia międzynarodowego, związanych z rozwojem gospodarki opartej na wiedzy i kształtowaniem się społeczeństwa informacyjnego, stawiają szczególne wyzwania wobec systemu oświaty. Wynikają one z konieczności kształtowania społeczeństwa o cechach przedsiębiorczych i umiejętności konkurencyjnego zachowania się w nowych warunkach gospodarki rynkowej. Odnosi się to w szczególności do przygotowania odpowiednich kadr, nie tylko przedsiębiorstw przemysłowych i usługowych, ale także nowoczesnych gospodarstw rolnych i różnego typu instytucji, w tym także pracowników administracji samorządowej i centralnej. Podstawową rolę w rozwoju społeczno-gospodarczym odgrywa bowiem społeczeństwo o postawach przedsiębiorczych, zdolne do funkcjonowania w warunkach konkurencji na rynku oraz wychowane w duchu poszanowania zasad etycznych. Aby społeczeństwo to mogło jednak zaistnieć, potrzebna jest stała modernizacja procesu dydaktycznego na wszystkich poziomach edukacyjnych. Szczególnie istotną rolę odgrywa kształcenie młodzieży, przygotowywanie jej do aktywnego uczestnictwa w życiu społeczno-gospodarczym, w dynamicznie zmieniających się warunkach funkcjonowania jednostek i działalności przedsiębiorstw w integrującej się Europie i globalizującym się świecie.

W celu sprostania tym wyzwaniom różne organy władzy centralnej i samorządowej, we współpracy z instytucjami pozarządowymi i firmami prywatnymi z sektora edukacyjnego, podejmują różnego typu działania mające na celu podnoszenie poziomu wykształcenia społeczeństwa. Jednym z nich są reformy programowe systemu oświaty¹. W tym zakresie za trafną należy uznać decyzję o wprowadzeniu od 2002 r. przedmiotu podstawy przedsiębiorczości do szkół ponadgimnazjalnych, a także późniejszą systematyczną modernizację celów i treści kształcenia w obrębie tego przedmiotu oraz wprowadzanie

¹ Szerzej o zmianach programowych we wcześniejszym artykule T. Rachwała w niniejszym tomie.

w jego ramach tych treści z zakresu innych przedmiotów, które sprzyjają kształtowaniu postaw przedsiębiorczych.

Wychodząc naprzeciw tym tendencjom, w strukturze studiów geograficznych Instytutu Geografii obecnego Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, na przełomie XX i XXI w. podjęto działania na rzecz uruchomienia nowej specjalności – geografia z przedsiębiorczością i gospodarką przestrzenną. W wyniku prowadzonych prac studialnych przyjęto, że niezbędne są działania na rzecz upowszechnienia i podniesienia w społeczeństwie poziomu wiedzy dotyczącej problematyki przedsiębiorczości przez system edukacyjny, co wydaje się niezbędne w celu przyspieszanie tempa rozwoju społeczno-gospodarczego i kulturowego. Założono także, że nowa specjalność zwiększy szanse absolwentów studiów geograficznych na rynku pracy przez nadanie im uprawnień do nauczania nowego przedmiotu – podstaw przedsiębiorczości – w szkołach ponadgimnazjalnych oraz kształcenia w ramach innych zajęć edukacyjnych z tego zakresu, m.in. funkcjonującego wówczas modułu w ramach wiedzy o społeczeństwie – wychowanie do aktywnego udziału w życiu gospodarczym, a także wprowadzonego później fakultatywnego przedmiotu w liceum – ekonomia w praktyce. Przewidywano również, że umożliwi ona nauczycielom, szczególnie tej specjalności, pełniejsze uczestnictwo w strukturach władz samorządowych na poziomie lokalnym czy regionalnym (Zioło, Rachwał, 2016). W konsekwencji podjętej decyzji o uruchomieniu nowej specjalności, w celu zapewnienia dbałości o systematyczną modernizację treści kształcenia oraz doskonalenie procesu dydaktycznego, a przede wszystkim rozwijania prac naukowo-badawczych z zakresu przedsiębiorczości i gospodarki przestrzennej w strukturze Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w dniu 1 stycznia 2001 r. powołano nową jednostkę organizacyjną – Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej. Pierwszym kierownikiem Zakładu był inicjator jego powstania, prof. dr hab. Zbigniew Zioło. Po przejściu profesora na emeryturę w 2007 r. funkcję kierownika objął dr Tomasz Rachwał.

Problematyka badawcza Zakładu

W kolejnych latach funkcjonowania Zakładu dynamicznie rozwijane były prace badawcze oraz realizowano szereg projektów edukacyjnych z zakresu przedsiębiorczości. Działania te nawiązywały do problematyki badawczej określonej w strategii rozwoju Zakładu. Przyjęto, że podstawowe badania i prace naukowo-dydaktyczne pracowników koncentrować się będą wokół (Zioło, Rachwał, 2016):

- teoretycznych problemów przedsiębiorczości i gospodarki przestrzennej,
- procesów globalizacji i integracji europejskiej i ich wpływu na gospodarkę krajową oraz jednostek samorządowych,
- kształtowania regionalnych i lokalnych centrów wzrostu i ich wpływu na otoczenie,
- postępujących procesów transformacji systemu gospodarowania jako podstawy budowy strategii rozwoju społecznego, gospodarczego i kulturowego samorządowych układów regionalnych i lokalnych,
- kształtowania infrastruktury techniczno-ekonomicznej i społecznej oraz ich wpływ na rozwój gospodarczy układów przestrzennych,
- procesów funkcjonowania przedsiębiorstw w zmieniających się warunkach gospodarowania,

- czynników rozwoju oraz barier ograniczających działalność indywidualnych podmiotów gospodarczych,
- miejsca przedsiębiorczości w gospodarce przestrzennej,
- współpracy transgranicznej,
- wdrażania problematyki przedsiębiorczości do edukacji na poziomie szkół wszystkich szczebli oraz doskonalenie treści, form i metod kształcenia,
- przygotowywania podręczników, pomocy dydaktycznych i materiałów edukacyjnych z przedsiębiorczości, zarówno dla nauczycieli, jak i dla uczniów,
- doskonalenia programów nauczania i treści kształcenia w zakresie specjalności i studiów podyplomowych z zakresu przedsiębiorczości,
- dokształcania i doskonalenia nauczycieli do nauczania przedmiotu podstawy przedsiębiorczości oraz innych zajęć edukacyjnych z zakresu przedsiębiorczości,
- wymiany doświadczeń oraz wyników prac badawczych osób związanych z edukacją akademicką i szkolną.

Wyniki prac badawczych prowadzonych w Zakładzie są publikowane głównie w wydawnictwach naukowych PAN, wydawnictwach uczelnianych oraz zagranicznych i krajowych czasopismach naukowych, w tym wydawanym przez Zakład roczniku naukowym „Przedsiębiorczość – Edukacja”, oraz prezentowane na wielu konferencjach naukowych krajowych i międzynarodowych. Szczegółowo podejmowaną problematykę badawczą omówiono w innych pracach² (zob. m.in. Borowiec, Rachwał, 2005; Rachwał, Ziolo, 2010; Rachwał, 2011; Ziolo, Rachwał, 2012; Ziolo 2012, 2014). Corocznie wyniki działalności naukowo-badawczej, dydaktycznej i organizacyjnej publikowane są także w sprawozdaniach z działalności Instytutu Geografii, w strukturze którego funkcjonuje Zakład (zob. np. Kurek, Rachwał, 2014). Analizy problematyki badawczej i sprawozdania te wskazują, że funkcje przedsiębiorczości w rozwoju układów przestrzennych różnej skali oraz edukacja w zakresie przedsiębiorczości stanowią jedno z podstawowych obszarów zainteresowań badawczych pracowników Zakładu i wpływają z nich następujące inicjatywy:

- organizowanie corocznych konferencji z zakresu przedsiębiorczości oraz zjazdów nauczycieli przedsiębiorczości,
- wydawanie rocznika naukowego „Przedsiębiorczość – Edukacja”,
- udział w organizowaniu innych konferencji z zakresu przedsiębiorczości oraz działalności wydawniczej innych czasopism,
- opracowywanie i wdrażanie programów studiów oraz specjalności z zakresu przedsiębiorczości, w tym studiów podyplomowych i specjalności przygotowujących nauczycieli tego przedmiotu,
- opracowywanie programów i podręczników szkolnych oraz akademickich dla nauczycieli, uczniów i studentów,
- analizowanie i opracowywanie propozycji zapisów podstawy programowej oraz podejmowanie innych prac eksperckich na rzecz oświaty i rozwoju przedsiębiorczości,
- prowadzenie krajowych i międzynarodowych projektów edukacyjnych.

² Informacje o pracownikach Zakładu, których badania są związane z przedsiębiorczością (M. Borowiec-Gabryś, W. Kilar, T. Rachwał, A. Szymańska, Z. Ziolo, M. Zdon-Korzeniowska) zostały opublikowane w *Leksykonie polskich badaczy przedsiębiorczości* (Kosała, Urbaniec, Wach, 2016).

Działania w zakresie organizacji konferencji oraz wydawania czasopisma „Przedsiębiorczość – Edukacja”

W celu upowszechniania problematyki przedsiębiorczości w ramach prac Zakładu, przy udziale instytucji edukacyjnych, biznesowych i nauczycieli, w 2004 r. rozpoczęto organizację ogólnopolskich, a obecnie międzynarodowych, konferencji naukowych poświęconych problematyce kształtowania postaw przedsiębiorczych oraz rozwoju działalności gospodarczej w układach przestrzennych w latach zmian systemu gospodarowania i wdrażania reguł gospodarki rynkowej. Spotkania te stanowią ważne forum wymiany doświadczeń i prezentacji wyników badań uzyskanych w krajowych ośrodkach akademickich. Od 2008 r. połączone są one z ogólnopolskimi zjazdami nauczycieli przedsiębiorczości³. W sumie w latach 2004–2016, czyli na 13 konferencjach, zarejestrowano blisko 1900 uczestników z wszystkich ważniejszych polskich ośrodków naukowych oraz z zagranicy (m.in. z Białorusi, Czech, Słowacji, Niemiec, Rosji, Ukrainy, Węgier, Wielkiej Brytanii). Daje to liczbę średnio ponad 140 zarejestrowanych uczestników na jednej konferencji. Należy podkreślić, że konferencja jest otwarta dla wszystkich chcących wysłuchać referatów i uczestniczyć w dyskusji, dlatego każdorazowo w konferencji uczestniczy ok. 200 innych osób, głównie studentów i doktorantów krakowskich uczelni. W trakcie 13 dotychczasowych konferencji wygłoszono ponad 500 referatów. Nadto Zakład objął patronat naukowy nad cyklem konferencji „Małopolski Szczyt Gospodarczy” współorganizowanych z Małopolskim Forum Przedsiębiorczości i Krajowym Forum Przedsiębiorczości oraz był organizatorem bądź współorganizatorem wielu innych konferencji naukowych, a także edukacyjnych dla nauczycieli.

Wyniki dyskusji i prac badawczych prezentowanych podczas konferencji organizowanych przez Zakład publikowane są w postaci artykułów głównie w roczniku naukowym „Przedsiębiorczość – Edukacja” (ang. ‘Entrepreneurship – Education’). Do tej pory, w latach 2005–2017, ukazało się 13 tomów tego czasopisma⁴. Funkcję redaktora naczelnego pełni Z. Ziolo, zastępcy redaktora naczelnego i redaktora prowadzącego – T. Rachwał, a obowiązki sekretarza redakcji pełnią A.I. Szymańska (sekretarz ds. kontaktów z autorami, recenzentami i wydawnictwem) i M. Semczuk (sekretarz ds. baz indeksacji czasopism). Redaktorem technicznym wydania on-line jest S. Dorocki. Według części B wykazu czasopism punktowanych MNiSW z 2016 r. czasopismo ma 8 pkt. Czasopismo jest indeksowane w bazach czasopism i bibliotekach cyfrowych m.in. BazEkon, BazHum, CEJSH – the Central European Journal of Social Sciences and Humanities, ERIH PLUS: the European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences, Google Scholar, IndexCopernicus, Pedagogicznej Bibliotece Cyfrowej, PBN/POL-Index oraz Repozytorium Uniwersytetu Pedagogicznego⁵.

„Przedsiębiorczość – Edukacja” cieszy się dużym zainteresowaniem autorów oraz czytelników, o czym świadczy m.in. aktywność na stronie internetowej czasopisma oraz stosunkowo wysokie wskaźniki cytacji prac z tych czasopism odnotowane w bazie

³ Wykaz organizowanych konferencji w załączniku 1 na końcu artykułu. Szczegółowe informacje o cyklu konferencji na stronie: www.przedsiębiorczosc.up.krakow.pl oraz w artykułach T. Rachwała (2014) i Z. Ziolo (2014).

⁴ Wykaz wydanych tomów czasopisma „Przedsiębiorczość – Edukacja” w załączniku 3 na końcu artykułu.

⁵ Więcej informacji o czasopiśmie (w języku polskim i angielskim) na stronie internetowej z otwartym (bezpłatnym) dostępem do archiwalnych numerów (www.p-e.up.krakow.pl).

czasopism ekonomicznych i społecznych BazEkon oraz bazie Google Scholar. Artykuły publikowane w czasopiśmie odnoszą się do problematyki uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości, jej roli w funkcjonowaniu przedsiębiorstw i instytucji, w rozwoju układów przestrzennych różnej skali oraz w edukacji. Warto podkreślić, że jest to jedyne czasopismo w Polsce, w którym w każdym tomie co najmniej jedna część poświęcona jest problematyce edukacji w zakresie przedsiębiorczości. Łącznie w czasopiśmie do 2016 r. opublikowano ponad 100 artykułów z zakresu tej problematyki. Redakcja jest otwarta na prezentację doświadczeń dydaktycznych środowiska nauczycielskiego zainteresowanego zagadnieniami przedsiębiorczości oraz jej miejsca w systemie oświaty. W tym celu w czasopiśmie uruchomiono specjalny dział „Notatki z praktyki szkolnej”, w którym mogą być publikowane prace niespełniające kryteriów artykułu naukowego, ale prezentujące ciekawe doświadczenia z życia szkolnego, pomysły dydaktyczne oraz projekty edukacyjne.

Warto podkreślić, że pracownicy Zakładu angażują się czynnie w organizację innych konferencji i działalność wydawniczą w innych redakcjach. Wśród takiej aktywności związanej bezpośrednio z przedsiębiorczością należy wymienić udział Zakładu jako partnera I Zjazdu Katedr Przedsiębiorczości oraz Innowacji organizowanego przez Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, uczestnictwo Z. Ziolo i T. Rachwała w radzie programowej konferencji z cyklu „Edukacja dla Przedsiębiorczości” organizowanych przez Akademię Ignatianum z Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie oraz udział T. Rachwała w powstaniu i działalności bieżącej (jako członka zespołu redakcyjnego) kwartalnika naukowego „Entrepreneurial Business and Economics Review”, wydawanego przez Centrum Przedsiębiorczości Strategicznej i Międzynarodowej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

Specjalności dydaktyczne z zakresu przedsiębiorczości na studiach wyższych oraz przygotowanie nauczycieli

W wyniku szczegółowych analiz treści kształcenia na studiach geograficznych, przeprowadzonych na przełomie XX i XXI w. przez pracowników formułującego się Zakładu, okazało się, że zawierają one wiele zagadnień, które w znacznym stopniu stanowią podbudowę dla treści przedmiotów związanych z nową specjalnością – geografia z przedsiębiorczością i gospodarką przestrzenną⁶. Przygotowując się do uruchomienia nowej specjalności, zespół pracowników Zakładu opracował informacje na temat sylwetki jej absolwenta, program z planem przedmiotów oraz programy dla nowych kursów (zob. Ziolo, 2005). W kolejnych latach, w związku ze zmianami w systemie szkolnictwa wyższego, dokonano przekształceń specjalności na kierunku geografia, oferując na studiach I i II stopnia specjalność nienauczycielską – geografia z przedsiębiorczością i gospodarką przestrzenną – oraz na studiach II stopnia specjalność nauczycielską – geografia z podstawami przedsiębiorczości. Specjalność nauczycielska z zakresu przedsiębiorczości była okresowo także realizowana na kierunku informatyka, prowadzonym we współpracy

⁶ Szerzej o problematyce badawczej przedsiębiorczości w naukach geograficznych w artykule Z. Ziolo i T. Rachwała (2012). Związki przedsiębiorczości z kształceniem geograficznym były także przedmiotem zainteresowania m.in. T. Rachwała (2004b), M. Borowiec i T. Rachwała (2011), M. Płaziak i T. Rachwała (2014) oraz Z. Ziolo (2012).

z Zakładem na Wydziale Matematyczno-Fizyczno-Technicznym Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Nadto dla czynnych nauczycieli szkół ogólnokształcących i zawodowych przygotowano programy studiów podyplomowych z zakresu przedsiębiorczości, których ukończenie daje uprawnienia do nauczania w szkole przedmiotu podstawy przedsiębiorczości oraz innych zajęć edukacyjnych z tej problematyki. Studia te realizowane są, w kolejnych edycjach, do dzisiaj.

Z inicjatywy Zakładu podjęto prace nad uruchomieniem studiów inżynierskich I stopnia na kierunku gospodarka przestrzenna, gdzie oferowane są dwie specjalności, za które jest odpowiedzialny Zakład: przedsiębiorczość w gospodarce przestrzennej oraz rozwój lokalny i regionalny. Ponadto specjalności z zakresu przedsiębiorczości oferowane są na kierunku turystyka i rekreacja. Są to: przedsiębiorczość w turystyce (studia I stopnia) oraz przedsiębiorczość w regionalnej gospodarce turystycznej (studia II stopnia). Kursy z zakresu przedsiębiorczości prowadzone są przez pracowników Zakładu na wszystkich kierunkach studiów na Wydziale Geograficzno-Biologicznym, a także na kierunkach prowadzonych na innych wydziałach, m.in. na architekturze informacji i socjologii.

Prace w zakresie przygotowania podręczników szkolnych

Pracownicy Zakładu włączali się aktywnie w przygotowanie podręczników i pomocy dydaktycznych do wprowadzanego na początku XXI w. nowego przedmiotu do szkół ponadgimnazjalnych – podstawy przedsiębiorczości. W latach 2000–2002 T. Rachwał i Z. Makieła opracowali program nauczania nowego przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w liceum i technikum (Makieła, Rachwał, 2002a) i podręcznik z CD-ROM-em (Makieła, Rachwał, 2002b), zeszyt ćwiczeń dla ucznia (Makieła, Rachwał, 2002c) oraz poradnik metodyczny (Makieła, Rachwał, 2002d). Podręcznik i zeszyt ćwiczeń cieszyły się dużą popularnością w środowisku szkolnym, o czym świadczy coroczne wznawianie tych pozycji w postaci nowych, zaktualizowanych wydań. W 2003 r. zespół pracowników Zakładu (T. Rachwał, M. Borowiec i W. Lis – obecnie Kilar) wraz z magistrantami specjalności nauczycielskiej opracowali zestaw scenariuszy zajęć edukacyjnych do wszystkich lekcji podstaw przedsiębiorczości, realizowanych zgodnie z opracowanym wcześniej programem (Bachta et al., 2003). Pomoce te, wydane staraniem wydawnictwa Nowa Era, zostały pozytywnie zaopiniowane przez recenzentów (w przypadku podręcznika było to oficjalne dopuszczenie przez Ministra Edukacji Narodowej na podstawie opinii rzeczoznawców) i wdrożone do edukacji na poziomie liceum i technikum. W kolejnych latach opracowano słownik szkolny *Podstawy przedsiębiorczości* (Rachwał, 2004a).

W związku z reformą programową kształcenia w szkołach ponadgimnazjalnych została wdrożona nowa podstawa programowa w zakresie przedsiębiorczości, dlatego też T. Rachwał i Z. Makieła opracowali w latach 2011–2012 nowy podręcznik i zeszyt ćwiczeń pt. *Krok w przedsiębiorczość* (opublikowany staraniem wydawnictwa Nowa Era) przeznaczony do nauczania podstaw przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych (Makieła, Rachwał, 2012a, b). Publikacje te były głównym elementem projektu wydawniczego, którego celem było opracowanie kompleksowego pakietu do kształcenia tego przedmiotu zgodnie z nową podstawą programową, dlatego obejmuje on także szereg publikacji dodatkowych, m.in. poradnik metodyczny z bogatym zestawem materiałów dodatkowych na płycie nauczyciela (*Krok w przedsiębiorczość*, 2012), filmów edukacyjnych oraz przewodników dla nauczycieli (Rachwał 2012a). W ramach wsparcia

nauczycieli tego przedmiotu wydawane są cyklicznie biuletyny edukacyjne, publikowane są wywiady i artykuły w czasopismach popularnonaukowych i specjalistycznych, w tym dla nauczycieli (m.in. Borowiec, Rachwał, 2005; Rachwał 2005b, 2011a,b; 2013) oraz organizowane przez Zakład w Krakowie w październiku każdego roku ogólnopolskie zjazdy nauczycieli przedsiębiorczości. W wyniku realizacji innego projektu, współfinansowanego ze środków unijnych, pt. „Jestem przedsiębiorczy”, pracownicy Zakładu M. Borowiec, S. Dorocki, W. Kilar, M. Płaziak, A.I. Szymańska, we współautorstwie z pracownikami innych Zakładów Instytutu Geografii UP (A. Świętek, P.L. Wilczyńskim) opracowali także dostępny bezpłatnie e-podręcznik do nauczania podstaw przedsiębiorczości i ekonomii w praktyce pt. *Przedsiębiorczość w praktyce* (Borowiec et al., 2014). T. Rachwał opracował także podręcznik do geografii społeczno-ekonomicznej dla liceum i technikum w zakresie rozszerzonym *Oblicza geografii 2* (Rachwał, 2013). Podręcznikowi temu towarzyszy bogaty zestaw publikacji dodatkowych, m.in. multimedialny CD-ROM i maturalne karty pracy dla uczniów oraz książka nauczyciela z CD-ROM-em i generatorem testów. Wszystkie wyżej wymienione podręczniki szkolne otrzymały pozytywne, bardzo dobre recenzje ekspertów i zostały tym samym dopuszczone przez Ministerstwo Edukacji Narodowej do użytku szkolnego.

We współpracy z autorami z innych zakładów i ośrodków akademickich (Czapliński, Rachwał, Tobolska, Uliszak, 2013) opublikowano także przewodnik akademicki do ćwiczeń z geografii gospodarczej. W związku z kolejną reformą systemu oświaty rozpoczęto prace nad przygotowaniem nowych podręczników do geografii i podstaw przedsiębiorczości dla 8-letnich szkół podstawowych i szkół średnich (liceum, technikum, szkoła branżowa I stopnia).

Prace na rzecz modernizacji podstawy programowej

Pracownicy Zakładu czynnie włączają się w dyskusje eksperckie związane z problematyką edukacji z zakresu przedsiębiorczości i geografii, realizując misję Uniwersytetu jako uczelni pedagogicznej. Od czasu wprowadzenia podstaw przedsiębiorczości do szkół ponadgimnazjalnych w 2002 r. analizowane były przez nich aktualnie obowiązujące zapisy podstawy programowej z tego przedmiotu (Rachwał 2004b,c; 2005a; 2006; 2010; Kurek, Rachwał, Szubert, 2012a; Rachwał, Kurek, Boguś, 2016) oraz projekty jej zmian, także te niewdrożone (Górz, Rachwał, 2006). We współpracy z pracownikami Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie opracowano projekt podstawy programowej w zakresie rozszerzonym, co umożliwiłoby wprowadzenie przedsiębiorczości do kanonu przedmiotów maturalnych (Rachwał i in. 2008). Prowadzono także badania porównawcze z innymi krajami (Kurek, Rachwał, 2009) oraz analizy przygotowania nauczycieli do nauczania tego przedmiotu (Tracz, Rachwał, 2007). Efektem tych działań były publikacje lub prace (ekspertyzy) nieprzeznaczone do druku, kierowane do odpowiednich organów władz odpowiedzialnych za politykę oświatową. Problematyka edukacji w zakresie przedsiębiorczości była podnoszona także w latach 2013–2015 w trakcie dyskusji na posiedzeniach Krajowej Rady Przedsiębiorczości, do której powołany został T. Rachwał. W 2016 r. podjęto natomiast prace, które dotyczyły przede wszystkim wdrażania kolejnej reformy programowej systemu oświaty. Pracownicy Zakładu, podobnie jak w trakcie wcześniejszych reform i zmian programowych, włączyli się w dyskusje na kierunkami zmian i propozycjami modernizacji treści kształcenia. Przejawiało się to nie tylko włączeniem

się w dyskusje prowadzone na platformie ekspertów i w trakcie debat organizowanych przez MEN, ale także zorganizowaniem z własnej inicjatywy spotkań z nauczycielami i przedstawicielami środowiska oświatowego poświęconych projektom zmian. W wyniku zorganizowanej w 2016 r. dyskusji specjalnej podczas zjazdu nauczycieli przedsiębiorczości, poprzedzonej referatem T. Rachwała (2016) nt. proponowanych kierunków zmian, sporządzono stanowisko środowiska naukowców i nauczycieli skupionego wokół corocznych konferencji i zjazdów. Zostało ono przekazane do MEN-u jako postulat do realizacji w ramach przeprowadzanej reformy. W efekcie, w związku z wieloletnimi pracami badawczymi z zakresu dydaktyki przedsiębiorczości i geografii, a także dużym doświadczeniem w realizacji projektów edukacyjnych z tych przedmiotów, jak i autorstwem podręczników szkolnych oraz poradników metodycznych dla nauczycieli z przedsiębiorczości i geografii, T. Rachwał został zaproszony do prac zespołu ekspertów MEN dotyczących nowej podstawy programowej z geografii dla szkół podstawowych i ponadpodstawowych. Minister edukacji narodowej powołała go także na koordynatora zespołu ekspertów ds. podstawy programowej z przedsiębiorczości. Do zespołu tego zostali także powołani W. Kilar oraz doświadczeni nauczyciele przedsiębiorczości i przedmiotów pokrewnych z Krakowa oraz Warszawy (P. Wróbel i Z. Kawecki). Prace te mają charakter aplikacyjny i będą wdrożone do realizacji w systemie oświaty w ramach jego reformy. Wyniki prac nad podstawą programową dla szkół podstawowych, w ramach których zaproponowano cele i efekty związane z kształtowaniem postaw przedsiębiorczych dla różnych przedmiotów szkolnych, zostały już przyjęte i rozpoczęło się ich wdrożenie. Zgodnie z harmonogramem reformy zapisy podstawy programowej dla szkół średnich będą w 2017 r. przedmiotem dyskusji w ramach tzw. prekonsultacji i konsultacji społecznych, a następnie będą wdrażane od roku szkolnego 2019/2020.

Udział w realizacji projektów międzynarodowych i krajowych

Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej angażuje się w realizację wielu międzynarodowych i krajowych projektów badawczych, wdrożeniowych i edukacyjnych związanych z kształceniem w zakresie przedsiębiorczości. Są one współfinansowane ze środków unijnych i krajowych. W ostatnich latach z udziałem pracowników Zakładu (bardzo często inicjujących wejście strony polskiej do konsorcjum i pełniących funkcje kierowników zespołów polskich) realizowane były lub są następujące projekty międzynarodowe:

1. FIFOB – „Fit for business: Developing business competencies in school”,
2. ReSeCo – „Retail Sector Competencies: Developing self and social competencies in vocational training for the retail sector”,
3. ReCall – „Retail Sector Competencies for All Teachers”,
4. CGCW – „Common Goals – Common Ways”,
5. RLG – „Reaching the Lost Generation”,
6. SUSEN – „Sustainable Entrepreneurship – A Game-Based Exploration for Lower Secondary Schools”,
7. E&B – „Engagement and Beyond” (planowane rozpoczęcie w drugiej połowie 2017 r.)

Ponadto opracowano kolejne wnioski o dofinansowanie projektów, które są w fazie oczekiwania na decyzje o przyznaniu środków.

W latach 2009–2011 T. Rachwał, jako kierownik zespołu polskiego wraz z pracownikami Zakładu Geografii Społeczno-Ekonomicznej (S. Kurek) i Zakładu Turystyki i Badań Regionalnych (M. Szubert), uczestniczyli w realizacji projektu badawczego „FIFOB – Fit for business: Developing business competencies in school” („Zdolni do biznesu – kształtowanie kompetencji biznesowych uczniów”), prowadzonego w ramach międzynarodowego konsorcjum z kilku krajów europejskich (Austria, Łotwa, Niemcy, Polska, Portugalia, Węgry, Wielka Brytania). W jego trakcie dokonano analizy podstaw programowych i programów nauczania we wszystkich krajach partnerskich, w celu określenia, na ile w systemach edukacji szkolnej kształtowane są kompetencje biznesowe. Wyniki analiz programów skonfrontowano z poglądami nauczycieli i partnerów społecznych (pracodawców, związków zawodowych). Szczegółowe, częściowe i końcowe, wyniki uzyskane w projekcie, dobre praktyki i rekomendacje dla zmian systemu edukacji zostały zaprezentowane w licznych publikacjach, w tym w monografii będącej podsumowaniem wyników badań (Kurek, Rachwał, 2010; Berger et al., 2012; Kurek, Rachwał, Szubert, 2012a, b; Pilz, Berger, Canning, red., 2012).

W okresie 2011–2013 realizowany był przez T. Rachwał, S. Kurka (jako kierowników zespołu polskiego) i W. Kilar wraz z partnerami z Niemiec, Włoch i Wielkiej Brytanii kolejny projekt pt. „ReSeCo – Retail Sector Competencies: Developing self and social competencies in vocational training for the retail sector” („Kompetencje sektora handlu detalicznego: Kształtowanie kompetencji osobistych i społecznych w szkolnictwie zawodowym dla sektora handlu detalicznego”). W wyniku tego projektu powstały materiały edukacyjne do kształtowania kompetencji osobistych i zawodowych związanych z oceną własnych słabych i mocnych stron, pracą zespołową, zarządzaniem własnym czasem oraz przyjmowaniem konstruktywnej krytyki (Kilar, Kurek, Rachwał, 2013b). Projekt miał charakter transferu innowacji i został pilotażowo przetestowany i wdrożony w polskich szkołach zawodowych (Kilar, Kurek, Rachwał, 2013b). Jego kontynuacją jest realizowany od 2015 r., z udziałem pracowników Zakładu – T. Rachwał i W. Kilar – oraz innych zakładów – S. Kurka i W. Osucha, projekt „ReCall – Retail Sector Competencies for All Teachers” (ReCall – Kompetencje sektora handlu detalicznego dla wszystkich nauczycieli). Projekt ten ma na celu doskonalenie zawodowe nauczycieli w zakresie kształtowania kompetencji osobistych i społecznych z wykorzystaniem materiałów dydaktycznych opracowanych w ramach projektu ReSeCo. Doskonalenie warsztatu dydaktycznego nauczycieli w tym zakresie będzie przeprowadzane za pomocą internetowego narzędzia szkoleniowego dla nauczycieli, opracowanego w ramach tego projektu⁷. Do projektu zostały włączone szkoły zawodowe z krajów partnerskich, co ma na celu optymalne dostosowanie narzędzi szkoleniowych do potrzeb szkolnych.

W latach 2012–2014 realizowany był projekt międzynarodowy „Common Goals – Common Ways”, którego celem był transfer dobrych praktyk w zakresie dostosowania szkół do pracy ze zróżnicowaną społecznie i kulturowo młodzieżą (w szczególności z uczniami romskimi) z Polski, Niemiec i Wielkiej Brytanii do Węgier. Projekt objął też działania na rzecz rozwoju postaw przedsiębiorczych uczniów i promocji kształcenia zawodowego przez podnoszenie zainteresowania uczniów szkołami zawodowymi,

⁷ Szczegółowa informacja o projekcie jest dostępna w języku angielskim na stronie lidera projektu: <http://www.recall.uni-koeln.de/en/home/>, natomiast narzędzie szkoleniowe jest dostępne (także w języku polskim) po zakończeniu projektu po adresem: <http://www.recall-ttt.uni-koeln.de>.

zwiększenie motywacji do nauki i wsparcie uczniów szkół zawodowych, świadome planowanie kariery zawodowej przez uczniów oraz utrzymywanie przez szkoły zawodowe kontaktu z realnym rynkiem pracy (Świątek, Osuch, 2013, 2014). Projekt był realizowany przez T. Rachwała przy współpracy z pracownikami innych zakładów (S. Kurek, W. Osuch, A. Świątek). W jego wyniku został opracowany między innymi poradnik metodyczny dla nauczycieli, jak edukować dzieci romskie (Świątek et al., 2014). Partnerzy z Węgier wykorzystali natomiast polskie doświadczenia w opracowaniu specjalnego programu na rzecz podniesienia poziomu edukacji i rozwijania postaw przedsiębiorczych młodzieży. Ze względu na dobrze rozwijającą się współpracę przy tym projekcie w ostatnim kwartale 2014 r. rozpoczęto także realizację w tym samym gronie partnerów z Polski, Niemiec, Szkocji i Węgier kolejnego projektu międzynarodowego RLG – „Reaching the Lost Generation”. Oprócz pracowników Zakładu (T. Rachwał, W. Kilar) są w niego zaangażowani S. Kurek (Zakład Geografii Społeczno-Ekonomicznej) oraz W. Osuch i A. Świątek (Zakład Dydaktyki Geografii). Głównym celem tego projektu jest kształtowanie postaw przedsiębiorczych młodzieży w krajach europejskich. Skierowany jest on do osób w młodym wieku, niemających zatrudnienia i często też dalszych planów w zakresie edukacji, a także wiary w możliwość rozwoju dającej satysfakcję kariery zawodowej. Projekt ma więc wspomagać nauczycieli i trenerów w rozwijaniu kompetencji przedsiębiorczych u tych osób, aby stworzyć im większe szanse na wejście na rynek pracy. W ramach projektu dokonano określenia kluczowych 10 kompetencji w zakresie przedsiębiorczości dla młodych ludzi stających przed koniecznością wyboru dalszej ścieżki kształcenia lub wejścia na rynek pracy, opracowano narzędzia do oceny poziomu tych kompetencji oraz program ich rozwoju (pod nazwą: RLG – Reach Your Life's Goals – pol. „Osiągaj swoje cele życiowe”), na który składa się szereg materiałów dydaktycznych do kształtowania tych kompetencji (Kilar et al. 2016; Kurek et al. 2016). Materiały te będą dostępne, także w języku polskim, dla nauczycieli po zakończeniu projektu⁸. Pod koniec 2017 r. planowane jest rozpoczęcie kolejnego projektu finansowanego ze środków unijnych w tym samym gronie partnerów – „Engagement & Beyond” dotyczącego problematyki zaangażowania w pracę nauczycieli i innych osób zatrudnionych w sektorze edukacji..

Jak powszechnie wiadomo, 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. Jednocześnie jednym z wielkich wyzwań cywilizacyjnych, nie tylko dla krajów europejskich, 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 nawiązywał 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”) prowadzony w latach 2014–2016 przez konsorcjum składające się z partnerów z różnych krajów europejskich (Belgii, Niemiec, Polski, Szwajcarii, Wielkiej Brytanii). Ze strony polskiej uczestniczyli w nim pracownicy i doktorant Zakładu (T. Rachwał, W. Kilar oraz M. Semczuk – obecnie Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie) przy współpracy z pracownikami

⁸ Szerzej o narzędziach do rozwoju kompetencji wypracowanych w ramach projektu RLG w artykułach N. Katony oraz W. Kilar, S. Kurek, W. Osuch, T. Rachwał i A. Świątek w niniejszym tomie.

innych zakładów (S. Kurek, A. Świętek). Podstawowym produktem finalnym tego projektu, przydatnym w edukacji w zakresie przedsiębiorczości i ekorozwoju, jest gra dydaktyczna PowerPlayer. Jest 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 6-letnich szkół podstawowych i szkół gimnazjalnych (obecnie, po reformie, starszych klas 8-letniej szkoły podstawowej), 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 przykładowe z życia gospodarczego, pokazujące, jak firmy wiążą w praktyce myślenie biznesowe (tj. nakierowane na efektywność ekonomiczną) z dbałością o środowisko w zakresie wykorzystania źródeł energii. Wyniki badań pilotażowych w trakcie fazy testowej przeprowadzanej w Polsce i innych krajach wskazują na atrakcyjność gry i jej przydatność w praktyce szkolnej (Kilar et al., 2016). Po zakończeniu projektu gra będzie dostępna w postaci elektronicznej do pobrania i wydruku⁹.

Oprócz projektów międzynarodowych w Zakładzie realizowanych było szereg projektów krajowych, z reguły także współfinansowanych ze środków unijnych. Do ważniejszych projektów krajowych realizowanych z inicjatywy lub przy znaczącym udziale pracowników Zakładu należy zaliczyć następujące projekty:

1. „Krok w przedsiębiorczość”,
2. „Jestem przedsiębiorczy” (dwa projekty pod wspólną nazwą przewodnią),
3. „Poznaj swoje kompetencje zawodowe”,
4. „Kompetentny student – dobry pracownik”.

W latach 2010–2013 realizowany był innowacyjny projekt krajowy pt. „Krok w przedsiębiorczość”, którego koordynatorem ds. merytorycznych był T. Rachwał, a wykonawcami pracownicy Zakładu: M. Borowiec, S. Dorocki, M. Zdon-Korzeniowska przy udziale S. Kurka oraz A. Świętek z innych zakładów. W projekt zaangażowani byli także absolwenci specjalności geografia z przedsiębiorczością i gospodarką przestrzenną, studiów podyplomowych z przedsiębiorczości oraz inni nauczyciele, współpracujący z Zakładem. W wyniku realizacji projektu zaprojektowano i pilotażowe wdrożono innowacyjną strategię kształtowania postaw przedsiębiorczych, rozwijania kompetencji matematycznych i umiejętności komputerowych w szkołach ponadgimnazjalnych (Dorocki, Kilar, Rachwał, 2011; Rachwał, 2012b, c). Opracowana strategia kształcenia oparta jest na koncepcji tworzenia przez uczniów wirtualnej firmy (zlokalizowanej na e-platformie edukacyjnej) i konkurowania na wirtualnym rynku (Rachwał, Ratajski, Zajac, 2012). W ramach projektu wypracowano szereg pomocniczych materiałów edukacyjnych dla nauczycieli, takich jak scenariusze zajęć z prezentacjami multimedialnymi i poradnik (Kilar, Rachwał, Zajac, 2012) oraz dla uczniów, m.in. publikacja *Biznesplan krok po kroku* (Dorocki et al., 2012).

Ponadto w latach 2010–2012 T. Rachwał uczestniczył jako ekspert w realizacji projektu pt. „Jestem przedsiębiorczy – kształtowanie postaw przedsiębiorczych wśród młodzieży z wykorzystaniem innowacyjnych metod i narzędzi”. Produktem finalnym tego

⁹ Więcej o grze na stronie <http://powerplayer.info/pl/strona-glowna/>. Tam też możliwość pobrania plików gry (plansza, karty, instrukcje) i materiałów dodatkowych dla nauczyciela i ucznia.

projektu jest zestaw zintegrowanych narzędzi dydaktycznych rozwijających kompetencje społeczne i postawy przedsiębiorcze wśród młodzieży oraz wspomagających dydaktyczny proces nauczania przedmiotów podstawy przedsiębiorczości i ekonomii w praktyce (Rachwał, 2012d). Pracownicy Zakładu (M. Borowiec, S. Dorocki, W. Kilar, M. Płaziak, A. Szymańska) wraz z pracownikami innych zakładów (A. Świętek, P.L. Wilczyński) zaangażowani byli w latach 2012–2014 w kolejny projekt z tego cyklu pt. „Jestem przedsiębiorczy – innowacyjny program nauczania podstaw przedsiębiorczości i ekonomii w praktyce”, w efekcie czego powstał program nauczania (Ambrozik et al., 2013), scenariusze zajęć oraz wspomniany wcześniej e-podręcznik do kształcenia w zakresie tych dwu przedmiotów. Jest to pierwszy interdyscyplinarny (dwuprzedmiotowy) podręcznik na rynku, przeznaczony do kształcenia zarówno w zakresie podstaw przedsiębiorczości, jak i ekonomii w praktyce (Borowiec et al., 2014).

W latach 2014–2016 T. Rachwał oraz D. Piróg z Zakładu Dydaktyki Geografii wraz z wydawnictwem Nowa Era i innymi partnerami realizowali projekt „Poznaj swoje predyspozycje zawodowe”, którego przedmiotem było opracowanie nowoczesnych narzędzi wspomagających rozpoznawanie kompetencji zawodowych młodzieży pn. „ZAMEK”, celem planowania ich dalszej ścieżki kształcenia i przyszłej kariery zawodowej. W efekcie projektu powstał test predyspozycji zawodowych, przygotowany w atrakcyjnej, komiksowej formie przez zespół specjalistów z zakresu doradztwa zawodowego, psychologii, przedsiębiorczości i wejścia młodych ludzi na rynek pracy. Można go wykonać w wersji on-line (elektronicznej) lub tradycyjnie. Przeprowadzone przez osoby realizujące projekt badania pilotażowe wskazują, że taka forma testu, z użyciem komiksu, daje bardzo dobre rezultaty, często lepsze od testów tradycyjnych. Stwierdzono, że dzięki wykorzystaniu formuły komiksowej opracowane narzędzie jest atrakcyjną – szczególnie dla młodzieży – formą diagnozy dominującego typu zachowania (osobowości zawodowej) i związanych z nim predyspozycji zawodowych (Piróg 2015a). Otrzymane informacje pozwolą zorientować się, które zawody najbardziej pasują do posiadanych kompetencji. Za pomocą narzędzia można także określić poziom kompetencji przedsiębiorczych. Do testu przygotowano szereg materiałów dodatkowych, m.in. przewodnik metodyczny dla nauczycieli (Piróg, 2015a), poradnik dla uczniów (Piróg, 2015b) wraz z kartami opisu wszystkich zawodów, zgodnie z obowiązującą klasyfikacją zawodów, narzędzie do analizy predyspozycji i zainteresowań uczniów i inne¹⁰.

Pracownicy Zakładu włączają się także aktywnie w realizację innych projektów z zakresu przedsiębiorczości jako wykonawcy. W 2015 r. T. Rachwał, A. Świętek oraz pracownicy innych jednostek Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie uczestniczyli w realizacji projektu uczelnianego pt. „Kompetentny student – dobry pracownik”, który był współfinansowany ze środków unijnych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Projekt był adresowany do studentów filologii oraz edukacji techniczno-informatycznej. Jednym z jego celów było przeprowadzenie obrad okrągłego stołu z pracodawcami na temat możliwości ich włączenia w konstruowanie programów studiów oraz konkurs na biznesplan. Konkurs poprzedzony był szkoleniami dla studentów z zakresu tworzenia biznesplanów oraz prowadzenia działalności gospodarczej. W efekcie realizacji tego projektu powstało stanowisko Pełnomocnika Rektora UP ds. Przedsiębiorczości. Funkcję tę

¹⁰ Test predyspozycji, poradniki oraz karty zawodów i inne materiały wypracowane w ramach realizacji projektu są dostępne na stronie internetowej www.e-zamek.pl

pełni T. Rachwał, który jest odpowiedzialny m.in. za merytoryczny kształt corocznych obchodów Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie i inne działania uczelni w zakresie kształtowania postaw przedsiębiorczych studentów i promowania przedsiębiorczości w społeczeństwie, szczególnie wśród młodzieży szkolnej oraz nauczycieli. Działania te adresowane są zatem przede wszystkim do środowiska szkolnego i akademickiego. Aktywnie włączają się w nie pracownicy Zakładu.

Uwagi końcowe i zaproszenie do współpracy

Zarysowane w niniejszym artykule działania na rzecz edukacji w zakresie przedsiębiorczości wskazują na dużą aktywność Zakładu Przedsiębiorczości i Gospodarki Przejrzystej IG UP w zakresie prowadzenia projektów badawczych i edukacyjnych, przygotowań podręczników i innych pomocy dydaktycznych, stałej współpracy ze środowiskiem szkolnym, w tym przy organizacji konferencji i zjazdów nauczycieli przedsiębiorczości oraz podejmowaniu prac eksperckich dla władz odpowiadających za politykę oświatową, w tym stałe monitorowanie z własnej inicjatywy projektów zmian w edukacji oraz proponowanie działań na rzecz podniesienia jej poziomu. Oczywiście nie wszystkie pomysły i propozycje są przyjmowane przez odpowiednie władze do realizacji (przykładem może być składany od wielu lat i ciągle niezrealizowany, a poparty wieloma argumentami postulat umożliwienia realizacji przedmiotu podstawy przedsiębiorczości w zakresie rozszerzonym, zdawania go jako fakultatywnego przedmiotu na maturze i wprowadzenia go jako osobnego przedmiotu na niższe poziomy edukacji). Niemniej jednak pracownicy Zakładu przygotowują je w ścisłej współpracy z ekspertami i środowiskiem nauczycielskim, tak aby dzięki dobremu opracowaniu mogły być wdrożone. W efekcie większość z tych działań i projektów, ze względu na ich aplikacyjny charakter, znalazła swoje zastosowanie w praktyce szkolnej i akademickiej.

Zapraszamy do prezentowania wyników prac badawczych, doświadczeń z praktyki szkolnej i akademickiej oraz dyskusji w trakcie corocznych październikowych konferencji i zjazdów nauczycieli przedsiębiorczości, lektury i publikowania artykułów w czasopiśmie „Przedsiębiorczość – Edukacja”, a także korzystania z podręczników i szeregu innych wydawnictw autorstwa pracowników Zakładu oraz narzędzi dydaktycznych wypracowanych w trakcie realizacji międzynarodowych i krajowych projektów edukacyjnych. Zachęcamy także wszystkich zainteresowanych do kontaktu i współpracy w zakresie realizowanych projektów¹¹.

Literatura

References

- Ambrozik, M., Czarniecka-Wilczak, K., Domańska, A., Kowalska, E., Kempniak, P., Lehmann, A., Lenarczyk, V., Marciniak, B., Piguła, G., Pyrzyk, K., Sekura, M., Szarzyńska, C., Świętek, A., Walczak-Gozdowska, S., Witkowski, R., Zygmunt, A., (2013). *Jestem przedsiębiorczy – innowacyjny program nauczania „podstaw przedsiębiorczości” i „ekonomii w praktyce”*. Poznań: Fundacja Wrota Edukacji – Edugate.

¹¹ Charakterystykę Zakładu i dane kontaktowe można znaleźć na stronie internetowej: www.zpigp.up.krakow.pl

- Bachta, A., Bieszczad, G., Borowiec, M., Buziewicz, A., Chomiak, B., Doktor, R., Drobnik, I., Fiedor, K., Jodłowska, J., Lis, W., Rachwał, T., Zbierak, M. (2003). *Podstawy przedsiębiorczości. Scenariusze zajęć edukacyjnych dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum*. Warszawa: Nowa Era.
- Berger, S., Canning, R., Dolan, M., Kurek, S., Pilz, M., Rachwał, T. (2012). Curriculum-making in pre-vocational education in the lower secondary school: A regional comparative analysis within Europe, *Journal of Curriculum Studies*, 44(5), 679–701. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/00220272.2012.702223>
- Borowiec, M., Dorocki, S., Kilar, W., Płaziak, M., Szymańska, A.I., Świętek, A., Wilczyński, P.L. (2014). *Przedsiębiorczość w praktyce. Podręcznik dla szkół ponadgimnazjalnych do podstaw przedsiębiorczości i ekonomii w praktyce (zakres podstawowy)*, e-podręcznik. Poznań: Fundacja Wrota Edukacji – EduGate.
- Borowiec, M., Rachwał, T. (2005). O potrzebie kształtowania postaw przedsiębiorczych. „Konspekt”. *Pismo Akademii Pedagogicznej w Krakowie*, 35(23), 62–67.
- Borowiec, M., Rachwał, T. (2011). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych na lekcjach geografii wyznaniem edukacyjnym w procesach globalizacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 321–332.
- Borowiec, M., Rachwał, T. (oprac. red.) (2005). *Działalność naukowo-dydaktyczna Zakładu Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej w latach 2000–2005*. Kraków: Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Instytut Geografii, Akademia Pedagogiczna im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie.
- Czapliński, P., Rachwał, T., Tobolska, A., Ułiszak, R., (2013). *Geografia gospodarcza. Przewodnik do ćwiczeń*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Dorocki, S., Kilar, W., Rachwał, T. (2011). Założenia i cele projektu „Krok w przedsiębiorczość” dla nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 7, 308–320.
- Dorocki, S., Kilar, W., Rachwał, T., Świętek, A., Zdon-Korzeniowska M. (2012). *Biznesplan krok po kroku. Poradnik dla uczniów i uczennic: III część produktu finalnego*. Warszawa: Nowa Era.
- Górz, B., Rachwał, T. (2006). Uwagi do propozycji zmian podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 2, 226–235.
- Kilar, W., Kurek, S., Osuch, W., Rachwał, T., Świętek, A. (2016). Ocena i kształtowanie postaw przedsiębiorczych w oparciu o narzędzia wypracowane w ramach projektu RLG. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 426–443.
- Kilar, W., Kurek, S., Rachwał, T. [oprac. aut.] (2013a). *Kształtowanie kompetencji osobistych i społecznych w szkołach zawodowych*, Kraków: Primedruk dla Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.
- Kilar, W., Kurek, S., Rachwał, T. (2013b). Kształtowanie kompetencji osobistych i społecznych w szkolnictwie zawodowym dla sektora handlu detalicznego w świetle opinii partnerów społecznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 273–288.
- 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.
- Kilar, W., Rachwał, T., Zając, M. (oprac. aut.) (2012). *Poradnik metodyczny dla nauczycieli i nauczycielek. II część produktu finalnego*. Warszawa: Nowa Era.
- Kosała, M., Urbaniec, M., Wach, K. (2016). *Leksykon polskich badaczy przedsiębiorczości*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Centrum Przedsiębiorczości Strategicznej i Międzynarodowej.
- Krok w przedsiębiorczość. *Książka Nauczyciela. Materiały dydaktyczne do nauczania podstaw przedsiębiorczości* (2012). Praca zbiorowa. Warszawa: Nowa Era.
- Kurek, S., Osuch, W., Kilar, W., Rachwał, T., Świętek, A. (2016). *Developing entrepreneurial competencies between initial and final self-assessment of RLG project participants*, streszczenie referatu na 13. Międzynarodową Konferencję Naukową „Międzynarodowe i krajowe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości”. Pozyskano z: <http://www.entrepreneurship.up.krakow.pl/wp-content/uploads/2015/02/Sławomir-Kurek-i-inni.pdf>

- Kurek, S., Rachwał, T. (2009). The Role of Business Education in the Development of Entrepreneurship in the Member States of the European Union. *Europa XXI*, 19, 127–142.
- Kurek, S., Rachwał, T. (2010). Założenia i wstępne wyniki europejskiego projektu badawczego „FIFOBI” w zakresie kształtowania kompetencji uczniów gimnazjum do prowadzenia działalności gospodarczej. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 6, 472–485.
- Kurek, S., Rachwał, T. (red.). (2014). *Działalność naukowo-dydaktyczna Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie w 2013 roku*. Kraków: Instytut Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.
- Kurek, S., Rachwał, T., Szubert, M. (2012a). Business Competencies in Polish School Curricula: Opinions of Teachers and Social Partners, W: Pilz M., Berger S., Canning R. (red.). *Fit for Business. Pre-Vocational Education in European Schools*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer, 61–88.
- Kurek, S., Rachwał, T., Szubert, M. (2012b). Kształtowanie kompetencji biznesowych uczniów gimnazjum w świetle opinii nauczycieli na podstawie wyników badań prowadzonych w ramach europejskiego projektu FIFOBI. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 24–36.
- Makiela, Z., Rachwał, T. (2002a). *Podstawy przedsiębiorczości – program nauczania dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum*, Warszawa: Nowa Era.
- Makiela, Z., Rachwał, T. (2002b). *Podstawy przedsiębiorczości – podręcznik dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum*. Warszawa: Nowa Era. [Łącznie 10 zmienionych wydań do 2012 r.]
- Makiela, Z., Rachwał, T. (2002c). *Podstawy przedsiębiorczości – zeszyt ćwiczeń dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum*. Warszawa: Nowa Era. [Łącznie 10 zmienionych wydań do 2012 r.]
- Makiela, Z., Rachwał, T. (2002d). *Podstawy przedsiębiorczości – poradnik metodyczny dla nauczycieli liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum*. Warszawa: Nowa Era [Łącznie 3 zmienione wydania].
- Makiela, Z., Rachwał, T. (2012a). *Krok w przedsiębiorczość. Podręcznik do podstaw przedsiębiorczości dla szkół ponadgimnazjalnych*. Warszawa: Nowa Era. [Łącznie 5 zmienionych wydań do 2016 r.]
- Makiela, Z., Rachwał, T. (2012b). *Krok w przedsiębiorczość. Zeszyt ćwiczeń dla szkół ponadgimnazjalnych*. Warszawa: Nowa Era. (Łącznie 5 zmienionych wydań do 2016 r.)
- Pilz, M., Berger, S., Canning, R. (red.) (2012). *Fit for Business. Pre-Vocational Education in European Schools*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Springer.
- Piróg, D. (2015a). *ZAMEK. Rozpoznawanie predyspozycji zawodowych. Materiały metodyczno-informacyjne i narzędzia dla nauczycieli, doradców zawodowych, psychologów, pedagogów i rodziców*. Warszawa: Nowa Era.
- Piróg, D. (2015b). *ZAMEK. Rozpoznawanie predyspozycji zawodowych. Materiały informacyjne i narzędzia dla uczniów*. Warszawa: Nowa Era.
- Plaźiak, M., Rachwał, T. (2014). Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości w polskich uniwersytetach na studiach nieekonomicznych (na przykładzie kierunku geografia). *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 249–266.
- Rachwał, T. (2004a). *Podstawy przedsiębiorczości – słownik dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum*. Warszawa: Nowa Era. [Łącznie 2 wydania zmienione.]
- Rachwał, T. (2004b). Kształtowanie postaw przedsiębiorczości u uczniów – wyzwaniem dla nauczycieli geografii. W: W. Osuch, D. Piróg (red.), *Kształcenie i doksztalcanie nauczycieli geografii w Polsce i w krajach Unii Europejskiej w drodze do jednoczącej się Europy*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe Akademii Pedagogicznej, 184–192.
- Rachwał, T. (2004c). Cele i treści kształcenia przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych. W: J. Brdulak, M. Kulikowski (red.). *Przedsiębiorczość stymulatorem rozwoju gospodarczego*. Warszawa: Instytut Wiedzy SGH, 263–270.
- Rachwał, T. (2005a). Kształtowanie postaw uczniów na lekcjach podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 137–144.

- Rachwał, T. (2005b). Przedsiębiorczość w Polsce (wywiad). *Nasz Rynek Kapitałowy – Miesięcznik Analiz Polskiego Rynku Kapitałowego*, 6(174)/2005.
- Rachwał, T. (2006). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w edukacji szkolnej. W: B. Muchacka (red.). *Szkoła w nauce i praktyce edukacyjnej*, t. II. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Akademia Pedagogiczna w Krakowie, 427–434.
- Rachwał, T. (2010). Entrepreneurship Education as a Growth Stimulus for Family Firms. In: A. Surdej, K. Wach K. (red.), *Exploring the Dynamics of Entrepreneurship*. Toruń: A. Marszałek Publishing House, 39–156.
- Rachwał, T. (2011). Rozwój kierunków badawczych i działalność naukowo-dydaktyczna Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. W: Z. Długosz, T. Rachwał T. (red.), *Priorytety aplikacyjne i badawcze geografii polskiej*. Kraków: Wydawnictwo Naukowe UP, 101–126.
- Rachwał, T. (2011a). Krok w przedsiębiorczość – jak efektywnie kształtować postawy przedsiębiorcze uczniów szkół ponadgimnazjalnych. *Edufakty*, 14, 6–7.
- Rachwał, T. (2011b). Przedsiębiorczy, czyli uporczywie krocący naprzód (wywiad). *Uczyć lepiej. Czasopismo Ośrodka Doskonalenia Nauczycieli w Poznaniu*, 1/2011–2012, 5–7.
- Rachwał, T. (2012a). Gra o przedsiębiorczość. W: *Podstawy przedsiębiorczości. Przewodnik dla nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych*. Warszawa: Wydawnictwo Nowa Era, 36–39.
- Rachwał, T. (2012b). Informacja o innowacyjnym projekcie „Krok w przedsiębiorczość”. W: Z. Ziolo, M. Borowiec (red.), *Problematyka 28. Międzynarodowej Konferencji Naukowej nt. Przemysł i usługi w rozwoju gospodarki opartej na wiedzy*. Warszawa–Kraków: Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Komisja Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, 144–145.
- Rachwał, T. (2012c). Jak efektywnie kształtować postawy przedsiębiorcze uczniów szkół ponadgimnazjalnych? Informacja o innowacyjnym projekcie edukacyjnym „Krok w przedsiębiorczość”. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 412–413.
- Rachwał, T. (2012d). Projekt „Jestem przedsiębiorczy” a założenia nowej podstawy programowej kształcenia w ramach przedmiotów podstawy przedsiębiorczości i ekonomia w praktyce. Tekst referatu przygotowanego na seminarium dla dyrektorów szkół ponadgimnazjalnych. Pozyskano z http://www.jestempredsiiebiorczy.pl/att/Rachwal_artikul_Seminarium_dla_dyrektorow_6-06-12_tekst.pdf
- Rachwał, T. (2013). Krok w przedsiębiorczość – propozycja na czasie. *Edu-Fakty – Uczę Nowocześnie*, 25, 48–51.
- Rachwał, T. (2014). 10 lat konferencji z cyklu „Przedsiębiorczość – Edukacja” organizowanych przez Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 392–395.
- Rachwał, T. (2016). *Przedsiębiorczość w szkole w warunkach reformy systemu edukacji – głos w dyskusji nad kierunkami zmian / Entrepreneurship in school in the conditions of the education system reform – a voice in the discussion on the directions of change*, streszczenie referatu na 13. Międzynarodową Konferencję Naukową „Międzynarodowe i krajowe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości”. Pozyskano z: <http://www.entrepreneurship.up.krakow.pl/wp-content/uploads/2015/02/Tomasz-Rachwal1.pdf>
- 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.
- 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>
- Rachwał, T., Ratajski P., Zając M. (oprac. aut.) (2012). *Innowacyjna strategia kształcenia „Krok w przedsiębiorczość”. I część produktu finalnego*. Warszawa: Nowa Era.
- Rachwał, T., Ziolo, Z. (2010). I. Rozwój naukowo-dydaktyczny i problematyka badań zakresie dyscyplin towarzyszących, 3. Przedsiębiorczość. W: Z. Długosz, Z. Ziolo (red.), *Rozwój naukowo-dydakty-*

- czny i kierunki badawcze Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Kraków: Wydawnictwo Naukowe UP, 225–237.
- Świątek, A., Kurek S., Osuch, W., Rachwał T. (2014). *Jak edukować dzieci romskie? Propozycje dla nauczycieli w zakresie kształcenia romskiej mniejszości etnicznej*, Kraków: Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Instytut Geografii.
- Świątek, A., Osuch, W. (2013). Informacja o międzynarodowym projekcie „Common goals - common ways”. W: Ziolo Z., Borowiec M. (red.), *Problematyka 29. Międzynarodowej Konferencji Naukowej nt. „Zmiany struktury przestrzennej przemysłu i usług w warunkach kryzysu gospodarczego”*. Kraków – Warszawa: Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Polskie Towarzystwo Geograficzne, Komisja Geografii Przemysłu, 119–121.
- Świątek, A., Osuch, W. (2014). Międzynarodowy projekt „Common Goals – Common Ways” – faza testowania”/ International Project „Common Goals – Common Ways” – Testing Phase. W: Z. Ziolo, M. Borowiec, (red.), *Problematyka 30. Jubileuszowej Międzynarodowej Konferencji Naukowej nt. „Problematyka badawcza przemian strukturalnych przemysłu i usług w układach przestrzennych”*. Kraków – Warszawa: Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Geografii, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej, Polskie Towarzystwo Geograficzne, Komisja Geografii Przemysłu, 172–178.
- Tracz, M., Rachwał, T. (2007). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości – założenia realizacji a przygotowanie nauczycieli. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 3, 286–296.
- Ziolo, Z. (2005). Kształcenie nauczycieli do nauczania przedsiębiorczości na specjalności „geografia z przedsiębiorczością i gospodarką przestrzenną” w Akademii Pedagogicznej w Krakowie. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 161–166.
- Ziolo, Z. (2012). Miejsce przedsiębiorczości w edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 8, 10–23.
- Ziolo, Z. (2014). Problemy naukowo-dydaktyczne międzynarodowych konferencji naukowych z cyklu „Przedsiębiorczość – Edukacja”. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 10, 10–34.
- Ziolo, Z., Rachwał, T. (2012). Entrepreneurship in geographical research. W: P. Churski (red.), *Contemporary Issues in Polish Geography*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 135–155.
- Ziolo, Z., Rachwał, T. (2016). Badania i specjalności dydaktyczne z zakresu Przedsiębiorczości na Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie. W: Wach K. (red.), *Złota księga polskich katedr przedsiębiorczości*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Centrum Przedsiębiorczości Strategicznej i Międzynarodowej, 129–135.

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, pełnomocnik rektora UP ds. przedsiębiorczości, pełni m.in. funkcję Wiceprzewodniczącego 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 oraz Geographia Polonica”. 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, Rector's Proxy for Entrepreneurship, Deputy Chair of the Industrial Geography Committee of the Polish

Geographical Society, 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* and *Geographia Polonica*. 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 w Krakowie
Instytut Geografii
Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Polska
e-mail: T.Rachwal@up.krakow.pl

Załącznik 1

Wykaz ogólnopolskich i międzynarodowych konferencji naukowych z cyklu poświęconego problematyce przedsiębiorczości

- Pierwsza Ogólnopolska Metodyczna Konferencja Naukowa pt. „Przedsiębiorczość a współczesne wyzwania cywilizacyjne”, Kraków, 27–28 września 2004 r.
- II Ogólnopolska Metodyczna Konferencja Naukowa pt. „Rola przedsiębiorczości w podnoszeniu konkurencyjności społeczeństwa i gospodarki” ze specjalną sesją „Rola etyki w przedsiębiorczości”, Kraków, 10–11 października 2005 r.
- III Ogólnopolska Metodyczna Konferencja Naukowa pt. „Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej”, Kraków, 9–10 października 2006 r.
- IV Ogólnopolska Metodyczna Konferencja Naukowa pt. „Rola przedsiębiorczości w gospodarce opartej na wiedzy” ze specjalną sesją pt. „Rola etyki w przedsiębiorczości”, Kraków, 8–9 października 2007 r.
- V Ogólnopolska Metodyczna Konferencja Naukowa pt. „Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego” połączona z I Ogólnopolskim Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 6–7 października 2008 r.
- VI Ogólnopolska Metodyczna Konferencja Naukowa pt. „Przedsiębiorczość w warunkach integracji europejskiej” połączona z II Ogólnopolskim Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 5–6 października 2009 r.
- VII Ogólnopolska Metodyczna Konferencja Naukowa pt. „Przedsiębiorczość w warunkach globalizacji” połączona z III Ogólnopolskim Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 4–5 października 2010 r.
8. Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. „Rola przedsiębiorczości w edukacji” (8th International Scientific Conference on *the Role of Entrepreneurship in Education*) połączona z 4. Ogólnopolskim Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 3–4 października (October) 2011 r.
9. Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. „Przedsiębiorczość w warunkach kryzysu gospodarczego” (9th International Scientific Conference on *Entrepreneurship in the Conditions of Economic Crisis*) połączona z 5. Ogólnopolskim Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 8–9 października (October) 2012 r.
10. Jubileuszowa Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. „Rola przedsiębiorczości w rozwoju firm i układów przestrzennych” (10th Jubilee International Scientific Conference on *the Role of Entrepreneurship in the Development of Enterprises and Spatial Systems*) połączona z 6. Ogólnopolskim Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 7–8 października (October) 2012 r.
11. Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. „Rola przedsiębiorczości w rozwoju społeczno-gospodarczym układów przestrzennych” (11th International Scientific Conference on *the Role of Entrepreneurship in Socio-Economic Development of Spatial Systems*), połączona z 7. Ogólnopolskim Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 6–7 października (October) 2014 r.
12. Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. „Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju układów lokalnych” (12th International Scientific Conference on *Entrepreneurship as a Factor in the Development*

- of Local Systems*), połączona z 8. Ogólnopolskim Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 5–6 października (October) 2015 r.
13. Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. „Międzynarodowe i krajowe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w układach przestrzennych” (13th Scientific Conference *on International and Domestic Conditions for the Development of Entrepreneurship in Spatial Systems*) połączona z 9. Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 10–11 października (October) 2016 r.
14. Międzynarodowa Konferencja Naukowa pt. „Przedsiębiorczość w rozwoju układów regionalnych” (14th International Scientific Conference *on Entrepreneurship in the Development of Regional Systems*), połączona z 10. Jubileuszowym Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 9–10 października (October) 2017 r.

W 2018 r. zapraszamy na kolejną 15. Międzynarodową Konferencję Naukową pt. „Problematyka badawcza funkcji przedsiębiorczości w rozwoju układów przestrzennych” (15th International Scientific Conference *on the Functions of Entrepreneurship in the Development of Spatial Systems – Research-related issues*), połączoną z 11. Zjazdem Nauczycieli Przedsiębiorczości, Kraków, 8–9 października (October) 2018 r.

Załącznik 2

Wykaz tomów „Przedsiębiorczość – Edukacja”

- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2005, *Przedsiębiorczość a współczesne wyzwania cywilizacyjne*, Przedsiębiorczość – Edukacja, nr 1, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Wydawnictwo „MiWa”, Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2006, *Rola przedsiębiorczości w podnoszeniu konkurencyjności społeczeństwa i gospodarki*, Przedsiębiorczość – Edukacja, nr 2, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2007, *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej*, Przedsiębiorczość – Edukacja, nr 3, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Akademii Pedagogicznej w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2008, *Rola przedsiębiorczości w gospodarce opartej na wiedzy*, Przedsiębiorczość – Edukacja, nr 4, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2009, *Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*, Przedsiębiorczość – Edukacja, nr 5, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2010, *Przedsiębiorczość w warunkach integracji europejskiej*, Przedsiębiorczość – Edukacja, nr 6, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2011, *Przedsiębiorczość w warunkach globalizacji/ Entrepreneurship in the Conditions of Globalization*, Przedsiębiorczość – Edukacja / Entrepreneurship – Education, nr 7, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2012, *Rola przedsiębiorczości w edukacji / the Role of Entrepreneurship in Education*, Przedsiębiorczość – Edukacja / Entrepreneurship – Education, nr 8, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2013, *Przedsiębiorczość w warunkach kryzysu gospodarczego / Entrepreneurship in the Conditions of Economic Crisis*, Przedsiębiorczość – Edukacja / Entrepreneurship – Education, nr 9, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2014, *Rola przedsiębiorczości w rozwoju firm i układów przestrzennych / the Role of Entrepreneurship in the Development of Enterprises and Spatial Systems*, Przedsiębiorczość – Edukacja / Entrepreneurship – Education, nr 10, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków.

- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2015, *Rola przedsiębiorczości w rozwoju społeczno-gospodarczym układów przestrzennych/ the role of entrepreneurship in the socio-economic development of spatial systems*, Przedsiębiorczość – Edukacja / Entrepreneurship – Education, nr 11, wydawnictwo Nowa Era, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Warszawa–Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2016, *Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju układów lokalnych/ Entrepreneurship as a factor in the development of local systems*, Przedsiębiorczość – Edukacja / Entrepreneurship – Education, nr 12, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków.
- Zioło Z., Rachwał T. (red.), 2017, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości*, Przedsiębiorczość – Edukacja / Entrepreneurship – Education, nr 13, Zakład Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków.

Spis treści

Wprowadzenie	3
--------------------	---

Część I. Rola przedsiębiorczości w rozwoju układów przestrzennych

ZBIGNIEW ZIOŁO

The Determinants of Entrepreneurship Development in Spatial Systems.....	8
---	---

MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA

Operation of Small Businesses in Open-Air Markets in Poland Based on the Example of Kraków.....	25
--	----

ANITA KULAWIAK

Entrepreneurship in Small Towns in the Region of Łódź in the Assessment of Business Owners.....	41
--	----

WOJCIECH KILJAŃCZYK

Enterprise Development Programming in Partnership with Local Government, Science and Business. The Example of Rybnik	53
---	----

DOROTA WANTUCH-MATLA

Przedsiębiorcze podejście w kształtowaniu dobrej jakości przestrzeni publicznej	62
---	----

MONIKA NIEDZIÓŁKA

Przedsiębiorczość władz samorządowych w zakresie energetyki odnawialnej.....	77
--	----

JACEK RUDEWICZ

Motywy osiedlania się Polaków w niemieckiej części obszaru funkcjonalnego miasta Szczecin. Studium przypadku miejscowości Löcknitz	86
---	----

RAFAŁ BIELECKI

Analiza realizacji Lokalnej Strategii Rozwoju Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin „Jaksa”.....	106
---	-----

MICHAŁ ŻEMŁA

Przedsiębiorczość w obszarach recepcji turystycznej – wybrane problemy	117
--	-----

AGATA KUREK-OBROCKA

Baza rekreacyjno-sportowa i jej funkcjonowanie w mieście przemysłowym (na przykładzie Gliwic).....	127
---	-----

KRZYSZTOF SALA

Rola turystyki w rozwoju obszarów transgranicznych na przykładzie Euroregionu Niemen	143
---	-----

FRANCISZEK MRÓZ, KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS

Wpływ przedsiębiorczości mieszkańców i władz samorządowych na podniesienie atrakcyjności turystycznej regionu na przykładzie gminy Susiec (Roztocze Środkowe).....	159
--	-----

Część II. Wpływ przedsiębiorczości na rozwój podmiotów gospodarczych

ZBIGNIEW MAKIEŁA

Przedsiębiorczość i innowacyjność akademicka w Polsce 183

DANUTA JANCZEWSKA

Business Model Concept Based on Knowledge in Microenterprise 196

WOJCIECH SADKOWSKI

Rachunek kosztów jakości w przedsiębiorstwach – ewolucja, wdrożenie, zadania. 205

KAJA KUDEŁKO

Efficiency and Effectiveness of Marketing Communication Tools on the Dance Schools
Market Based on the Example of the Elita Dance Center in Kraków 216

MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA

Regres czy rozwój lokalnej działalności handlowo-usługowej w najstarszej części Nowej
Huty? 228

MARIOŁA TRACZ, MAŁGORZATA BAJGIER-KOWALSKA, RADOŚLAW ULISZAK

The Development of Agritourism in the Podkarpackie Voivodeship in the Light
of International and National Conditions 244

JERZY JANCZEWSKI

Konsumpcja współdzielona a przedsiębiorczość 262

PAWEŁ NOWAK

Bezpieczeństwo konsumenta w transakcjach kredytowych 275

Część III. Wybrane zagadnienia przedsiębiorczości w edukacji

TOMASZ TADEUSZ BRZOZOWSKI

Tutoring jako alternatywna metoda edukacji 291

NORA KATONA

Assessment Strategies and Evidence-Based Interventions 304

WIOLETTA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, WIKTOR OSUCH, TOMASZ RACHWAŁ, AGNIESZKA ŚWIĘTEK

Developing Entrepreneurial Competencies of the RLG Project Participants – Applicability
of Assessment Tools and Results of Pilot Studies 314

TOMASZ RACHWAŁ

Entrepreneurship in School in the Conditions of the Education System Reform in Poland –
a Voice in the Discussion on the Directions of Change 330

JANINA PACH, KATARZYNA KOWALSKA, RENATA ŚLIWA

Zarys problematyki ekonomii społecznej jako propozycji podejścia do wzmacniania
dobrobytu gospodarczego 340

JULITA WASILCZUK, ANITA RICHERT-KAŻMIERSKA

Przedsiębiorczość w edukacji inżynierów – doświadczenia i plany w zakresie edukacji
„ku przedsiębiorczości” studentów Politechniki Gdańskiej 352

TOMASZ GŁADYSZ	
Wybrane zagadnienia wirtualizacji uczelni wyższych.	367
ELŻBIETA PEŁKA	
Proces motywacji pracowników sektora publicznego w organizacji edukacyjnej.	378
AGNIESZKA MROZIŃSKA	
Specialisations of University Graduates and Changes in the Labour Market in Voivodeships	391
PAWEŁ CZAPLIŃSKI, IRYNA KIBYCH	
Postawy abiturientów wobec rynku pracy. Szczecin i Czerniowce – studium przypadku ...	405
ANNA IWACEWICZ-ORŁOWSKA	
Expectations of Entrepreneurs in the Recruitment Process of Vocational Schools Graduates Based on the Examples of Poland, Lithuania and Latvia – Benchmarking Analysis	417
RENATA ANISIEWICZ	
Rola szkolnictwa zawodowego w kształtowaniu lokalnego rynku pracy w Gdyni w latach 2000–2015	428
SŁAWOMIR DOROCKI	
Spatial Differentiation of Educational Outcomes at Junior High and High School in the Region of Małopolska in a Historical Perspective	439
Notatki z praktyki szkolnej	
IGOR KONARSKI, MIKOŁAJ SZUSTAKIEWICZ, SZYMON ŁOJEWSKI, JAKUB ŁACH, MICHAŁ CHOCHURA	
Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej strefą konstruktywnego myślenia	459
TOMASZ RACHWAŁ	
Działalność na rzecz edukacji w zakresie przedsiębiorczości Zakładu Przedsiębiorczości i Gospodarki Przestrzennej Instytutu Geografii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie	468

Contents

Introduction	5
Part I. The Role of Entrepreneurship in the Development of Spatial Systems	
ZBIGNIEW ZIOŁO	
The Determinants of Entrepreneurship Development in Spatial Systems.....	8
MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA	
Operation of Small Businesses in Open-Air Markets in Poland Based on the Example of Kraków.....	25
ANITA KULAWIAK	
Entrepreneurship in Small Towns in the Region of Łódź in the Assessment of Business Owners.....	41
WOJCIECH KILJAŃCZYK	
Enterprise Development Programming in Partnership with Local Government, Science and Business. The Example of Rybnik	53
DOROTA WANTUCH-MATLA	
Entrepreneurial Approach in Development of Good Quality Urban Public Spaces	62
MONIKA NIEDZIÓŁKA	
Entrepreneurship of Local Authorities in Terms of Renewable Energy	77
JACEK RUDEWICZ	
The Motives for Polish Settlement in the German Part of the Functional Area of the City of Szczecin. Case Study of the Town Löcknitz.....	86
RAFAŁ BIELECKI	
Analysis of the Implementation of the Local Development Strategy of Miechów Communes Association “Jaksa”	106
MICHAŁ ŻEMŁA	
Entrepreneurship in Tourism Destinations – Selected Issues	117
AGATA KUREK-OBROCKA	
Leisure and Sport Facility Base and its Functioning in an Industrial City (Based on the Example of Gliwice)	127
KRZYSZTOF SALA	
The Role of Tourism in the Development of Cross-Border Areas Based on the Example of the Neman Euroregion	143
FRANCISZEK MRÓZ, KAMILA ZIÓŁKOWSKA-WEISS	
The Influence of Entrepreneurship of Residents and Local Government Authorities on Increasing Tourist Attractiveness of the Region Based on the Example of Susiec Commune (Central Roztocze)	159

Part II. The Impact of Entrepreneurship on the Development of Business Entities

ZBIGNIEW MAKIEŁA

Academic Entrepreneurship and Innovation in Poland 183

DANUTA JANCZEWSKA

Business Model Concept Based on Knowledge in Microenterprise 196

WOJCIECH SADKOWSKI

Quality Costs Calculation – Evolution, Implementation, Tasks 205

KAJA KUDEŁKO

Efficiency and Effectiveness of Marketing Communication Tools on the Dance Schools

Market Based on the Example of the Elita Dance Center in Kraków 216

MONIKA PŁAZIAK, ANNA IRENA SZYMAŃSKA

Regression or Development of the Local Commercial and Service Activities

in the Oldest Part of Nowa Huta? 228

MARIOŁA TRACZ, MAŁGORZATA ,BAJGIER-KOWALSKA, RADOŚŁAW ULISZAK

The Development of Agritourism in the Podkarpackie Voivodeship in the Light

of International and National Conditions 244

JERZY JANCZEWSKI

Collaborative Consumption and Entrepreneurship 262

PAWEŁ NOWAK

Consumer Safety in Loan Contracts 275

Part III. Selected Issues of Entrepreneurship in Education

TOMASZ TADEUSZ BRZOZOWSKI

Tutoring as an Alternative Method of Education 291

NORA KATONA

Assessment Strategies and Evidence-Based Interventions 304

WIOLETTA KILAR, SŁAWOMIR KUREK, WIKTOR OSUCH, TOMASZ RACHWAŁ, AGNIESZKA ŚWIĘTEK

Developing Entrepreneurial Competencies of the RLG Project Participants – Applicability
of Assessment Tools and Results of Pilot Studies 314

TOMASZ RACHWAŁ

Entrepreneurship in School in the Conditions of the Education System Reform in Poland –

a Voice in the Discussion on the Directions of Change 330

JANINA PACH, KATARZYNA KOWALSKA, RENATA ŚLIWA

Social Economics as a Proposal for Fostering Economic Well-Being. An Outline of the

Problem 340

JULITA WASILCZUK, ANITA RICHERT-KAŻMIERSKA

How to Teach Entrepreneurship to Engineers? Case Study of Gdansk University

of Technology 352

TOMASZ GŁADYSZ	
Selected Issues of University Virtualisation	367
ELŻBIETA PEŁKA	
Process of Motivating Employees of Public Sector in Educational Organization	378
AGNIESZKA MROZIŃSKA	
Specialisations of University Graduates and Changes in the Labour Market in Voivodeships	391
PAWEŁ CZAPLIŃSKI, IRYNA KIBYCH	
Attitudes of High School Graduates toward the Labour Market. Szczecin and Chernivtsi – Case Study	405
ANNA IWACEWICZ-ORŁOWSKA	
Expectations of Entrepreneurs in the Recruitment Process of Vocational Schools Graduates Based on the Examples of Poland, Lithuania and Latvia – Benchmarking Analysis	417
RENATA ANISIEWICZ	
The Role of Vocational Education in Labour Market Creating in Gdynia in the Years 2000–2015	428
SŁAWOMIR DOROCKI	
Spatial Differentiation of Educational Outcomes at Junior High and High School in the Region of Małopolska in a Historical Perspective	439
Notes from School Practice	
IGOR KONARSKI, MIKOŁAJ SZUSTAKIEWICZ, SZYMON ŁOJEWSKI, JAKUB ŁACH, MICHAŁ CHOHURA	
Zespół Szkół Akademickich Politechniki Wrocławskiej as a Zone of Constructive Thinking	459
TOMASZ RACHWAŁ	
Activities on Entrepreneurship Education of the Department of Entrepreneurship and Spatial Management, Institute of Geography, Pedagogical University of Cracow	468