

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 366

Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce

Redaktorzy naukowi
Andrzej Kaleta
Krystyna Moszkowicz
Letycja Sołoducho-Pelc



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Aleksandra Śliwka

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Barbara Cibis

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej www.dbc.wroc.pl,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2014

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-403-5

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

Spis treści

Wstęp	13
Anna Adamik: Problemy rozwoju organizacji i ich potencjału zasobowego w praktyce branży usług badawczo-rozwojowych sektora wysokich technologii.....	15
Grażyna Aniszewska: Kultura organizacyjna przedsiębiorstw produkcyjnych w Polsce – hipotezy badawcze.....	28
Bogusław Bembenek: Internacjonalizacja jako sposób wzmacniania konkurencyjności klastra	37
Katarzyna Boczkowska, Konrad Niziolek: Strategie bezpieczeństwa i higieny pracy w aspekcie działalności podmiotów gospodarczych.....	49
Katarzyna Bratnicka: Strategic entrepreneurship and firm performance – restoring the role of task environment	59
Paweł Cabała: Analiza czynników ryzyka w zarządzaniu rozwojem organizacji.....	68
Wojciech Czakon, Wojciech Machel: Strategie kooperacji w sektorze hi-tech: przywilej czy konieczność?	78
Maciej Czarnecki, Magdalena Rajchelt: Luka w kompetencjach społecznych głównego zarządzającego jako bariera w przezwycięzeniu kryzysu kontroli – studium przypadku.....	88
Janusz Czekał, Marek Ćwiklicki: Zrównoważona karta wyników w strukturze systemu zadaniowego	99
Wojciech Dyduch: Twórcza strategia jako podstawa dla pobudzania innowacyjności i przedsiębiorczości	108
Sylwia Dziedzic: Nowe podejście do tworzenia krajowych i regionalnych strategii innowacji – koncepcja inteligentnej specjalizacji (RIS3).....	119
Sylwia Dziedzic, Leszek Woźniak, Maciej Chrzanowski: Współczesne wyzwania i uwarunkowania zrównoważonego rozwoju branży lotniczej	129
Sylwia Flaszewska, Iwona Staniec: Przedsiębiorczość technologiczna pod znakiem ryzyka.....	142
Marzena Hajduk-Stelmachowicz: Znaczenie strategii proekologicznych w kontekście budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw	152
Jarosław Ignacy: Wybrane problemy formułowania i realizacji celów strategicznych przedsiębiorstw w świetle badań empirycznych	163
Marek Jabłoński: Wybrane aspekty niesprawności w motywowaniu pracowników w świetle badań empirycznych.....	174
Krzysztof Janasz, Joanna Wiśniewska: Strategie innowacyjne organizacji ..	184

Elżbieta Janczyk-Strzała: O koncepcji zarządzania kapitałem intelektualnym uczelni.....	194
Szymon Jopkiewicz: Rola zaangażowania w podnoszenie efektywności zarządzania organizacjami sektora zdrowia przy wykorzystaniu MSC (<i>Mission Oriented Scorecard</i>).....	202
Andrzej Kaleta: Strategia ekspansji czy stabilizacji?.....	212
Marek Kalinowski, Emilia Dobrowolska: Współpraca pomimo rywalizacji na przykładzie przedsiębiorstw projektujących gry szkoleniowe.....	225
Jarosław Karpacz: Oportunizm w relacjach międzyorganizacyjnych w teorii i praktyce	236
Patrycja Klimas: Znaczenie współdziałania międzyorganizacyjnego dla innowacyjności organizacyjnej – perspektywa empiryczna	248
Izabela Konieczna: Znaczenie ogólnych zasobów organizacji dla spółdzielni mleczarskich z województwa świętokrzyskiego	258
Joanna Korpus: Fuzje i przejęcia przedsiębiorstw w świetle koncepcji tworzenia wartości wspólnej.....	269
Piotr Mateusz Kuczyński: Kwestie społeczno-kulturowe w ujęciu militarnych koncepcji strategii	278
Krzysztof Kud: Strategie zapewniania bezpieczeństwa powodziowego realizowane w gminach doliny Sanu	288
Monika Kulikowska-Pawlak: Archetypy politykowania organizacyjnego ...	299
Paweł Łukasik: Model zależności między celami organizacji, organizacyjnym uczeniem się i komunikacją w kontekście zarządzania strategicznego	308
Natalia Mańkowska: Organizacja publiczna w społeczeństwie informacyjnym – wybrane aspekty	317
Zbigniew Matyjas: Liczebność rad nadzorczych a strategie na poziomie korporacji polskich spółek publicznych.....	326
Czesław Mesjasz: Nieprzewidywalność środowiska współczesnych organizacji.....	336
Lech Miklaszewski: Nepotyzm w przedsiębiorstwie rodzinnym na przykładzie firmy inwestycyjnej.....	347
Krystyna Janina Moszkowicz: Problemy wdrażania strategii w przedsiębiorstwach.....	358
Mieczysław Moszkowicz: Wiedza i wzrost przedsiębiorstwa.....	366
Konrad Niziołek, Katarzyna Boczkowska: Wybrane elementy strategii bezpieczeństwa pracy w przedsiębiorstwie – wyniki badań organizacji regionu dolnośląskiego	373
Bogdan Nogalski, Przemysław Niewiadomski: Renta ekonomiczna jako warunek strategii implementacji wyrobu gotowego i determinanta elastycznego wytwórcy	381
Jadwiga Nycz-Wróbel: Ochrona środowiska jako strategiczny czynnik rozwoju organizacji.....	395

Żanna Popławska, Andrzej Limański, Ireneusz Drabik: Zmiany w zarządzaniu strategicznym przez stosowanie koncepcji foresight	405
Krystyna Poznańska, Artur Marczak: Planowanie zasobów przedsiębiorstwa (ERP) w chmurze obliczeniowej – korzyści ekonomiczne dla małych i średnich przedsiębiorstw	413
Joanna Radomska: Zawartość strategii jako czynnik utrudniający jej implementację	429
Agnieszka Rak: Strategie kreowania wizerunku organizacji sportowej	439
Krzysztof Safin: Strategie i praktyki sukcesyjne polskich przedsiębiorstw rodzimnych	449
Maja Sajdak: Przywództwo strategiczne jako wyzwanie dla współczesnych przedsiębiorstw	460
Letycja Soloduch-Pelc: Koncepcja i wdrażanie strategii w małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach	470
Agnieszka Sopińska: Profil kluczowych zasobów MŚP działających na rynku polskim i jego ocena w świetle badań	485
Adam Stabryła: Metodyka badania zdolności rozwojowej przedsiębiorstwa	495
Ewa Stańczyk-Hugiet, Katarzyna Piórkowska, Sylwia Stańczyk: Selekcja rutyn – perspektywa wewnątrzorganizacyjna	505
Jacek Strojny: Nowe podejście do zarządzania strategicznego w samorządzie terytorialnym	514
Katarzyna Szymańska: Otwarta kultura organizacyjna a innowacyjność małych i średnich przedsiębiorstw	526
Ewelina Trubisz: Strategie uniku na pierwotnym rynku mieszkaniowym	535
Rafał Trzaska: Identyfikacja modelu tworzenia wartości w sieci na przykładzie Forum Edukacji Biznesowej	544
Elżbieta Urbanowska-Sojkin: Zarządzanie ryzykiem wobec wyzwań z otoczenia	560
Anna Walecka: Przygotowanie pracowników na kryzys – wybrane wnioski z badań	572
Anna Witek-Crabb: Trwałość rozwoju organizacji jako jeden z tzw. zawiłych problemów zarządzania	582
Przemysław Wolczek: Pięć kluczowych problemów wdrażania strategii w świetle wyników badań empirycznych	593
Marian Woźniak: Przedsiębiorczość turystyczna kierunkiem rozwoju atrakcyjnych krajobrazowo gmin wiejskich	605
Leszek Woźniak, Sylwia Dziedzic, Maciej Chrzanowski: Ekoinnowacje jako element nowego paradygmatu w europejskich i regionalnych dokumentach strategicznych	618
Anna Wójcik-Karpacz: Zaufanie w relacjach międzyorganizacyjnych: substitucja i komplementarność	630

Dariusz Wyrwa: Innowacje w konkurencyjnych strategiach przedsiębiorstw z województwa podkarpackiego.....	642
Czesław Zając: Problemy tworzenia i wdrażania strategii personalnej w grupach kapitałowych na przykładzie IMPEL SA.....	653
Agnieszka Zakrzewska-Bielawska: Dlaczego firmy chcą koopetytować? Motywy współpracy konkurencyjnej przedsiębiorstw sektora <i>high-tech</i>	660
Małgorzata Załęska: Outsourcing zarządzania należnościami.....	671
Przemysław Zbierowski, Mariusz Bratnicki: Corporate social performance as a indicator of success in Positive Organizational Scholarship view	689
Bożydar Ziółkowski: Planowanie strategiczne z wykorzystaniem metody foresight – standaryzowana identyfikacja uwarunkowań innowacyjności w kontekście zrównoważonego rozwoju regionu.....	698

Summaries

Anna Adamik: Problems of organizations development and their resource potential in practice of R&D services industries of High Technology sector.....	27
Grażyna Aniszewska: Organizational culture of manufacturing companies in Poland – research hypotheses.....	36
Bogusław Bembek: Internationalization as a way of strengthening the competitiveness of cluster.....	48
Katarzyna Boczkowska, Konrad Niziolek: Strategy of health and safety at work – aspects of business companies.....	58
Katarzyna Bratnicka: Przedsiębiorczość strategiczna i efektywność przedsiębiorstwa – przywrócenie roli otoczenia zadaniowego	67
Paweł Cabała: Risk factors analysis in managing the development of an organization	77
Wojciech Czakon, Wojciech Machel: Coopetition strategies in Hi-Tech sector: privilege or necessity?.....	87
Maciej Czarnecki, Magdalena Rajchelt: Gap in social competences of the chairman as a barrier in overcoming the control crisis – case study	98
Janusz Czekaj, Marek Ćwiklicki: Balanced Scorecard within the tasks system's structure.....	107
Wojciech Dyduch: Creative strategy as a basis for stimulating innovativeness and entrepreneurship.....	118
Sylvia Dziedzic: Changes in the approach to the creation of national and regional innovation strategies – RIS3 conception	128
Sylvia Dziedzic, Leszek Woźniak, Maciej Chrzanowski: Modern challenges and conditions of sustainable development of aviation industry.....	141

Sylvia Flaszewska, Iwona Staniec: Technology entrepreneurship marked by risk	151
Marzena Hajduk-Stelmachowicz: The importance of environmental strategies in the context of building the competitive advantage of enterprises	162
Jarosław Ignacy: Selected problems in the formulation and implementation of corporate strategic objectives in the light of empirical research	173
Marek Jabłoński: Selected aspects of inefficiencies in motivating employees in the light empirical research.....	183
Krzysztof Janasz, Joanna Wiśniewska: Innovative strategies of organizations.....	193
Elżbieta Janczyk-Strzała: About the concept of intellectual capital management in higher education institutions (HEIs).....	201
Szymon Jopkiewicz: The role of involvement in improving the efficiency of the management by health sector organizations using MSC (Mission Oriented Scorecard).....	211
Andrzej Kaleta: The strategy of expansion or stabilization?.....	224
Marek Kalinowski, Emilia Dobrowolska: Cooperation despite competition: the case of firms creating training games	235
Jarosław Karpacz: Opportunism in interorganizational relationships in theory and practice.....	247
Patrycja Klimas: Significance of interorganizational cooperation for organizational innovativeness – an empirical perspective.....	257
Izabela Konieczna: The importance of general resources for dairy cooperatives from the Świętokrzyskie Voivodeship.....	268
Joanna Korpus: Mergers and acquisitions as presented by means of the idea of Creating Shared Value	277
Piotr Mateusz Kuczyński: Social and cultural aspects from military strategies concepts perspective	287
Krzysztof Kud: Strategies for providing flood protection implemented in the municipalities of San valley.....	298
Monika Kulikowska-Pawlak: Organizational politicking archetypes	307
Paweł Łukasik: The model of relationships between organization's goals, organizational learning and communication in the context of strategic management.....	316
Natalia Mańkowska: Public organization in information society – chosen aspects.....	325
Zbigniew Matyjas: The supervisory board size and corporate-level strategies of Polish listed companies	335
Czesław Mesjasz: Unpredictability of the environment of modern organizations.....	346
Lech Miklaszewski: Nepotism in the family company. Case study of the investment company	357

Krystyna Janina Moszkowicz: Problems of strategy implementation in enterprises	365
Mieczysław Moszkowicz: Knowledge and development of the company	372
Konrad Niziolek, Katarzyna Boczowska: Chosen elements of work security strategies in an organization – research results of organizations of Lower Silesia region	380
Bogdan Nogalski, Przemysław Niewiadomski: Economic rent as a condition of implementation strategy of a finished product and a determinant of a flexible manufacturer	394
Jadwiga Nycz-Wróbel: Environmental protection as a strategic factor in the development of organization	404
Żanna Popławska, Andrzej Limański, Ireneusz Drabik: Changes in strategic management by using Foresight concept	412
Krystyna Poznańska, Artur Marczak: Enterprises Resource Planning (ERP) in cloud computing – advantages for small and medium-sized enterprises... ..	428
Joanna Radomska: Content of the strategy as a factor making its implementation more difficult	438
Agnieszka Rak: Strategies of sport organization image creation	448
Krzysztof Safin: Strategies and succession practices of Polish family enterprises	459
Maja Sajdak: Strategic leadership as a challenge for modern companies	469
Letycja Sołoducho-Pelc: The concept of strategy implementation in medium-sized and large enterprises	483
Agnieszka Sopińska: The profile of key resources of SME operating on the Polish market and its evaluation in the light of research	494
Adam Stabryła: Methods of analysing company's development potential	504
Ewa Stańczyk-Hugiet, Katarzyna Piórkowska, Sylwia Stańczyk: Routines' selection – intraorganizational perspective	513
Jacek Strojny: New approach to the strategic management in local government	525
Katarzyna Szymańska: Open organizational culture vs. innovation of small and medium-sized enterprises	534
Ewelina Trubisz: Dodge strategies on the original housing market	543
Rafał Trzaska: Identification of value creation model in the network on the example of Business Competencies Forum	559
Elżbieta Urbanowska-Sojkin: Risk management in the face of environmental challenges	571
Anna Walecka: Preparing employees for a crisis – chosen conclusions from the research	581
Anna Witek-Crabb: Sustainability of organizational development as a wicked problem of business management	592

Przemysław Wolczek: Five key problems of strategy implementation – empirical research results	604
Marian Woźniak: Tourist entrepreneurship as the direction of the development of landscape attractive rural communities	617
Leszek Woźniak, Sylwia Dzedzic, Maciej Chrzanowski: Eco-innovation as a new paradigm in European and regional strategic documents	629
Anna Wójcik-Karpacz: Trust in interorganizational relationships: substitutes and complementarity	641
Dariusz Wyrwa: Innovations in competitive strategies of enterprises from Subcarpathian Voivodeship.....	652
Czesław Zajac: Problems of creating and implementing of personnel strategy in capital groups on the example of Impel S.A.	659
Agnieszka Zakrzewska-Bielawska: Why do companies want to cooperate with rivals? Motives of coepetition in high-tech enterprises.....	670
Małgorzata Załęska: Outsourcing of receivables management.....	688
Przemysław Zbierowski, Mariusz Bratnicki: Społeczna odpowiedzialność biznesu jako wskaźnik sukcesu w perspektywie pozytywnej teorii organizacji.....	697
Bożydar Ziółkowski: Strategic planning by means of foresight – standardized identification of innovativeness determinants in the context of sustainable development of a region	704

Marian Woźniak

Politechnika Rzeszowska

e-mail: mwozniak@prz.edu.pl

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ TURYSTYCZNA KIERUNKIEM ROZWOJU ATRAKCYJNYCH KRAJOBRAZOWO GMIN WIEJSKICH

Streszczenie: Krajobraz jest jednym z podstawowych uwarunkowań kształtujących współczesny wizerunek gminy, mającym istotny wpływ na rodzaj aktywności człowieka na płaszczyźnie ekonomicznej, społecznej oraz ekologicznej. Ma istotne znaczenie w rozwoju obszarów wiejskich, szczególnie ze względu na istotne walory atrakcyjności turystycznej, wyznaczając główne kierunki rozwoju przedsiębiorczości na tych terenach. Celem pracy jest ukazanie przedsiębiorczości turystycznej jako podstawowego kierunku rozwoju gmin wiejskich o szczególnie atrakcyjnym krajobrazie. Praca jest próbą odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu krajobraz obszarów wiejskich wpływa na rozwój aktywności mieszkańców tych środowisk w zakresie przedsiębiorczości turystycznej związanej z obsługą ruchu turystycznego. W pracy wykorzystano analizy badań własnych autora zrealizowane w woj. podkarpackim.

Słowa kluczowe: krajobraz, przedsiębiorczość, agroturystyka, wieś.

DOI: 10.15611/pn.2014.366.57

1. Wstęp

Można stwierdzić, że pomiędzy przedsiębiorczością a miejscem jej lokalizacji występuje pewnego rodzaju sprzężenie zwrotne. Dlatego rozwój przedsiębiorstw jest silnie skorelowany z rozwojem regionu i jego charakterem. W związku z tym ważne jest wspieranie aktywności przedsiębiorców poprzez kształtowanie warunków, które będą determinowały rozwój przedsiębiorczości na danym terenie, zgodnie z jego podstawowymi zasobami.

Kierunek przemian obecnej wsi coraz częściej ukazuje przedsiębiorczość turystyczną, jako nową funkcję rozwoju obszarów wiejskich, uwzględniającą wykorzystanie ich zasobów [Wiatrak 2008].

Ukazując istotę zasobów regionu jako głównego czynnika rozwoju przedsiębiorczości, nie możemy zapominać, że głównym determinantem przedsiębiorczości jest człowiek, więc zasadniczy wpływ na jego działania mają wartości, zasady moralne

i normy postępowania, jakie wyznaje. Są to uwarunkowania społeczno-kulturowe, na podstawie których tworzone są odpowiednie systemy wartości, wykorzystywane w procesie zakładania przedsiębiorstwa i kierowania nim. Na postawy te wpływ mają między innymi religia, rodzina, tradycja, ale także krajobraz społeczno-kulturowy i różnorodność krajobrazowa, którą interpretujemy jako rozległe związki zachodzące w pewnym okresie między osobą lub społeczeństwem a topograficznie określonym terytorium, którego wygląd jest wynikiem długotrwałych działań czynników przyrodniczych i ludzkich.

Mówiąc o krajobrazie obszarów wiejskich, należy zaakcentować, że nie można go utożsamiać tylko z topografią oraz tym, co bezpośrednio dostrzegamy. Krajobraz w ujęciu ekonomicznym to znacznie więcej, gdyż tworzą go topografia, woda, powietrze, infrastruktura i roślinność, a więc praktycznie wszystko, co jest związane z danym regionem.

2. Cel i metodyka pracy

Celem pracy jest ukazanie przedsiębiorczości turystycznej jako podstawowego kierunku rozwoju gmin wiejskich o szczególnie atrakcyjnym krajobrazie. Praca jest próbą odpowiedzi na pytanie, czy atrakcyjność krajobrazu obszarów wiejskich wpływa na rozwój aktywności ekonomicznej mieszkańców tych środowisk w zakresie powstawania podmiotów gospodarczych świadczących usługi na rzecz turystów.

W pracy ocenę zależności występujących pomiędzy krajobrazem a skalą przedsiębiorczości przeprowadzono, opierając się na badaniach i obserwacjach własnych autora, popartych analizą badań ankietowych, zrealizowanych w 2011 roku wśród 1130 mieszkańców gmin wiejskich województwa podkarpackiego, danych Urzędu Statystycznego w Rzeszowie oraz Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Boguchwale. Zgromadzony materiał poddano analizie statystycznej w celu znalezienia zależności pomiędzy atrakcyjnością krajobrazu a skalą przedsiębiorczości.

W pracy ukazano wyniki z uwzględnieniem gmin miejsko-wiejskich (wyłącznie w części wiejskiej), gmin wiejskich oraz poddanych szczególnej analizie gmin wiejskich o atrakcyjnych walorach krajobrazowych (wyodrębnionych na podstawie badań innych jednostek badawczych). W grupie tej znalazły się 23 gminy woj. podkarpackiego (Baligród, Bircza, Bukowsko, Cisna, Czarna, Dukla, Dynów, Fredropol, Horyniec-Zdrój, Iwonicz-Zdrój, Komańcza, Krasieczyn, Krempna, Lesko, Lutowska, Miejsce Piastowe, Narol, Olszanica, Rymanów, Solina, Tyrawa Wołoska, Ustrzyki Dolne, Wojaszówka), które wykazały się wysokim wskaźnikiem atrakcyjności turystycznej. W procesie opracowania hierarchii atrakcyjności turystycznej gmin Podkarpacia uwzględniono 40 czynników, w skład których weszły: wskaźniki udziału w gminie lasów, łąk i pastwisk, obszarów chronionego krajobrazu, obszary nadające się do uprawiania sportów wodnych, narciarstwa biegowego i zjazdowego, występowanie źródeł wód uzdrowiskowych, relikwów przeszłości, muzeów i innych stałych wystaw, liczba dróg, szlaków pieszych, rowerowych, konnych, stacji paliw

i warsztatów samochodowych, klinik i szpitali na 1 km², liczba rocznych połączeń kolejowych, liczba firm transportowych, parkingów, sklepów spożywczych, banków, urzędów pocztowych, aptek na 1000 mieszkańców, odległość gminy od głównego miasta kraju, długość sieci wodociągowej, rurociągów kanalizacyjnych, gazociągów na 1000 mieszkańców oraz 1 km², ilość nieoczyszczonych ścieków oraz zgromadzonych odpadów na 1 km², procent zagospodarowanych odpadów, procent ludności korzystającej z oczyszczalni ścieków, ludności pracującej w rolnictwie, w usługach, średni wiek populacji, wskaźnik bezrobocia, współczynnik gęstości zaludnienia, przychody jednostek samorządu terytorialnego, procent dotacji i subsydiów w przychodach, udział inwestycji w całkowitych wydatkach gminy. Warunki te spełniają głównie gminy zlokalizowane w południowej części woj. podkarpackiego, a więc gminy o krajobrazie podgórskim i górskim.

W pracy postawiono następujące hipotezy badawcze:

- krajobraz jest istotnym czynnikiem kształtującym jakość wypoczynku na obszarach wiejskich,
- skala przedsiębiorczości na obszarach wiejskich, mierzona liczbą przedsiębiorstw na tysiąc mieszkańców, jest wyższa w gminach o atrakcyjnym krajobrazie.

Weryfikację hipotez o zróżnicowaniu odpowiedzi na pytanie dotyczące skojarzeń wypoczynku na wsi w zależności od typu gminy wykonano za pomocą jednoczynnikowej analizy wariancyjnej, gdyż odpowiedzi na pytanie oparte zostały na 5-punktowej skali *quasi*-ilościowej. Weryfikację odpowiedzi testowano testem Fishera-Snedecora, a dalszą analizę – *post-hoc* – wykonywano testem NIR Tukeya.

Weryfikacji hipotezy dotyczącej analizy liczby podmiotów gospodarczych na tysiąc mieszkańców, w zależności od typu gminy, dokonano testem niezależności chi-kwadrat oraz testem ANOVA Kruskala-Wallisa.

W artykule pojęcia „Podkarpacie” i „województwo podkarpackie”, „mieszkańcy wsi” i „społeczność wiejska”, „wieś” i „obszary wiejskie” używane są jako synonimy nieróżniące się znaczeniowo, a za obszary te uznano zgodnie z nomenklaturą urzędu statystycznego tereny leżące poza granicami administracyjnymi miast.

3. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

Według T. Sztuckiego [1994], przedsiębiorczość to nowatorstwo polegające na poszukiwaniu odmiennych niż dotychczas działań, znajdowanie bardziej skutecznych sposobów prowadzenia działalności gospodarczej, dającej lepszy produkt. J. Schumpeter [1960] stwierdził, że przedsiębiorczość to głównie innowacyjność, wdrażanie nowych rozwiązań, nowych produktów. P.F. Drucker [1992] w wielu swoich rozważaniach sprowadził istotę przedsiębiorczości do kreowania nowych przedsięwzięć, opartych na innowacjach. Podkreśla on, że przedsiębiorcą jest ten, kto poszukuje zmiany, reaguje na nią i wykorzystuje jako okazję do innowacji społecznej lub gospodarczej. Innowacja oznacza, według P.F. Druckera [1995], systematyczne odcie-

nianie od siebie tego, co wczorajsze, systematyczne poszukiwanie szans na innowację, oznacza też gotowość do nastawienia się na tworzenie nowych biznesów. Zdaniem Druckera [1992] przedsiębiorczość w mniejszym stopniu odnosi się do psychologii oraz cech charakteru obecnych i przyszłych przedsiębiorców, ale jest głównie ukierunkowana na ich realne działania, w których duży nacisk kładzie się na innowacyjność. To właśnie ona według Druckera daje możliwość przekształcania oraz wykorzystania niepotrzebnych, często bezproduktywnych do tej pory zasobów w źródła bogactwa. Tak jest w aspekcie krajobrazu, który przez wielu uznawany jest nowe dobro ekonomiczne przeznaczone na sprzedaż.

J. Wilkin [1997] twierdzi, że przedsiębiorczość jest przede wszystkim pewnego rodzaju postawą człowieka wobec otoczenia, w którym żyje i pracuje. Na postawę tę składa się wiele elementów: aktywność, innowacyjność, skłonność do ryzyka, adaptacyjność, dążenie do rozwoju. Przedsiębiorczość nie jest jedynie zjawiskiem ekonomicznym, jest to złożony fenomen kulturowy. Określenie to bardzo trafnie oddaje istotę przedsiębiorczości i innowacyjności w turystyce, akcentując jej powiązania z krajobrazem i dziedzictwem kulturowym.

S. Shane i S. Venkataraman [1995] definiują przedsiębiorczość jako indywidualne odkrywanie i wykorzystanie możliwości, zaś D. Hart [2003] – jako proces zakładania i sprawnego kontynuowania prowadzenia nowych przedsięwzięć.

W warunkach gospodarki wolnorynkowej, której wyznacznikiem i główną cechą jest konkurencja, przedsiębiorczość jako sposób działania i myślenia nabiera szczególnego znaczenia. Osoby przedsiębiorcze mają większe szanse realizacji własnych celów gospodarczych, a tym samym celów życiowych. Przedsiębiorczość jest czymś znacznie więcej niż umiejętnością radzenia sobie z problemami w trudnych sytuacjach. Jest rozpatrywana w trzech aspektach:

- jako sposób myślenia wyrażający się w chęci poznania, doświadczeniu i krytycznej ocenie,
- sposób zachowań i działania, polegający na wykorzystywaniu okazji, podejmowaniu ryzyka, przezwyciężaniu swoich słabości, ograniczeń,
- wynik myślenia i działania przedsiębiorczego, polegający na innowacyjności, podejmowaniu przedsięwzięć, tworzeniu firm, realizacji własnych pomysłów.

W literaturze z pojęciem przedsiębiorczości łączy się pojęcie inkubatorów przedsiębiorczości, które wspierając przedsiębiorstwa, szczególnie małe i średnie, na płaszczyźnie powierzchni biurowej oferują istotne wsparcia merytoryczne na początkowych etapach rozwoju biznesu [Barrow 2001]. Inkubatory przedsiębiorczości mogą odgrywać szczególnie aktywną rolę w kreowaniu wzrostu zarówno regionalnego, jak i krajowego [Al.-Mubaraki, Busler 2010].

M. Bartnicki [Wyszykowska 2012] podkreśla, że przedsiębiorczość jest uwarunkowana sytuacją ekonomiczną występującą w danym kraju czy regionie, a jej dynamika rozwoju zależy od czynników prawnych, politycznych, historii rozwoju, watorów przyrodniczych, ekologii, poziomu technologii i infrastruktury.

Przedsiębiorczość jest pewnym kierunkiem myślenia, który pozwala ludziom dokonywać pewnych istotnych zmian w sposobach gospodarowania, a jednocześnie przyznaje im prawo jako aktywnym podmiotom uczestniczącym w tworzeniu i przekształcaniu gospodarki obszarów wiejskich [Drucker 1992]. Zasadą przedsiębiorczości jest poszukiwanie nowych dziedzin działalności lub twórczego naśladownictwa, a podstawą jest głęboka wiedza z zakresu wielu dziedzin nauki. W przypadku rolnika przedsiębiorczość będzie uwarunkowana czynnikami wewnętrznymi i zewnętrznymi. Do warunków wewnętrznych zaliczmy: wiek, płeć, wykształcenie, przygotowanie zawodowe, aktywność, podatność na innowacje oraz właściwości gospodarstwa. Natomiast do czynników zewnętrznych zaliczamy uwarunkowania ekonomiczne, tj. ceny, kredyty, możliwości zbytu produktów rolnych.

Na wsi rozwijają się głównie cztery kierunki przedsiębiorczości [Duczkowska-Małysz 1998]:

- chałupnictwo, polegające na łączeniu pracy ręcznej z miejscowymi surowcami,
- praca w drobnych zakładach przemysłu terenowego, zakładach materiałów budowlanych, tartakach i innych,
- kooperacja z przedsiębiorstwami zajmującymi się przetwórstwem rolno-spożywczym,
- różnego typu usługi, a szczególnie agroturystyka, w ramach której następuje łączenie gospodarstwa rolnego z jego atrakcjami, które można sprzedać w postaci usługi turystycznej.

Z przedsiębiorczością na obszarach wiejskim nie możemy utożsamiać wyłącznie działalności związanej z pozarolniczymi funkcjami wsi, gdyż aktywność gospodarcza mieszkańców może przejawiać się zarówno na obszarach związanych z rolnictwem, ponieważ nie możemy zapominać, że w dalszym ciągu jest to główna funkcja wsi, jak też na obszarach okołorolniczych i praktycznie niezwiązanych z rolnictwem. Przykładowo można wskazać następujące formy przedsiębiorczości wiejskiej:

- typowe działania rolnicze, związane z hodowlą zwierząt i uprawą roślin, ukierunkowane na produkcję niszwą, np. zioła, aronia, słodka kukurydza, różne odmiany papryki, grzyby, owoce i warzywa, pszczelarstwo czy chów królików, kóz, zwierząt leśnych,
- działania pozarolnicze, ale bezpośrednio związane z rolnictwem, do których możemy zaliczyć np. zaopatrzenie w środki produkcji rolniczej, usługi związane z produkcją rolniczą, skup płodów rolnych, ich magazynowanie, sortowanie czy pakowanie, cały zakres związany z przetwórstwem artykułów rolniczych (na szczególną uwagę zasługuje tutaj produkcja regionalnych wyrobów, wytwarzanych tradycyjnymi sposobami),
- działalność niezwiązana bezpośrednio z rolnictwem, głównie turystyka, gospodarka leśna, ochrona krajobrazu i dziedzictwa kulturowego,
- handel, warsztaty naprawcze, punkty usługowe.

Przedsiębiorczość to dziedzina niezwykle wielowymiarowa, kształtowana przez czynniki endogeniczne oraz szereg uwarunkowań zewnętrznych, które w znacznym

stopniu, może nawet bardziej niż wewnętrzne, warunkują działalność przedsięwzięcia gospodarczego.

W literaturze wyróżnia się wiele podejść do zagadnień uwarunkowań zewnętrznych przedsiębiorczości. Jedno z nich klasyfikuje je według cech danego regionu, na którym dochodzi do procesów przedsiębiorczych. Można tu wyróżnić uwarunkowania regionalne, dotyczące cech [Kuciński 1997]:

- morfologicznych, będących efektem cech fizyczno-geograficznych (wielkość, kształt, powierzchnia, warunki geologiczne, atmosferyczne, wodne),
- demograficznych, czyli stanu i struktury zasobów ludzkich,
- ekonomicznych, związanych z poziomem rozwoju gospodarczego regionu,
- organizacyjnych, dotyczących struktury i sprawności władz administracyjnych,
- strukturalnych, uwzględniających stopień dostosowania podmiotów gospodarczych do rozmieszczenia zasobów naturalnych,
- interakcyjnych, ukazujących układ powiązań regionu z innymi, jego prestiż, aliance, atrakcyjność.

Przedsiębiorczość regionalna powinna obecnie bazować na poszanowaniu środowiska naturalnego, poszanowaniu elementów krajobrazotwórczych, a rozwój regionalny oprzeć na optymalnym wykorzystaniu posiadanego potencjału rozwojowego [Leśniewski 2010].

4. Krajobraz wiejski jako czynnik rozwoju przedsiębiorczości turystycznej

Pojęcie krajobrazu występuje w społeczeństwie od bardzo dawna. Krajobraz początkowo był interpretowany z konkretnym regionem, następnie używano go również do określenia specyfiki obszaru, jego charakteru, a także widoku i piękna utożsamianego z odbiorem widzianej przestrzeni. Obecnie krajobraz odnosi się do przestrzennego i materialnego wymiaru rzeczywistości i oznacza kompleksowy system składający się z wszelakich form, rzeźby i wód, roślinności i gleb, skał i atmosfery. Krajobraz charakteryzuje się następującymi cechami [Richling, Solon 1994]:

- zajmuje wycinek przestrzeni, a więc można go przedstawić na mapie,
- charakteryzuje się określoną fizjonomią, którą można przedstawić na rysunku lub fotografii,
- jest systemem dynamicznym, w którym występują elementy wzajemnie ze sobą powiązane i od siebie uzależnione,
- podlega przekształcaniu, czyli ma swoją historię,
- elementem krajobrazu jest człowiek (społeczeństwo), a krajobraz podlega wpływom antropogenicznym.

Krajobraz nabiera szczególnego znaczenia w aspekcie rozwoju turystyki wiejskiej. W tym krajobrazie każde gospodarstwo ma jednak odmienną lokalizację i swoistego „ducha”, tworzącego ofertę szczególnie atrakcyjną dla turystów. Krajo-

braz w dużym stopniu wpływa na decyzje wyboru konkretnego miejsca wypoczynku. Potwierdzają to także wyniki badań własnych autora (tab. 1), z których wyraźnie wynika, że społeczność wiejska pragnie przyciągnąć do siebie turystów, szczególnie akcentując wypoczynek na wsi jako spokojny, w bezpośrednim kontakcie z przyrodą i naturą, w atrakcyjnym krajobrazie.

Tabela 1. Opinie dotyczące skojarzeń wypoczynku na wsi w zależności od typu gminy

Typ gminy	A	B	C	D	E	F	G
	Średnia (oceny obejmowały skalę od 1 do 5)						
Gminy wiejsko-miejskie	3,85	3,69	3,28	2,92	3,71	3,45	4,31
Gminy wiejskie	4,15	3,97	3,38	3,16	3,97	3,75	4,45
Gminy o wysokiej atrakcyjności turystycznej	4,24	3,92	3,08	3,00	3,92	3,72	4,40

A – możliwość spokojnego wypoczynku, B – chęć spędzenia czasu wolnego w ulubionym krajobrazie, C – niskie koszty pobytu, D – możliwość realizacji zainteresowań hobbystycznych, E – możliwość kontaktu z rodziną wiejską, z gospodarstwem rolnym, F – możliwość poznawania zwyczajów, tradycji kultury wiejskiej, G – bezpośredni kontakt z przyrodą.

Źródło: obliczenia własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Analiza wyników badań pozwala stwierdzić, że opinia na temat skojarzenia z możliwością spokojnego wypoczynku, z chęcią spędzenia czasu wolnego w ulubionym krajobrazie, z możliwością kontaktu z rodziną wiejską, z gospodarstwem rolnym, z możliwością poznawania zwyczajów, tradycji kultury wiejskiej, z bezpośrednim kontaktem z przyrodą jest istotnie silniejsza wśród mieszkańców gmin wiejskich i gmin o wysokich walorach turystycznych w porównaniu z opinią mieszkańców gmin miejsko-wiejskich.


Obraz przestrzenny krajobrazu wiejskiego w znacznej części zdominowany jest obecnie przez odbiór wprowadzonych przez człowieka materiałów i kolorystyki. Często o odrębności krajobrazu wsi decyduje dominująca w niej funkcja. W zakresie przestrzeni duże znaczenie ma typ planu wsi, obecność powierzchni wodnych, elementy małej architektury itp.

Krajobraz odgrywał i odgrywa wieloraką rolę w dziejach i pamięci kultury, akcentując jego estetyczny sens jako szczególny sposób patrzenia oraz jako syntezę elementów fizykalnych z ludzkimi, wzbogaconych sensem humanistyczno-kulturowym [Macnaghten, Urry 2005]. Krajobraz kulturowy to fizyczne, obserwowalne wzrokowo wyrażenie kultury ludzkiej na powierzchni ziemi, łączące elementy środowiska przyrodniczego i kulturowego, to przestrzeń ukształtowana w wyniku działalności człowieka i natury.

Mówiąc o jakości krajobrazu, należy dążyć do jego optymalizacji przestrzennej, wynikającej z systemowej interpretacji związków pomiędzy społeczeństwem i środowiskiem (tab. 2). Omawiając istotę optymalizacji wykorzystania krajobrazu wiej-

Tabela 2. Relacje zachodzące pomiędzy społeczeństwem a środowiskiem i krajobrazem

Dawca \ Biorca	System środowiska naturalnego	System techniczno-produkcyjny	System społeczny
System środowiska naturalnego (atmosfera, litosfera, biosfera)	PRZYRODA	Wpływ środowiska i krajobrazu na aktywność ludzką	Wpływ środowiska i krajobrazu na życie społeczne
System techniczno-produkcyjny (rolnictwo, leśnictwo, gospodarka wodna, osadnictwo, przemysł, transport, rekreacja)	Wpływ form gospodarowania na środowisko i krajobraz	EKONOMIA	Wpływ struktury techniczno-produkcyjnej na życie społeczne
System społeczny (warunki pracy, warunki wypoczynku, poziom cywilizacji technicznej, poziom kultury)	Wpływ struktury społecznej na środowisko i krajobraz	Wpływ warunków społecznych na ekonomiczno-społeczny system gospodarowania	SPOŁECZEŃSTWO

 relacje najważniejsze z punktu widzenia optymalizacji struktury krajobrazu

Źródło: [Kostrowicki 1976, s. 27-38].

skiego, należy zaakcentować, że powinna być ona uzależniona przede wszystkim od właściwości krajobrazowo-ekologicznych oraz potrzeb i wymagań społecznych. Na podstawie syntezy krajobrazowo-ekologiczno-społecznej można wyznaczyć kierunki zagospodarowania przestrzennego regionu, a tym samym wskazać najlepszą drogę wykorzystania krajobrazu, np. poprzez turystykę czy rolnictwo [Richling, Solon 1994]. Ma to ścisły związek z planowaniem krajobrazu, który jest ciągłym procesem zmierzającym do optymalizacji sposobu wykorzystania określonych fragmentów ziemi, z zachowaniem ich produktywności i piękna. To także wszelkie formy bezpośredniego i pośredniego oddziaływania człowieka na krajobraz, zmierzające do racjonalnego, czyli minimalizującego konflikty, wykorzystania jego zasobów.

Równowaga pomiędzy systemem społecznym, ekonomicznym i przyrodniczym jest szczególnie istotna na obszarach wiejskich, gdzie działalność ludzka styka się bezpośrednio z krajobrazem i przyrodą, która jest generatorem działań związanych z główną funkcją wsi, czyli produkowania żywności [Adamowicz 2000].

5. Agroturystyka jako dominująca forma przedsiębiorczości turystycznej na obszarach wiejskich Podkarpacia

Podkarpacie to jeden z najczystszych ekologicznie regionów Polski. Zaliczany jest do ścisłej czołówki w kraju ze względu na występowanie terenów o wysokich walorach przyrodniczych, turystycznych i krajobrazowych [*Turystyka...* 2012].

Krajobraz obszarów wiejskich Podkarpacia jest kojarzony głównie z bogactwem i różnorodnością środowiska naturalnego, z oryginalnym krajobrazem, który tworzą liczne tereny podgórskie i górskie, kompleksy leśne, akweny oraz liczne tereny prawnie chronione, zajmujące blisko 50% powierzchni województwa podkarpackiego (w tym Bieszczadzki i Magurski Park Narodowy). W dużym stopniu krajobraz województwa jest także utożsamiany z krajobrazem rolniczym oraz wypoczynkiem na wsi, przede wszystkim w gospodarstwach agroturystycznych.

Agroturystyka jest formą wypoczynku, która odbywa się na terenach wiejskich o charakterze przejściowym co do intensywności zagospodarowania, pomiędzy ekstenywnie wykorzystywanymi obszarami chronionymi a intensywnie użytkowanymi rejonami rekreacyjnymi. Są nimi tereny osiedleńczo-rolnicze, charakteryzujące się skojarzonymi elementami krajobrazu przyrodniczego i kulturowego.

Ukazując gospodarcze i społeczne znaczenie turystyki wiejskiej, należy pamiętać, że ta forma przedsiębiorczości aktywizuje ludność wiejską, tworzy dodatkowe miejsca pracy, wytwarza dodatkowy dochód uzyskiwany ze sprzedaży noclegów, wyżywienia oraz dodatkowych usług świadczonych turystom. Agroturystyka jest skutecznym elementem ożywienia gospodarczego obszarów wiejskich (szczególnie tych o atrakcyjnym, oryginalnym krajobrazie) oraz wzrostu świadomości ekologicznej i troski o ochronę środowiska.

Wpływa także na poprawę jakości życia mieszkańców wsi, która jest ściśle skorelowana z rozwojem zrównoważonym jako jednym z najważniejszych wyzwań współczesnego świata [Borys, Knippschild (red.) 2014].

W woj. podkarpackim w 2010 roku funkcjonowało blisko 1000 gospodarstw agroturystycznych, dysponujących około 8500 miejscami noclegowymi. Większość z nich zlokalizowana była w gminach o wysokiej atrakcyjności turystyczno-krajobrazowej, głównie w Solinie, Olszanicy, Rymanowie, Ustrzykach Dolnych, Lesku i Baligrodzie, a więc gminach położonych przede wszystkim w malowniczym krajobrazie bieszczadzkiem (tab. 3). Potwierdza to fakt, że krajobraz jest jednym z podstawowych czynników wpływających na kształtowanie zjawiska przedsiębiorczości turystycznej. Z badań wynika także, że nie wszystkie gminy potrafią odpowiednio wykorzystać swój potencjał turystyczny, czego przykładem jest gmina Miejsce Piastowe, która pomimo wysokiego współczynnika atrakcyjności turystycznej praktycznie nie rozwinęła przedsiębiorczości agroturystycznej.

O wysokiej aktywności przedsiębiorczej mieszkańców większości gmin wiejskich o szczególnie atrakcyjnym krajobrazie świadczy fakt, że w gminach tych występuje największa liczba podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców (tab. 4 i 5), wynosząca w latach 2004-2010 około 70 podmiotów. Są to głównie podmioty związane z przyjmowaniem i szeroko rozumianą obsługą turystów.

Oceniany wskaźnik kształtował się w badanym okresie na średnim poziomie od około 46 do ponad 52, wykazując duże zróżnicowanie, gdyż wartości współczynnika zmienności wynoszą około 40%.

Tabela 3. Rozmieszczenie gospodarstw agroturystycznych w analizowanych gminach Podkarpacia w latach 2002-2010

Wyszczególnienie	2002		2005		2010	
	gospodarstwa agroturystyczne		gospodarstwa agroturystyczne		gospodarstwa agroturystyczne	
	obiekty	miejsca noclegowe	obiekty	miejsca noclegowe	obiekty	miejsca noclegowe
Baligród	14	123	17	154	44	368
Bircza	5	42	13	110	13	84
Bukowsko	13	109	22	181	27	212
Cisna	18	227	19	250	57	680
Czarna	11	123	12	128	26	233
Dukla	6	98	10	148	14	27
Dynów	3	24	4	33	8	49
Fredropol	5	181	6	44	3	158
Horyniec-Zdrój	8	62	9	65	12	96
Iwonicz-Zdrój	2	12	1	6	1	4
Komańcza	12	105	22	167	4	40
Krasiczyn	5	48	6	72	12	121
Krempna	12	85	15	169	15	151
Lesko	24	192	26	203	48	362
Lutowiska	5	53	11	115	26	293
Miejsce Piastowe	1	6	2	20	-	-
Narol	13	71	12	77	8	70
Olszanica	21	192	20	77	76	632
Rymanów	26	254	28	296	56	471
Solina	82	875	85	1045	82	1122
Tyrawa Wołoska	-	-	4	31	1	8
Ustrzyki Dolne	24	226	39	387	51	694
Wojaszówka	1	5	1	5	3	20

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ODR w Boguchwale.

Tabela 4. Podmioty gospodarcze na 1000 mieszkańców

Rok	Miara statystyczna				Normalność rozkładu	
	\bar{x}	s_d	v_x	Skośność	χ^2	p_{gran}
2004	45,7	18,6	40,6	3,10	35,96	0,000
2005	45,8	18,5	40,4	3,39	40,28	0,000
2006	50,6	50,1	39,1	3,70	34,41	0,000
2007	47,6	18,2	38,2	3,41	36,24	0,000
2008	48,9	19,1	39,0	2,99	26,15	0,000
2009	48,8	18,8	38,6	3,02	28,76	0,000
2010	52,4	18,5	35,3	3,29	31,76	0,000

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US w Rzeszowie.

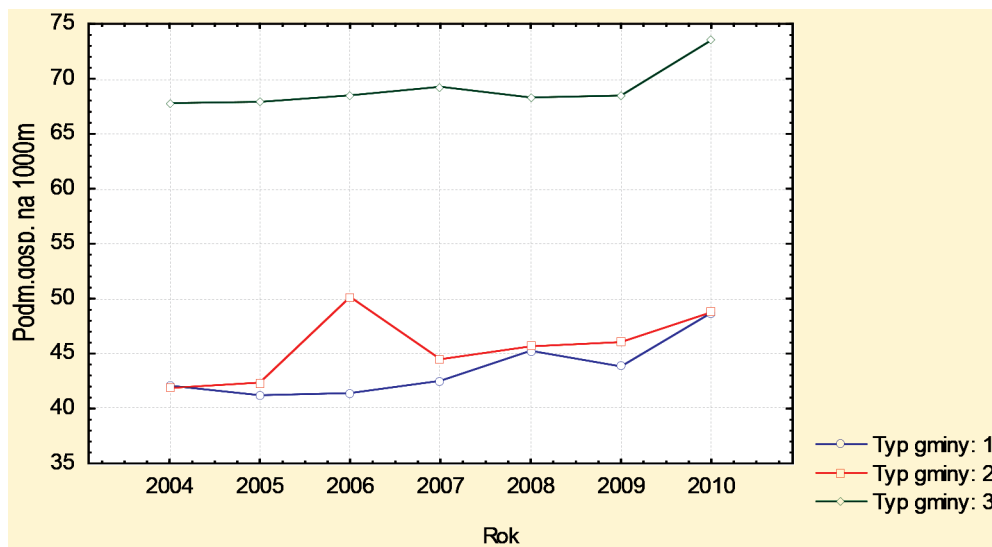
Tabela 5. Liczba podmiotów gospodarczych ogółem na 1000 mieszkańców – wyniki analizy testem Kruskala-Wallisa

Wyszczególnienie	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
H	21,38	20,25	20,56	23,34	17,86	18,70	17,57
P_{gran}	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US w Rzeszowie.

Wartości chi-kwadrat i granicznego poziomu istotności wskazują na to, że rozkłady wyników nie spełniają warunku normalności.

Wartości testu H i granicznego poziomu istotności dają podstawę do przyjęcia hipotezy o występowaniu istotnych różnic pomiędzy średnim poziomem wskaźnika dla trzech typów gmin przy poziomie istotności równym 0,05. Graficzna prezentacja na rys. 1 wskazuje, że poziom tego wskaźnika w gminach o wysokiej atrakcyjności turystycznej jest znacznie wyższy od poziomu w gminach pozostałych.



Typ gminy: 1 – gminy miejsko-wiejskie, 2 – gminy wiejskie, 3 – gminy o wysokiej atrakcyjności turystycznej.

Rys. 1. Liczba podmiotów gospodarczych ogółem na 1000 mieszkańców – średni poziom w trzech typach gmin w badanym okresie

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US w Rzeszowie.

Na rysunku wyraźnie widać, że poziom przedsiębiorczości, wyrażony liczbą podmiotów gospodarczych na tysiąc mieszkańców, jest zdecydowanie wyższy w gminach o atrakcyjnym krajobrazie, co potwierdza, że gminy te w dużym stopniu nastawione są na przedsiębiorczość turystyczną, na obsługę ruchu turystycznego.

6. Zakończenie

Bardzo istotnymi czynnikami wpływającymi na wyzwolenie motywacji przedsiębiorczego myślenia i działania są cechy osobowościowe człowieka oraz lokalne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości, do których zaliczamy krajobraz, kształtowany przez wartości przyrodnicze i historyczne, ale także ruch turystyczny. Krajobraz jest połączeniem wielu czynników i w związku z tym musi być rozpatrywany jako system, jako jedność utworzona z wielości i różnorodności poszczególnych elementów, z których naruszenie któregokolwiek może spowodować zmiany także w innych oraz zmiany mające znaczenie dla obrazu całości krajobrazu.

Na tle wartości społeczno-kulturowych i wartości człowieka, jako głównego sprawcy działań przedsiębiorczych, można ukazać pozostałe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach atrakcyjnych krajobrazowo, do których zaliczymy przede wszystkim uwarunkowania lokalne, charakteryzujące się warunkami naturalnymi regionu oraz położeniem geograficznym i stanem infrastruktury.

Wyniki zrealizowanych badań potwierdzają pozytywnie postawione hipotezy badawcze, dotyczące istotnego wpływu atrakcyjnego krajobrazu na rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich.

Z przedstawionych rozważań można wysnuć następujące wnioski:

- turystyka wiejska w dużym stopniu jest skorelowana z atrakcyjnym krajobrazem,
- wypoczynek na wsi w dużym stopniu kojarzony jest z bezpośrednim kontaktem z przyrodą oraz chęcią przebywania w atrakcyjnym krajobrazie,
- agroturystyka jest podstawową formą przedsiębiorczości indywidualnej mieszkańców gmin wiejskich, zlokalizowanych w atrakcyjnym krajobrazie,
- przedsiębiorczość turystyczna ukierunkowana na obsługę turystów jest głównym kierunkiem rozwoju atrakcyjnych krajobrazowo gmin wiejskich.

Literatura

- Adamowicz M., 2000, *Rola polityki agrarnej w zrównoważonym rozwoju obszarów wiejskich*. Roczniki Nauk. SERiA, tom 2, zeszyt 1, Warszawa–Poznań–Zamość, s. 69-71.
- Al-Mubarak H.M., Busler M., 2010, *Business incubators: findings from a worldwide survey, and guidance for the GCC States*, Sage, s. 3.
- Borrow C., 2001, *Incubator: A realist's Guide to the World's New Business Accelerators*, John Wiley&Sons Ltd., West Sussex, UK, s. 1-364.
- Borys T., Knippschild R. (red.), 2014, *Jakość życia w obszarze przygranicznym*, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław, s. 15.
- Drucker P.F., 1992, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zarządy*, PWE, Warszawa.
- Drucker P.F., 2004, *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa, s. 161.
- Drucker P.F., 1995, *Zarządzanie w czasach burzliwych*, AE w Krakowie, Kraków.
- Duczowska-Małysz K., 1998, *Rolnictwo-wieś-państwo*, PWN, Warszawa, s. 61-62.

- Hart D., 2003, *Entrepreneurship Policy: What it Is and Where it Came From*, [w:] D. Hart (red.), *The Emergence of Entrepreneurship Policy: Governance, Start-ups and Growth in the U.S. Knowledge Economy*, Cambridge University Press, Cambridge, s. 5.
- Kostrowicki A.S., 1976, *A system – based approach to research concerning the geographical environment*, *Geographia Polonica*, vol. 33, 2, s. 27-38.
- Kuciński K., 1997, *Przestrzenne aspekty przedsiębiorczości*, IFGN, Warszawa, s. 11-12.
- Leśniewski M.A., 2010, *Kultura organizacyjna gminy a rozwój regionalny*, [w:] K. Kuciński (red.), *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*, Diffin, Warszawa, s. 51-54.
- Macnaghten P., Urry J., 2005, *Alternatywne przyrody*, Wyd. Nauk. SCHOLAR, Warszawa 2005, s. 230, 257.
- Richling A., Solon J., 1994, *Ekologia krajobrazu*, PWN, Warszawa, s. 9-10, 173.
- Schumpeter J., 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
- Shane S., Venkataraman S., 2000, *The promise of entrepreneurship as a field of research*, *Academy of Management Review*, 25(1), s. 217-226.
- Sztucki T., 1994, *Nowe wymagania w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, *Handel Wewnętrzny* nr 1.
- Turystyka w województwie Podkarpackim w latach 2010-2011*, 2012, Urząd Statystyczny w Rzeszowie, Rzeszów.
- Wiatrak A.P., 2008, *Rozwój turystyki wiejskiej w świetle strategii regionalnych i lokalnych (na przykładzie województwa mazowieckiego)*, [w:] I. Sikorska-Wolak (red.), *Ekonomiczne i społeczne aspekty rozwoju turystyki wiejskiej*, Wyd. SGGW, Warszawa, s. 23.
- Wilkin J., 1997, *Przedsiębiorczość na wsi – główne determinanty i uwarunkowania*, [w:] *Przedsiębiorczość w agrobiznesie a rozwój obszarów wiejskich*, AR w Krakowie, Wydział Ekonomii w Rzeszowie, s. 34.
- Wyszkowska Z., 2012, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich*, *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 3(25), s. 299-307.

TOURIST ENTREPRENEURSHIP AS THE DIRECTION OF THE DEVELOPMENT OF LANDSCAPE ATTRACTIVE RURAL COMMUNITIES

Summary: Landscape is one of the primary determinants shaping the modern image of the municipality, having a significant impact on the type of human activity. It plays an important role in the development of rural areas of outstanding landscape, setting the main direction of development of entrepreneurship in the region. The aim of this paper is to show the tourist establishment as the basic direction of development of rural communities with particularly attractive landscape. The work is an attempt to answer the question of how rural landscape affects the development of the activity of these environments for entrepreneurial tourist related tourism services. The study was based on author's own research obtained on the basis of surveys and data from the Statistical Office in Rzeszów and Agricultural Advisory Center in Boguchwała.

Keywords: landscape, entrepreneurship, tourism, rural areas.