Paweł Kłobukowski

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ A ZASOBY

Analiza uwarunkowań
przedsiębiorczości w gminach

Wydawnictwo Naukowe
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego

Streszczenie

Autor opisuje badania zasobowych uwarunkowań przedsiębiorczości w gminach, odwołując się do procesu przedsiębiorczego w kontekście regionalnym i nowej teorii wzrostu. W książce przeanalizowano zasoby, które mają wpływ na proces wzrostu liczby firm funkcjonujących w gminach. Główną zmienną wyjaśnianą jest liczba przedsiębiorstw wpisanych do bazy REGON na 10 tys. mieszkańców. Najważniejszymi zmiennymi wyjaśniającymi są kapitał ludzki, kapitał społeczny, obecność w aglomeracji wojewódzkiej i turystyka. Metody badawcze, które posłużyły do weryfikacji hipotez badawczych, to regresja liniowa oraz wywiady pogłębione.

Słowa kluczowe

przedsiębiorczość, kapitał społeczny, kapitał ludzki, aglomeracje, rozwój regionalny

Paweł Kłobukowski

Przedsiębiorczość a zasoby

Analiza uwarunkowań
przedsiębiorczości w gminach

Wydawnictwo Naukowe
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego

Warszawa 2020

Paweł Kłobukowski

dr, adiunkt na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

ORCID: 0000-0002-7177-376X

Recenzent:

dr hab., prof. ucz. Jacek Pasieczny

Redakcja: Anna Goryńska

Projekt okładki: Agnieszka Miłaszewicz

© Copyright by Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2020

e-ISBN: 978-83-66282-34-6

DOI: 10.7172/978-83-66282-34-6.2020.www.8

Opracowanie komputerowe:
Dom Wydawniczy ELIPSA
ul. Inflancka 15/198, 00-189 Warszawa
tel. 22 635 03 01
e-mail: elipsa@elipsa.pl, www.elipsa.pl

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. ROZWÓJ REGIONALNY	11
1.1. Rozwój regionalny – ujęcie teoretyczne	12
1.2. Polskie badania dotyczące rozwoju regionalnego	27
1.3. Podsumowanie	35
Rozdział 2. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ	37
2.1. Przedsiębiorczość a działalność gospodarcza	37
2.2. Działalność gospodarcza i przedsiębiorca w rozumieniu prawnym	39
2.3. Klasyfikacje teorii przedsiębiorczości	40
2.4. Korzenie nauk o przedsiębiorczości	43
2.5. Przedsiębiorczość jako kategoria ekonomiczna	44
2.6. Przedsiębiorczość jako przedmiot badań multidyscyplinarnych	50
2.7. Wpływ przedsiębiorczości na wzrost gospodarczy	58
2.8. Przedsiębiorczość w ujęciu regionalnym	61
2.9. Przedsiębiorczość w Polsce	63
2.10. Podsumowanie	65
Rozdział 3. METODOLOGIA BADANIA	67
3.1. Hipotezy i pytania badawcze, uzasadnienie wybranego tematu	67
3.2. Uzasadnienie wybranego tematu i luka badawcza	68
3.3. Wprowadzenie – schemat badania	69
3.4. Metody badawcze	71
3.5. Operacjonalizacja zmiennych wyjaśniających i zmiennej wyjaśnianej z uzasadnieniem	79
Rozdział 4. BADANIE ILOŚCIOWE – REGRESJA	88
4.1. Zmienna zależna i zmienne niezależne	88
4.2. Oszacowania parametrów i diagnostyka modelu	101
4.3. Interpretacja wyników	116
4.4. Wnioski	119
Rozdział 5. BADANIE JAKOŚCIOWE	124
5.1. Dobór próby	124
5.2. Gminy turystyczne	128
5.3. Gminy aglomeracyjne oraz o wysokim kapitale ludzkim	152
5.4. Gminy niepasujące do modelu	172
5.5. Podsumowanie analiz jakościowych	174

Podsumowanie	177
Bibliografia	189
Spis tabel	201
Spis wykresów	203
Spis schematów	203

Wstęp

W Polsce temat rozwoju regionalnego i przedsiębiorczości lokalnej jest silnie eksploatowany naukowo – zarówno pod kątem profilowania gmin (Pasieczny, 2008), analiz klastrowych (Lis i Lis, 2013), jak i rozwoju innowacji regionalnych (Dominiak i Churski, 2012). Główną jednostką analizy staje się województwo czy powiat (Zaucha i in., 2015). Cechą wyróżniającą niniejszą książkę jest odniesienie się do wszystkich gmin w Polsce w badaniu ilościowym. Analiza całej populacji w badaniu pozwoli na większą legitymizację wniosków.

Niniejsza książka może pomóc w lepszym zrozumieniu procesu przedsiębiorczego w kontekście regionalnym. Przeprowadzając opisane badanie, zdecydowano się na odwołania do nowej teorii wzrostu z wykorzystaniem modelu procesu przedsiębiorczego w kontekście regionalnym.

Problematyka poruszana w monografii dotyczy zasobowych uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości lokalnej. Autor, analizując literaturę przedmiotu, dostrzegł potrzebę dogłębnego zbadania przedsiębiorczości lokalnej w kontekście gminnym. Wiele analiz ilościowych skupia się na postrzeganiu zjawisk z perspektywy powiatów czy województw, pomijając, często ze względu na braki lub trudności z dostępem do danych, gminy. Autor zdecydował się na wybór najmniejszej jednostki analizy i zbadanie ilościowo wszystkich gmin w kraju. Dlatego wiele pracy poświęcił na przygotowanie bazy danych, która umożliwiła zgłębienie tematu i jego rzetelną analizę.

Przedmiotem badania jest analiza procesu powstawania firm w kontekście regionalnym w polskich gminach. Podczas prac nad książką autor skupił się na wyjaśnieniu liczebności firm w poszczególnych jednostkach samorządu terytorialnego. Analizowano przedsiębiorczość w gminach na podstawie danych z Banku Danych Lokalnych z roku 2014, wyjaśniając jej obecny stan za pomocą zasobów wpływających na wzrost liczby firm na przestrzeni lat. Przyjęto więc perspektywę procesową, zakładającą, że obecne wyniki przedsiębiorstw w gminach są rezultatem działania wielu czynników determinujących wzrost podmiotów gospodarczych na przestrzeni lat. Miały one szczególnie istotny wpływ na przedsiębiorczość od momentu zmiany systemu w Polsce z komunistycznego na kapitalistyczny. Skalę wzmiankowanych zmian w polskiej gospodarce prezentuje tabela 1.

Tabela 1. Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON^a

Wyszczególnienie	Ogółem	W tym					Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą ^b
		przedsiębiorstwa państwowe	spółki handlowe		spółdzielnie		
			razem	w tym z udziałem Skarbu Państwa			
Ogółem	1990	1 269 051	8453	36 267	248	16 650	1 135 492
	1995	2 110 710	4357	104 922	2023	19 822	1 693 427
	2000	3 185 040	2268	159 660	2382	19 011	2 500 952
	2005	3 615 621	1029	230 588	2026	18 303	2 776 459
	2010	3 909 802	246	303 040	1479	17 156	2 942 965
	2013	4 070 259	165	382 526	1228	17 422	2 961 733

^a Bez osób prowadzących gospodarstwa indywidualne w rolnictwie

^b W latach 1990–2000 zakłady osób fizycznych; w 1990 r. dane Ministerstwa Finansów

Źródło: Dmochowska H. (red.) (2014).

W części jakościowej skupiono się na czynnikach powodujących wzrost firm na przestrzeni lat. Są to zasoby, które według respondentów były kluczowe do wyjaśnienia takiego stanu gęstości przedsiębiorczości.

Dobór gmin do badania jakościowego odbył się na podstawie analiz ekonometrycznych. Miało to na celu umożliwienie lepszej analizy zależności między zmienną wyjaśnianą a zmiennymi wyjaśniającymi. Zabieg ten pozwolił na oddanie charakteru i rodzaju potencjalnego wpływu poszczególnych czynników na przedsiębiorczość. W części ilościowej zostaną zaprezentowane modele ekonometryczne, natomiast w części jakościowej schematy prezentujące wpływ poszczególnych zasobów na wzrost liczby firm w danej gminie. Takie połączenie metod może przełożyć się na większą trafność wyciągniętych wniosków. Równocześnie pozwoli na wyeksponowanie analizy obserwacji o skrajnych cechach i uwarunkowaniach zasobowych. Dodatkowe badanie jakościowe posłuży poprawie modeli ekonometrycznych i ich dopasowaniu w przyszłych badaniach.

Za cele poznawcze niniejszej książki uznano zidentyfikowanie i scharakteryzowanie istotnych zasobów mających wpływ na przedsiębiorczość; opisanie relacji między zasobami wpływającymi na powstawanie firm i określenie interesariuszy wywierających wpływ na proces przedsiębiorczy w kontekście regionalnym. Podsumowaniem badania jest model wyjaśniający liczebność firm w poszczególnych gminach.

Celem praktycznym autora jest zwiększenie stanu wiedzy na temat zasobów powodujących wzrost liczby firm na przestrzeni lat. Pozwoli ona na lepsze dopasowanie programów stymulujących przedsiębiorczość do realiów lokalnych, a także przyniesie rozwiązania mogące stać się inspiracją dla władz regionalnych.

W pierwszym rozdziale zaprezentowane zostały teorie rozwoju regionalnego, takie jak nowa geografia ekonomiczna czy nowa teoria wzrostu. Celem przyświecającym badaczowi była chęć uporządkowania tak rozległego obszaru nauki i uzasadnienia dalszej analizy teoretycznej.

W tym rozdziale pokazane zostały kierunki rozważań nauk o rozwoju regionalnym, z uwzględnieniem roli przedsiębiorczości i czynników ją determinujących. Równocześnie autor zwraca uwagę na interdyscyplinarność nauk o rozwoju regionalnym. Analizy z tego zakresu często opierają się na teoriach z nauk ekonomicznych, nauk o zarządzaniu czy geografii. Natomiast ewolucyjna geografia ekonomiczna (ewolucyjna gospodarka przestrzenna) zarówno łączy trzy wymienione obszary naukowe, jak i rozszerza je o socjologię oraz historię. Analiza powyższego prowadzi do wniosku, że na przestrzeni ostatnich lat interdyscyplinarny charakter analiz regionalnych nabiera coraz większej intensywności. W niniejszej książce odniesiono się do kwestii wywodzących się z nauk o zarządzaniu, takich jak stymulowanie przedsiębiorczości, czy – w części jakościowej – rola władz lokalnych w zarządzaniu gminą. Autor opisuje również wykorzystywanie przez lokalnych decydentów czynników endogennych w celach rozwojo-

wych. Odniesiono się też do nowej teorii wzrostu, która ma bardzo silnie interdyscyplinarny charakter. Teoria wzrostu endogenicznego została wykorzystana w kontekście nauk o przedsiębiorczości, do pogłębionej analizy determinant wzrostu firm.

W rozdziale drugim zaprezentowano stan wiedzy z zakresu przedsiębiorczości. Rozpoczęto go od prawnych aspektów działalności gospodarczej, a następnie przedstawiono klasyfikacje teorii. Umożliwiło to przejście do korzeni nauk o przedsiębiorczości i ich aspektów teoretycznych oraz pokazanie rozwoju tej części nauki i jej ewolucję od nauk ekonomicznych do nauk o zarządzaniu. Autor przedstawił również lokalny charakter procesu przedsiębiorczego. Odnosił się także do wpływu przedsiębiorczości na wzrost gospodarczy, aby na koniec przedstawić sytuację firm w Polsce, opierając się na danych zawartych w raportach Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i w badaniach naukowych (Wach, 2008).

W rozdziale trzecim autor przedstawia metody badawcze, prezentuje uzasadnienia wyboru tematu badań, a także prezentuje i opisuje lukę badawczą. Na końcu rozdziału przedstawia operacjonalizację zmiennych w badaniu.

Rozdział czwarty poświęcony został stworzeniu modelu regresji liniowej, sprawdzeniu jego poprawności metodologicznej, a następnie interpretacji uzyskanych wyników z badania ilościowego.

Rozdział piąty prezentuje badanie jakościowe. Wyniki zostały przedstawione na schematach ukazujących wpływ poszczególnych zasobów i czynników na wzrost przedsiębiorczości na terenie danej gminy. Gminy do badania jakościowego dobrano według czterech głównych zmiennych wyjaśniających, czyli: *atrakcyjności turystycznej, obecności w aglomeracji, wysokiego poziomu kapitału społecznego oraz kapitału ludzkiego*.

Niniejsza książka może być przyczynkiem dla dalszego rozwoju nauk o przedsiębiorczości i może pozwolić na spojrzenie na przedsiębiorczość lokalną z perspektywy innej niż dotychczasowa. Jest to szczególnie ciekawe w kontekście przedsiębiorczości lokalnej w krajach postkomunistycznych, które będąc spadkobiercami gospodarki centralnie planowanej, muszą odnaleźć swoją drogę, zarówno w kwestiach nauk o zarządzaniu, jak i *stricte* przedsiębiorczości, jako zjawiska gospodarczego. Autor żywi nadzieję, że jego książka będzie punktem wyjścia do kolejnych badań. Model stworzony na potrzeby weryfikacji badań umożliwi natomiast ich rozwinięcie i szerszą analizę procesu przedsiębiorczego.

Rozdział 1

ROZWÓJ REGIONALNY

Rozwój regionalny jest przez bardzo wielu autorów łączony z rozwojem i lokalizacją przedsiębiorstw. Lokalny wymiar rozwoju firm utożsamia się ze wzrostem dobrobytu i poziomu życia, a przy tym wydaje się czynnikiem podatnym na stymulowanie. Te kwestie zostaną szczegółowo przedstawione i rozwinięte w dalszej części rozdziału.

Na potrzeby rozważań w tej książce przyjęto następującą definicję rozwoju regionalnego: „proces ekonomiczny polegający na transformacji czynników i zasobów regionalnych w dobra i usługi, służący podniesieniu poziomu różnych aspektów życia ludności. Główną składową rozwoju regionalnego i jego warunkiem jest wzrost gospodarczy, czyli zwiększenie produkcji dóbr i usług wskutek ilościowego zwiększenia wykorzystywanych czynników produkcji oraz poprawy efektywności ich wykorzystania” (Kuciński, 2010, s. 54). Capello i Nijkamp termin ten oraz sposoby jego mierzenia charakteryzują następująco: „Rozwój regionalny dotyczy geografii dobrobytu i jej ewolucji. Odgrywa on centralną rolę w takich dyscyplinach jak: geografia ekonomiczna, gospodarki regionalne, nauka regionalna i teoria ekonomii wzrostu. Koncepcja ta nie jest w swojej naturze stała, ale odnosi się do skomplikowanej dynamiki czasoprzestrzeni regionów (lub współzależnionej grupy regionów). Zmieniające się regionalne pozycje dobrobytu są często trudne do zmierzenia i w praktyce często używamy wskaźnika PKB per capita (lub jego wzrostu) jako statystycznego szacunku (zob. Stimson, 2006)” (Capello i Nijkamp, 2009, s. 1).

W pracach związanych z ekonomią polityczną można znaleźć pogląd, że rozwój regionalny powinien odnosić się do krajów, a nie regionów (skupić się na czynnikach globalnych i polityce państwa) (Holko, 2015, s. 11). W takim ujęciu bardzo duża waga przypisywana jest globalnym korporacjom, często mającym siedziby na terenie aglomeracji, i kapitałowi, kosztem MŚP. Dane ilościowe przedstawiane przez PARP wskazują na 1,77 mln firm działających w Polsce, przy czym MŚP stanowią 99,8% tych podmiotów (Tarnawa i Zadura-Lichota, 2015, s. 13). Takie podejście do teorii rozwoju regionalnego może doprowadzić do pominięcia czynników stymulujących przedsiębiorczość w gminach wyróżnia-

jących się na tle kraju (np. inny cykl koniunkturalny czy szczególna kombinacja zasobów), które potrzebują odmiennej drogi rozwoju.

Z drugiej strony pomijanie rozwoju regionalnego w analizach gospodarczych utrudnia zrozumienie rozwoju wielkich metropolii. Skrajnym przykładem tego procesu jest powstawanie hiperaglomeracji (Smętkowski i in., 2012), które mogą mieć zupełnie inny cykl koniunkturalny niż reszta kraju (Friedmann i Wolff, 1982). Równocześnie w takich analizach ekonomii politycznej pomijane są czynniki kulturowe i historyczne, wyróżniające dany region na tle kraju, co ma szczególne znaczenie w państwach znacznie mniej jednolitych narodowościowo niż Polska. W Ewolucyjnej Geografii Ekonomicznej coraz większe znaczenie przywiązuje się do „zależności od szlaku” i historii przemysłowej regionu (Bottazzi i in., 2007). Często przejście z industrialnego charakteru jakiegoś regionu do postindustrialnego ma przełomowe znaczenie dla całego kraju. Sam ten nurt za cel stawia sobie połączenie perspektywy makroekonomicznej i mikroekonomicznej przez włączenie do głównego nurtu rozważań o gospodarce perspektywy regionalnej.

Celem autora będzie dokonanie analizy rozwoju regionalnego jako procesu silnie związanego z przedsiębiorczością, a ściślej ujmując, ze wzrostem działalności gospodarczej. W analizie jakościowej uwzględniony zostanie sam charakter przedsiębiorczości i jej powiązanie z zamożnością gmin.

1.1. Rozwój regionalny – ujęcie teoretyczne

1.1.1. Nowa teoria wzrostu

(New growth theory – NGT; teorie wzrostu endogenicznego)

Nowa teoria wzrostu polemizuje z elementem neoklasycznej teorii ekonomicznej oraz nawiązuje do teorii polaryzacji czy konwergencji (Martin i Sunley, 1998). Kluczowym elementem koncepcji jest wiedza – jako element kapitału ludzkiego, który ze względu na swoją mobilność jest czynnikiem wzrostu i różnicowania regionów (Proniewski, 2012). Duży wpływ na rozwój tego nurtu mieli Romer (1986) i Lucas (1988).

Pierwsze modele nowej teorii wzrostu były inspirowane modelem Solowa-Swana. Starły się wyjaśnić, w jaki sposób gospodarka generuje trwały wzrost dochodu na głowę. Przyczynami popularności tego nurtu są m.in. luki w teorii neoklasycznej i wzrost roli wiedzy w rozwoju gospodarczym (Domański, 2012, s. 77). Capello i Nijkamp (2009) twierdzą, że teorie wzrostu endogenicznego są oparte na podobnych fundamentach jak nowa geografia ekonomiczna (obie mają silne związki z nową teorią handlu). Wczesnych korzeni nowej teorii wzrostu można doszukać się w pracach Ramseya, Cassa, Koopmansa i Schumpetera (Dawkins, 2003). Dominującą metodą badawczą są modele ekonometryczne, których nową cechą było włączenie postępu technicznego jako zmiennej objaśnianej, w przeci-

wieństwie do modeli neoklasycznych. W nowej teorii wzrostu analizy odnoszą się też do czynników powodujących powstawanie nowych technologii i nakładów na działalność badawczo-rozwojową. W modelach wzrostu endogenicznego odrzucono założenie o pełnej dostępności technologii dla wszystkich krajów oraz próbowano wyjaśnić zjawisko stałego wzrostu produktu na pracownika przez wzrost innowacji (Korenik, 2011, s. 97). Ciekawa jest możliwość konwergencji w tym ujęciu teoretycznym. Centra tworzą technologie, natomiast peryferia nie, ale regiony słabiej rozwinięte mogą naśladować i kopiować technologię. Ten proces jest skutkiem integracji gospodarczej i postępuje szybciej niż kreowanie nowych rozwiązań, dzięki czemu różnice w dochodach między jednostkami zmniejszają się. Korenik i Korenik charakteryzują nową teorię wzrostu w następujący sposób: „Kumulowanie się czynników wzrostu pozwala na uzyskanie trwałego rozwoju o charakterze endogenicznym. Czynnikiem generowania tego rozwoju jest kapitał fizyczny i ludzki (na który kładzie się szczególny nacisk) oraz innowacyjność technologiczna. Podstawowym założeniem jest, że wiedza jest produktem ubocznym inwestycji. Dlatego też rozwój może być stymulowany przez inwestycje publiczne podnoszące wzrost nakładów i produktywności w sektorze prywatnym. Ma to się odbywać poprzez wspieranie: edukacji, rozwoju zasobów ludzkich, badań i rozwoju technologicznego oraz małej i średniej przedsiębiorczości” (Korenik i Korenik, 2007 w: Korenik, 2011, s. 87). Część autorów dzieli nową teorię wzrostu na pierwszą i drugą generację modeli. Początkowo analizowano w tym nurcie endogenizację procesu wzrostowego, bez aspektu przestrzennego, ale z uwzględnieniem kapitału ludzkiego i rozprzestrzeniania się wiedzy (Zaucha i in., 2015, s. 91–92). Inicjatorem tego kierunku badawczego był Lucas (1988). Podstawowym założeniem pierwszej generacji modeli jest przekonanie o tym, że kapitał fizyczny nie może być trwałym motorem wzrostu, natomiast kapitał ludzki może. Wzrost osiągany jest przez inwestycję rodzin w wykształcenie. Kluczową kwestią dla Lucasa jest dostęp do masowej edukacji (Domański 2012, s. 82). Druga generacja modeli skupiła się natomiast przede wszystkim na wyjaśnieniu postępu technologicznego za pomocą umieszczenia w modelu sektora badawczo-rozwojowego (Zaucha i in., 2015, s. 91–92). Ten nurt zapoczątkował Romer, opierając się na trzech założeniach (Domański, 2012, s. 80):

- 1) zmiany technologiczne są głównym czynnikiem wzrostu gospodarczego (zmiany te to instrukcje określające sposoby łączenia i przetwarzania zasobów),
- 2) zmiany technologiczne zachodzą na skutek intencjonalnych działań osób reagujących na zachęty rynkowe,
- 3) dobra, jakimi są instrukcje łączenia i przetwarzania zasobów, są w istocie odmienne od innych dóbr gospodarczych (gdy zostanie już pokryty koszt wyprodukowania zbioru instrukcji, kolejne jego użycia nie będą powodować dodatkowych kosztów).

Podstawowym wnioskiem wynikającym z tego modelu jest to, że na skutek wzrostu wielkości rynku i przedstawionej powyżej sytuacji związanej z kosztami stałymi zwiększą się zyski i handel między krajami.

W nowej teorii wzrostu, w przeciwieństwie do nowej geografii ekonomicznej, mniejsze znacznie ma czas; przede wszystkim liczy się wzrost. Podobieństwo tej koncepcji do teorii ekonomicznej Krugmana można zauważyć w traktowaniu aglomeracji jako możliwego źródła dochodów i założeniu w modelach o niedoskonałej konkurencji monopolistycznej. Znacznie większy nacisk endogeniczne modele wzrostu kładą natomiast na informację i technologię (Capello i Nijkamp, 2009, s. 24). Samo wykorzystanie wielkich skupisk miejskich w analizach jest jednak inne: „podczas gdy aglomeracja w nowej teorii handlu i nowej geografii ekonomicznej jest wynikiem modelowania, to w nowej teorii wzrostu jest endogenną determinantą wyjaśniającą wzrost” (Capello i Nijkamp, 2009, s. 24).

W późniejszym okresie pojawiły się modele łączące oba podejścia, odnoszące się zarówno do zmian technologicznych, jak i kapitału ludzkiego, w tym procesu uczenia się. Następnie zaczęto analizować głębokie determinanty wzrostu, zwłaszcza uwarunkowania instytucjonalne (Zaucha i in., 2015).

1.1.2. Teoria klastrów (Porter)

Temat klastrów zyskał dużą popularność wśród polityków i stał się dość popularny (Martin i Sunley, 2003) również w Polsce. Część autorów uznaje Portera za jednego z naukowców, którzy przywrócili tematykę rozwoju regionalnego do głównego nurtu dyskursu ekonomicznego i nauk o zarządzaniu (Capello i Nijkamp, 2009). Dlatego koncepcja klastrów wymaga rozważenia w kontekście rozwoju regionalnego, mimo częstego pomijania jej w klasyfikacjach teorii. Za inspirację teoretyczną tej koncepcji można uznać dystrykty przemysłowe Marshalla.

Główny autor teorii klastrów Porter określa je mianem: „skupiska wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (np. uniwersytetów, jednostek normalizacyjnych i stowarzyszeń branżowych) w poszczególnych dziedzinach, konkurujących między sobą, ale również współpracujących” (Porter, 2001, s. 246). Podobną definicję przytacza Barcik: „Termin »klaster« wywodzi się z języka angielskiego *cluster* i pojawił się w gospodarkach uprzemysłowionych. Oznacza on koncepcję tworzenia grup kooperacyjnych przedsiębiorstw wyspecjalizowanych, których działania opierają się na współpracy, powiązanych z zapleczem naukowo-badawczym” (Barcik, 2006, s. 9).

Podsumowując obie definicje, za podstawowe cechy klastra można uznać stworzenie grupy lub grup przedsiębiorców, koncentrujących się na określonym obszarze, zbliżonych do siebie pod względem zakresu produkcji oraz współ-

pracujących z instytucjami państwowymi i naukowymi (zwłaszcza uniwersytetami i jednostkami badawczo-rozwojowymi). Dzięki obecności w klastrze firmy oraz cały region osiągają korzyści: po pierwsze, następuje wzrost produktywności lokalnych przedsiębiorstw, przez lepsze ceny u dostawców czy dostęp do wyspecjalizowanej siły roboczej, po drugie, przez bliskość terytorialną podmiotów następuje wzrost innowacyjności, zaś po trzecie, zwiększa się liczba nowych przedsiębiorstw, co powoduje wzrost liczby miejsc pracy (Brodzicki i Szultka, 2002, s. 4). Porter – przy tworzeniu koncepcji klastrów – inspirował się swoimi wcześniejszymi teoriami związanymi z zarządzaniem strategicznym, dlatego w jego analizach pojawia się odwołanie do przewag konkurencyjnych regionów. Często jako przykład całej teorii służy Dolina Krzemowa. Jest to wybór bardzo kontrowersyjny z kilku powodów. Jak argumentuje Mazzucato (2016, s. 113), w historii rozwoju Doliny Krzemowej olbrzymią rolę odegrało wsparcie państwowe, dokonane przez wojsko, np. DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency). Ta agencja bardzo silnie finansowała rozwój przemysłu komputerowego (w tym firmę Apple). Także model *spin-off* powstał w firmach współpracujących z państwem. Animatorami powstawania tego, co obecnie znamy jako Dolinę Krzemową, byli właśnie pracownicy DARPA, którzy pełnili funkcje pośredników (łącąc badaczy i biznesmenów, także przedsiębiorców i inwestorów), zajmowali się też dostosowaniem nauki do potrzeb rynku; finansowali np. tworzenie nowych katedr na studiach (Mazzucato, 2016, s. 112). Specyficzny proces powstawania i rozwoju oraz złożoność relacji w Dolinie Krzemowej niosą ze sobą wątpliwość, czy na pewno nadaje się ona jako przykład teorii klastrów w wersji Portera, czy raczej należałoby ją potraktować jako jednostkowy przypadek o bardzo specyficznych warunkach. Innym argumentem przemawiającym za specyfiką tego regionu jest bardzo sprzyjający klimat i kultura.

Za jedną z przyczyn popularności koncepcji Portera Martin i Sunley w swoim krytycznym wobec klastrów artykule uznają odwołanie się do determinant konkurencyjności (2003, s. 8). Był to ważny i zrozumiały argument dla lokalnych władz. Możliwe, że istotny był również styl pisania przyjazny biznesowi i polityce, zupełnie inny niż w geografii ekonomicznej, gdzie dominuje raczej styl akademicki. Autorzy zarzucają Porterowi brak osadzenia koncepcji w teorii i odwołania do najważniejszych współczesnych nurtów związanych z analizami przestrzennymi. Kolejny argument przeciw teorii klastrów to duża chaotyczność i różnorodność (np. odwołania zarówno do sektorów przemysłowych, jak i tych związanych z produkcją nowych technologii). Martin i Sunley przywołują również badania (Harrison i in., 1996), które nie wykazały dowodów na to, że jednostki lokalnie skoncentrowane adoptują szybciej nowe technologie niż te rozproszone. Następnie kwestionowany jest związek między klastrami a innowacyjnością. Krytycy stawiają również pytanie, czy koncepcja ta to bardziej sposób myślenia (*way of thinking*) o ekonomii i zarządzaniu oparty na innowacyjności i konkurencyjności

ści, czy teoria naukowa. Martin i Sunley we wnioskach swojego artykułu uznają, że klastry są po prostu marką wykreowaną przez Portera, niczym korporacja wypuszczająca kolejny produkt (Martin i Sunley, 2003, s. 29).

Mimo silnej krytyki przez część środowisk naukowych koncepcja klastrów nadal jest popularnym tematem badań i rozważań teoretycznych (Huber, 2012; Andersson i Larsson, 2016; czy Vaz i in., 2014; Delgado, Porter i Stern, 2010). Często metodą badawczą staje się *case study*; analizuje się bardzo specyficzne przypadki, jak np. uniwersytet, którego marka okazuje się cenną wartością dla członków klastra (Huber, 2012). Uwidaczniają się też nawiązania do przedsiębiorczości czy innowacyjności.

Podsumowując dotychczasowe rozważania na temat klastrów w ujęciu Portera, można z jednej strony dostrzec wiele racji w argumentacji i krytyce Martina i Sunleya. Kluczową kwestią dalszego rozwoju analiz klastrowych jest znalezienie odpowiedzi na pytanie, czy będzie ona w stanie wygenerować wyjaśnienia umożliwiające tworzenie dedukcyjnych teorii naukowych, czy jednak będą to analizy poszczególnych przypadków.

Z drugiej jednak strony, mając na uwadze, że koncepcja klastrów ma szerokie zastosowanie praktyczne, można stwierdzić, że analiza *case study* może stanowić dużą wartość, jako benchmarking dobrych praktyk, dla niektórych polityków i lokalnych decydentów.

1.1.3. Nowa geografia ekonomiczna

Nowa geografia ekonomiczna wywodzi się z nowej teorii handlu. Dostrzegalne są również nawiązania do teorii Marshalla, zwłaszcza w ujęciu Krugmana (Capello i Nijkamp, 2009). Inne grupy naukowców wskazują na możliwe wspólne pole badawcze z teorią lokalizacji czy gospodarką miejską (Fujita i Thisse, 2009). Krugman (1991) nawiązuje również do teorii polaryzacji, a zwłaszcza koncepcji rdzenia i peryferii.

Dominującą metodą badawczą w nowej geografii ekonomicznej to modelowanie ekonometryczne. Jednostką analizy są podmioty gospodarcze. To podejście teoretyczne również odnosi się do wzrostu za pomocą czynników endogenicznych: „P. Krugman w swoim dorobku zwrócił uwagę na to, co jest we wzroście najważniejsze, a tym samym na to, co jest »skumulowane« w danym regionie. Uznał, iż błędem jest opieranie się wyłącznie na zasobach importowanych (obojętne czy chodzi tu o kapitał, pracę, czy technologię)” (Chojnacka, 2014, s. 81). W przeciwieństwie do nowej teorii wzrostu nowa geografia ekonomiczna bardzo dużo miejsca poświęca decyzjom o wyborze lokalizacji: „Kluczową cechą modeli NEG jest endogenizacja decyzji lokalizacyjnych, a tym samym endogenizacja lokalizacji działalności gospodarczej w przestrzeni.” (Zaucha i in., 2015, s. 99). Celem Krugmana (1991) jest przywrócenie analiz przestrzennych w naukach

ekonomicznych. Stawia on pytania badawcze dotyczące lokalizacji wielkich milionowych miast. Zwraca uwagę na przyczyny stawania się ośrodków lokalnych częścią przemysłowego rdzenia (1999, s. 143). Zaznacza, że zarówno przemysł, jak i banki podlegają koncentracji ekonomicznej. Autor pyta, dlaczego w takim wypadku wszyscy nie żyjemy w jednym wielkim mieście. Odpowiedzią są siły powodujące koncentrację i odpychanie przestrzenne.

W późniejszych artykułach Fujita i Krugman (2004, s. 140–141) rozwijają tę myśl, a jako cel badawczy nowej geografii ekonomicznej wskazują wyjaśnienie powstawania bardzo zróżnicowanych typów aglomeracji. Zaznaczają jednocześnie, że wielkie ośrodki miejskie, mimo że różnią się między sobą, są połączone i tworzą większy system ekonomiczny. Dla spójności i całościowego ujęcia teoretycznego kluczowe staje się znalezienie czynników (sił), które sprawiają że nastąpi koncentracja lub dyspersja przestrzenna (zwłaszcza przyciąganie i odpychanie wzajemne podmiotów gospodarczych). Ważne dla obu autorów staje się też połączenie analiz przestrzennych z całą ekonomią, np. przez modelowanie przestrzenne dochodów możemy dowiedzieć się, kiedy one się zmieniają i jaki to ma wpływ na gospodarkę.

Na nowe pola badawcze związane z przyłączaniem kolejnych krajów do Unii Europejskiej oraz polityką spójności wspólnoty wskazuje Lewandowska-Gwarda (Suchecki, 2010, s. 204). Podnosi ona kwestie odnoszące się do zróżnicowania w rozwoju regionalnym, także mimo podobnego potencjału początkowego. Zastanawia się również, dlaczego dywergencja regionalna rośnie, mimo że wsparcie ze środków europejskich jest nakierowane na konwergencję. Autorka tak podsumowuje czołowy cel teorii: „Głównym zadaniem modeli nowej ekonomii geograficznej (rdzenia i peryferii, systemów regionalnych i miejskich, oraz modeli międzynarodowych) stało się wyjaśnienie, gdzie koncentrują się aktywności ekonomiczne i dlaczego” (Suchecki, 2010, s. 212).

Nowa geografia ekonomiczna jest inspirowana modelem konkurencji monopolistycznej Dixita-Stiglitz (związany z nową teorią handlu) powstałym w 1977 roku. „Krugman, zainspirowany ideałami Dixita-Stiglitz, dąży do stworzenia modelu, który byłby mniej abstrakcyjny, opierał się na założeniach określonych w mikroskali i uwzględniał tradycję geograficzną. Na tych założeniach w mikroskali chce skonstruować model mający efekty w makroskali. Za drogę, która prowadzi do takiej konstrukcji autor wybrał krótkoterminową równowagę i rozwiązanie czterech równań, które je wyznaczają.” (Domański, 2012, s. 88). Krugman dodał do oryginalnej wersji modelu mobilne czynniki produkcji oraz koszty transportu (Chojnacka, 2014).

W pierwszej wersji modelu autor dzieli kraj na dwa obszary: przemysłowy rdzeń i rolnicze peryferie (Krugman, 1991, s. 483). W rdzeniu produkcja może wzrastać; na peryferiach jest stała, mimo konsumowania obu typów dóbr. Rolnicy nie są mobilni i ich liczba jest stała, pracownicy przemysłowi przemieszczają się

tam, gdzie są wyższe płace. Transport produktów przemysłowych pociąga za sobą duże koszty, dlatego bardziej opłacalne staje się lokowanie fabryk w obszarach bardziej zaludnionych, gdzie jest większy rynek i koncentracja przemysłu. Przy produkcji zakładany jest monopol. Wymusza on wybór tylko jednej siedziby. Przy zmianie siedziby firma będzie przenosić również pracowników (Chojnacka, 2014, s. 83). Następnym krokiem analizowanym w tej teorii jest działanie sił odśrodkowych, takich jak czynniki nieruchome, zysk z gruntów i czynników dośrodkowych, czyli np. efekt wielkości rynku, duży i specjalistyczny rynek pracy. Na skutek relokacji firm czynniki te powodują powstanie lub zahamowanie rozwoju aglomeracji, zwiększając lub hamując koncentrację geograficzną (Krugman, 1999, s. 143). Konsekwencją działań proaglomeracyjnych staje się obniżanie cen spedycji, co prowadzi do zwiększenia zysków u producentów. Ci zaś mogą podnieść pensje w firmie, co potęguje migracje ludzi ze wsi do miast. Przedsiębiorcy w wielkich aglomeracjach gospodarczych mają tę korzyść, że w związku z rozmiarem (wzrostem) lokalnego rynku mogą osiągnąć większe zyski (Capello i Nijkamp, 2009). Efekt ten będzie tym większy, im większy będzie w danej jednostce terytorialnej popyt, większe korzyści w skali wewnętrznej ekonomii. Mamy więc do czynienia z mechanizmem popytowym, czyli na skutek przeniesienia produkcji rośnie rynek, gdzie ulokowano produkcję. Drugi mechanizm jest podażowy, czyli następuje redukcja kosztów transportu, skutkująca obniżeniem cen towarów i zmniejszeniem kosztów życia (Suchecki, 2010, s. 207). Natomiast do dyspersji ekonomicznej prowadzi tzw. efekt zatłoczonego rynku. Przenoszenie firm z jednego regionu do drugiego prowadzi do zwiększenia liczby podmiotów konkurujących ze sobą. Wzrost wzajemnej rywalizacji gospodarczej może prowadzić do decyzji o relokacji części firm.

Dobrym przykładem myślenia w nurcie Krugmana jest działanie sił odśrodkowych i dośrodkowych na przykładzie koncentracji usług finansowych w Nowym Jorku. Sektor ten ulokowany jest w tym mieście ze względu na fakt, że znajduje się tam duży rynek, jest dostępność dużej liczby klientów oraz usług okołobiznesowych. Niezmiernie ważni są też specjalistyczni prawnicy (np. zajmujący się kwestiami papierów wartościowych) i, jak określa to autor, znajdowanie się w centrum wydarzeń. Krugman stawia pytanie, dlaczego cały sektor finansowy nie znajduje się w Nowym Jorku. W odpowiedzi wskazuje, iż nie ma tam wszystkich klientów, wynajem biur jest drogi, korki uliczne są uciążliwe, tak jak przepiętność czy inne realia miejskie (Krugman, 1999, s. 144).

Za podsumowanie głównych i początkowych założeń nowej geografii ekonomicznej mogą służyć elementy wymienione przez Kucińskiego:

„Słowo *nowa* w odniesieniu do tak rozumianej nowej geografii ekonomicznej oznacza zatem, że jest to inne spojrzenie na gospodarkę i jej organizację przestrzenną. Jego specyfika polega na tym, że:

- próbuje analizować gospodarkę poszczególnych regionów (jednostek przestrzennych) w kontekście całej gospodarki i jej ogólnego stanu równowagi;

- przepływy dóbr między poszczególnymi regionami danego kraju i ich wpływ na rozmieszczenie produkcji traktuje tak jak wymianę towarową między krajami, rozpatrując je zresztą łącznie z wymianą międzynarodową;
- analizując rozmieszczenie produkcji w poszczególnych jednostkach przestrzennych i wymianę dóbr między nimi, rozpatruje działanie sił dośrodkowych i odśrodkowych przyczyniających się do koncentracji i rozpraszania lokalizacji działalności gospodarczej;
- pokazuje, jak ścieranie się tych sił kształtuje organizację przestrzenną gospodarki;
- wyjaśnia ich działanie decyzjami mikroekonomicznymi poszczególnych – wrażliwych na koszty transportu i mobilność czynników produkcji – podmiotów gospodarczych, działających w warunkach niedoskonałej konkurencji dysponujących niepodzielnymi czynnikami wytwórczymi oraz dążących do zapewnienia sobie rosnących przychodów” (Kuciński, 2009, s. 28).

W analizach przestrzennych mamy trzy klasyczne grupy modeli: regionalne, systemów miejskich oraz międzynarodowe (handel międzynarodowy). Istotą tych modeli wedle Fujita i Krugmana (2004, s. 144) jest ustalenie, gdzie działalność gospodarcza ma miejsce i dlaczego akurat tam. W samym artykule autorzy różnią natomiast te trzy grupy na: modele rdzenia i peryferii, ewoluującego systemu miejskiego oraz przemysłowej koncentracji i handlu. Odnosząc się do typologii dynamicznych modeli nowej geografii ekonomicznej, możemy podzielić je na (Baldwin i in., 2003):

- jądro-peryferie (CP, *core-periphery*),
- nieskrępowanego przedsiębiorcy (FE, *footloose entrepreneur*),
- nieskrępowanego przepływu kapitału (FC, *footloose capital*).

Pflüger i Südekum (2008) dokonali syntezy dotychczasowych badań w temacie drugiej wymienionej kategorii, czyli nieskrępowanego przedsiębiorcy. Szczególną uwagę zwracają na modele autorstwa: Forslid i Ottaviano (2003), Pflüger (2004), oraz Ottaviano, Tabuchi i Thisse (2002). W modelu nieskrępowanego przedsiębiorcy aglomeracja jest wynikiem działań mobilnego aktora. Jednym z wniosków jest to, że aglomeracja początkowo napędzana jest przez ceny towarów czy surowców. Autorzy sugerują, że przyszłe prace badawcze powinny lepiej wyjaśniać rolę technologii (zdać ograniczenia nałożone na zmienną) w tego typu modelach.

Model Baldwina-Forslida jest modelem procesu integracji gospodarczej, nawiązującym do teorii Romera oraz nowej geografii ekonomicznej (Zaucha i in., 2015, s. 113–120). Autorzy zakładają, że proces wzrostu może zarówno destabilizować, jak i stabilizować system gospodarczy. Kluczowym elementem tego modelu staje się rozchodzenie wiedzy i proces uczenia się. Skutkiem procesu integracji (obniżenia kosztów wymiany) jest wzrost skupienia przestrzennego poszczególnych gałęzi przemysłu (wzmocnienie efektów proaglomeracyj-

nych przeważających nad bodźcami rozpraszającymi). Efekt ten może zostać zahamowany lub nawet odwrócony przez proces uczenia się. Model składa się z dwóch regionów: Północ N i Południe S, dwóch czynników produkcji: pracowników i rolników oraz sektorów produkcji: rolnictwo i przemysł (w tym sektorze konkurencja ma charakter monopolistyczny). W modelu Baldwina-Forslida źródłem wzrostu jest akumulacja kapitału (ludzkiego, wiedzy, fizycznego). Opierając się na wynikach z modelu i początkowych założeniach, można wyciągnąć ciekawe wnioski. Po pierwsze, integracja gospodarcza, zakładająca tylko zmniejszenie kosztów handlowych, powinna skutkować pojawieniem się tendencji do zwiększania rozmiarów aglomeracji. Dodanie wiedzy jako czynnika integrującego (wzrostu) może jednak ustabilizować ten proces. Zostanie więc zahamowana zmiana lokalizacji firm produkcyjnych. Natomiast w przypadku, gdy następuje tylko efekt rozlewania się wiedzy i procesu uczenia, nastąpi radykalna dyspersja działalności gospodarczej, co wpłynie korzystnie na zamożność regionów peryferyjnych. W książce *Terytorialny wymiar wzrostu i rozwoju* za najważniejszy wniosek z modelu Baldwina-Forslida uznano to, że: „obniżenie kosztów wymiany (związane ze spadkiem kosztów transportu czy stopnia protekcjonizmu) może przynieść odmienne skutki dla poszczególnych regionów ze względu na ich specyficzne uwarunkowania. Niektóre z nich z perspektywy długiego okresu zyskają, niektóre tracą. (...) W znacznej mierze decyduje o tym wyjściowa specyfika (w tym wielkość gospodarki) regionu – pierwotny charakter rdzenia bądź peryferii” (Zaucha i in., 2015, s. 120). Jest to ciekawy wniosek z perspektywy teorii ekonomicznej, zwłaszcza dla naukowców i instytucji chcących aplikować programy naprawcze dla państw lub regionów.

Przykładowe badania nawiązujące do nowej geografii ekonomicznej z ostatnich lat dotyczą politycznych interwencji (Grafeneder-Weissteiner i in., 2015) i możliwego niezamierzonego rozwoju aglomeracji dzięki nim. Jest więc to ujęcie łączące rozwój regionalny z polityką państwa. Model Grafeneder-Weissteiner nawiązuje do koncepcji rdzenia i peryferii. Tabuchi (2013) bada historyczne trendy rozwoju aglomeracji, wykorzystując model Dixita–Stiglitz, który w tym ujęciu pokazuje rozwój na przestrzeni lat. Tabuchi uważa, że nadal model Dixita–Stiglitz jest bardzo dobrym narzędziem oddającym trendy związane z przemieszczaniem ludności we współczesnym świecie.

Storper (2010) wskazywał na kilka zagadnień, które są ograniczeniami dla nowej geografii ekonomicznej. Na początku wymienia główne elementy modeli NEG, czyli: koszty wymiany (handlu), mobilność czynników produkcji, ekonomię skali, różnorodność produktów. Te czynniki wpływają na lokalizację i konkurencję przestrzenną. Nie wyjaśniają one jednak indywidualnych decyzji aktora (jednostki). Dla modeli problemem również może być wybór miasta ze względu na upodobania przyszłych mieszkańców, np. czynniki lifestylowe, czy ciepły klimat. Inaczej rzecz ujmując, mamy do czynienia z dylematem, czy to praca przy-

ciąga ludzi, czy ludzie pracę. Kolejnym problemem jest kwestia długotrwałej równowagi przyjmowana w założeniach modeli, której utrzymanie uniemożliwia wzrastająca dynamika świata. Modele NEG bardziej wyjaśniają stan obecny niż pokazują drogę rozwoju regionów. Nowa geografia ekonomiczna, według Storper (2010), jest zbyt oszczędna i redukcjonistyczna, jeśli chodzi o proces przestrzenno-ekonomicznego rozwoju.

Nowa geografia ekonomiczna na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat stała się jednym z dominujących paradygmatów nauk analizujących gospodarkę pod kątem przestrzennym. Olbrzymią rolę odegrał w niej model Dixita-Stiglitz, który przez niektórych (Storper, 2010) bywa nazywany już modelem Dixita-Stiglitz-Krugmana. Na przestrzeni lat najważniejszym tematem w NEG pozostała aglomeracyjność i koncentracja przestrzenna. W kolejnych latach rozwoju swojej teorii Krugman związał koncepcję nowej geografii ekonomicznej z regionalnymi inteligentnymi specjalizacjami, wykorzystywanymi w polityce Unii Europejskiej.

1.1.4. Koncepcja klasy kreatywnej Floridy

Florida przedstawił koncepcję rozwoju regionalnego, argumentując, że skuteczniejsza niż budowanie kolejnych inkubatorów czy ulgi finansowe może być inwestycja w czynniki lifestylowe i kreatywne, takie jak przyciąganie artystów i zwiększenie różnorodności społecznej (Florida, 2010, s. 294). Postawił tezę, że najlepiej rozwijają się miejsca (region, aglomeracja), które skupiają wokół siebie trzy czynniki: technologię, talent, tolerancję (3t) – te trzy elementy tworzą razem wskaźnik kreatywności. Centralnym elementem koncepcji Floridy (2010) staje się kapitał kreatywny (w ujęciu autora jest to rozwinięcie kapitału ludzkiego), który zapewnia wzrost gospodarczy i innowacyjność, także większą liczbę przedsiębiorstw z branży high-tech. Na przestrzeni lat operacjonalizacja wskaźników była zmieniana przez samego Floridę (2010).

Nośnikiem kapitału staje się klasa kreatywna, którą autor dzieli na dwie grupy: superaktywny rdzeń i twórczych profesjonalistów. Florida definiuje rdzeń w następujący sposób: „Superaktywny rdzeń nowej klasy tworzą naukowcy i inżynierowie, artyści estrady, aktorzy, projektanci i architekci, poeci i powieściopisarze, a także przedstawiciele środowisk opiniotwórczych współczesnego społeczeństwa – autorzy literatury faktu, wydawcy, postacie świata kultury, analitycy, analitycy think tanków itp. (...) Praca kreatywna najwyższego rzędu to produkowanie nowych form czy projektów łatwo zbywalnych i mających szerokie zastosowanie (...)” (Florida, 2010, s. 83–84).

Poza rdzeniem do klasy kreatywnej zaliczane są także inne grupy: „Do klasy kreatywnej oprócz tej superkreatywnej grupy należą twórczy profesjonaliści, którzy pracują w dziedzinach wymagających zaawansowanej wiedzy, np. w sektorach high-tech, usługach finansowych, zawodach prawniczych oraz w ochronie zdro-

wia czy zarządzaniu biznesem. Ludzie ci zajmują się twórczym rozwiązywaniem konkretnych problemów, korzystając z rozległej wiedzy” (Florida, 2010, s. 84).

Teoria klasy kreatywnej zakłada rozwój centrów miast. Budowa „klimatu dla ludzi” przyciągnie i zatrzyma ludzi, zwłaszcza kreatywnych (Florida, 2010). Zalecenia dla lokalnych władarzy zakładają np. rezygnację z budowy stadionów sportowych i centrów handlowych na rzecz budowy parków czy ścieżek rowerowych. W celu pozyskania jako mieszkańców młodych małżeństw konieczna jest inwestycja w wysoki poziom edukacji i budownictwo domków jednorodzinnych. Centralnym elementem całej koncepcji jest przyciąganie imigrantów i przedstawicieli bohemy. Polityka miasta w większym stopniu powinna być nakierowana na singli i młodych ludzi. Autor ma jednak problem z pogodzeniem tego kierunku rozwoju z rozwojem adresowanym dla małżeństw, więc proponuje, aby inwestować w rozwiązania, z których będą korzystać obie grupy.

Florida zakłada wzrost znaczenia miast jako ośrodków działań przedsiębiorczych. Podaje kilka przyczyn wzrostu znaczenia metropolii:

- wzrost bezpieczeństwa (zwłaszcza w miastach),
- miasta stały się głównymi ośrodkami kreatywnego życia i niezbędnych do tego lifestylowych atrakcji,
- miasta stały się beneficjentami potężnych zmian demograficznych (wzrost liczby singli i związków pozamałżeńskich),
- miasta stały się centrami kreatywności i inkubatorami innowacyjności,
- nastąpił wzrost czynszów i cen mieszkań w dzielnicach prestiżowych (dotyczy USA), widoczna stała się także rewitalizacja miast i „wypchnięcie” do innych dzielnic mniej zamożnych mieszkańców,
- coraz więcej dzielnic stara się mieć charakter dzielnic centralnych (śródmiejskich) przez projektowanie urbanistyczne i zmianę stylu życia (np. przebudowa dzielnic, organizacja festiwali) (Florida, 2010).

Florida kładzie silny nacisk na czynniki lifestylowe i konieczność zmiany inwestycyjnej polityki miejskiej. Problemem pozostaje określenie wpływu dostępu do kultury i poziomu wysokiej tolerancji na wybór miejsca zamieszkania przez potencjalnych mieszkańców. Biorąc pod uwagę, że cytowany autor poświęca bardzo mało miejsca tematowi zamożności regionów, a ten aspekt może być najważniejszy dla lokalnych polityków, utrudniona może być adaptacja tej koncepcji w praktyce, uwzględniająca całą teorię, a nie tylko jej elementy. Peck wskazuje również na możliwy problem z internacjonalizacją koncepcji (Peck, 2005, s. 765). W krytyce klasy kreatywnej używa zwrotu „kult miejskiej kreatywności” i zaznacza silną ideologizację tej teorii. Problem stanowi również bardzo szeroki zakres definiowania samej klasy kreatywnej. Florida uznaje, że klasa ta stanowi 30% populacji miasta (Florida, 2010, s. 343). Takie założenie może bardzo utrudniać zastosowanie tej koncepcji w praktyce. Poziom korelacji między klasą kreatywną a innowacyjnością nie jest zbyt wysoki i wynosi 0,38 (Florida

2010, s. 249), co również może wskazywać na konieczność dopracowania założeń teorii. Inny z krytyków Floridy, Pratt, jest zdania, że koncepcja ta wcale nie jest nowa i przełomowa (Pratt, 2008, s. 107). Zgadza się on z argumentacją Pecka i wzmacnia ją o analizę produktywnego wymiaru przemysłów kultury. W swoim artykule przedstawia następujące punkty krytyczne:

- a) błędna identyfikacja przyczynowości (klasy kreatywnej i miejskich zmian),
- b) operacjonalizacja pomiaru klasy kreatywnej,
- c) skupienie się na konsumpcji z jednoczesnym deprecjonowaniem produkcji.

Odniesienie do konsumpcji i konkurencji znajduje się również w artykule Pecka.

Podsumowując, koncepcja Floridy łączy zarówno elementy związane z kapitałem ludzkim i rozwojem aglomeracji, jak i klastrami Portera. Jej wkładem w analizę rozwoju regionalnego jest to, że zauważył przemiany społeczne na świecie (zwłaszcza w USA) oraz uwzględnił czynniki lifestylowe i wspierania kultury jako ważnych elementów polityki miejskiej. Teoria ta napotkała bardzo silną krytykę i ma bardzo ograniczone możliwości wdrożeniowe. Nie przeszkodziło to jednak temu, by stała się inspiracją dla wielu badań i analiz.

1.1.5. Ewolucyjna geografia ekonomiczna (evolucyjna gospodarka przestrzenna)

Domański (2012) wskazuje na ekonomię ewolucyjną jako na nowe źródło inspiracji teoretycznych w geografii ekonomicznej. Nurt ten, w odniesieniu do problematyki gospodarki przestrzennej, zwraca szczególną uwagę na proces rozwoju gospodarczego i inspirowany jest pracami Schumpetera (neoschumpeteryzm) oraz neodarwinizmem. Domański wskazuje na następujące założenia, jakie dominują w teorii ekonomii ewolucyjnej:

- „1) wzrost gospodarczy nie wyłania się ze stanu równowagi,
- 2) gospodarka może działać w stanie nierównowagi,
- 3) wzrost gospodarczy jest raczej procesem stałej transformacji niż konwergencji do ścieżki wzrostu zrównoważonego (*steady growth*),
- 4) na procesy ewolucyjne składa się dynamika przejść i sekwencja przejść fazowych” (Domański, 2012, s. 9).

Ekonomia ewolucyjna rozwija się w odwołaniu do innych założeń niż ekonomia klasyczna i przede wszystkim stara się połączyć perspektywę makro z mikro. W tabeli 1.1 prezentowane jest porównanie tych dwóch spojrzeń na gospodarkę.

Tabela 1.1. Porównanie ekonomii kompleksowej z tradycyjną

	Ekonomia kompleksowa	Ekonomia tradycyjna
Dynamika	Otwarta, dynamiczna, nieliniarny system, daleki od równowagi	Zamknięta, statyczny linearny system w stanie równowagi
Aktorzy	Modelowani indywidualnie; aktorzy używają indukcyjnych praktycznych zasad do podejmowania decyzji; mają niekompletne informacje; są skłonni do błędów i uprzedzeń; uczą się i dostosowują w miarę upływu czasu	Modelowani kolektywnie; aktorzy podejmują kompleksowe dedukcyjne decyzje; mając pełny dostęp do informacji; nie robią błędów i nie mają uprzedzeń; nie mają potrzeby nauki i adaptacji (są już doskonali)
Sieci	Wyraźne modele interakcji między poszczególnymi aktorami; sieci relacji zmieniają się z czasem	Zakłada, że aktorzy oddziałują niebezpośrednio przez mechanizmy rynkowe
Emergence (powstanie)	Nie ma różnicy między mikro- i makroekonomią; wzory makro są bezpośrednim wynikiem zachowań na poziomie mikro i interakcji	Mikro- i makroekonomia pozostają odrębnymi dyscyplinami
Ewolucja	Ewolucyjny proces zróżnicowanej selekcji i amplifikacji dostarcza system z możliwością tworzenia nowości, który jest odpowiedzialny za wzrost znaczenia celu i złożoności	Brak mechanizmu dla endogenicznego tworzenia nowości lub wzrostu znaczenia celu i złożoności

Źródło: Beinhocker (2006, s. 97) – tłumaczenie własne.

Podsumowując, kluczowymi aspektami kompleksowej ekonomii będą nieliniarny charakter systemu i uczący się aktorzy, którzy nie dysponują pełnią wiedzy. W analizach wykorzystane zostaną sieci. A co najważniejsze, perspektywa mikro- i makroekonomii stanie się taka sama.

Capello i Nijkamp argumentują, że wzrost zainteresowania ekonomią ewolucyjną nastąpił na skutek krytyki dotychczasowych paradygmatów (jak nowa geografia ekonomiczna czy klastry). Teoria ta w jej wersji zaadoptowanej do przestrzeni jest według nich raczej zbiorem zagadnień niż kompletnym polem badawczym. Podobne stanowisko prezentuje Domański (2012, s. 165). Podstawowe kwestie poruszane przez badaczy ewolucyjnych to rola instytucji i ich relacje z wiedzą (Capello i Nijkamp, 2009, s. 25). Dotychczas zagadnienia te były zaniedbywane przez dominujące nurty, zwłaszcza w odniesieniu do wzrostu gospodarczego. Widoczne są nawiązania teoretyczne do nowego instytucjonalizmu (w tym do kategorii zależności od szlaku) i nauk o przedsiębiorczości (Schumpeter 1964). Podobne wnioski na podstawie analizy bibliograficznej wyciąga Kogler (2015). W swoim artykule podsumowuje zarówno dotychczasowy

rozwój teorii, jak i badań ewolucyjnej geografii ekonomicznej. Jego zdaniem podstawę tego nurtu stanowi koncepcja „kreatywnej destrukcji” Schumpetera oraz jego podejście do innowacji. Następnie wskazuje na następujące pola badawcze i metody: kategoria zależności od szlaku, np. w nawiązaniu do lokalnych trajektorii technologicznych, analizy sieci, rola wiedzy w rozwoju lokalnym czy analizy instytucji. Kogler zaznacza, że ewolucyjna geografia ekonomiczna cały czas się rozwija i ewoluuje. Według Boschma i Martina (2007) nurt ten będzie szczególnie cenny dla rozwoju myśli ekonomicznej dzięki naturalnym cechom kapitalizmu, czyli ciągłej zmianie i dynamice, w przeciwieństwie do statyczności występującej w tradycyjnej ekonomii. Wynikiem takiego sposobu analizy będzie inny opis zjawisk, z uwzględnieniem upływu czasu w modelach.

Jednym z pierwszych autorów oddających sposób myślenia tego nurtu jest Dunford (2003). Napisał on tekst polemizujący z częścią założeń nowej geografii ekonomicznej (np. zarzuca brak odniesienia do historii) oraz wskazujący możliwe zastosowanie analiz ewolucyjnych w naukach przestrzenno-ekonomicznych. Autor zastanawia się, w jaki sposób mierzyć zjawiska w analizach przestrzennych, by oddać pełny obraz rzeczywistości, a nie tylko skupiać się na jednej zmiennej, czyli lokalizacji podmiotów gospodarczych. Stara się znaleźć nowe pole badawcze, które łączy w swych analizach strategie osiągania zysków i zmian w przedsiębiorstwach, z analizą sieci, oraz czynników instytucjonalnych. Na koniec odnosi te kwestie do modeli wzrostu. Szuka również inspiracji badawczej w koncepcji kumulatywnej przyczynowości Myrdala. Schemat wyjaśniający główne założenia artykułu jest zatytułowany: „Konceptualizacja podziałów terytorialnych pracy” (Dunford, 2003, s. 846) i odnosi się również do perspektywy indywidualnego przedsiębiorstwa. W dalszej części artykułu autor odwołuje się do ewolucji terytorialnego podziału pracy.

Ciekawy model teoretyczny, odwołujący się do ewolucyjnej geografii ekonomicznej, zaprezentowali Frenken i Boschma (2007). Zakłada on centralną rolę innowacji i endogeniczny wzrost, odnosi się również do zależności od szlaku. Łączy w sobie zarówno wzrost firm, jak i wzrost miasta. Jego celem jest pokazanie rozwoju gospodarczego jako ewolucyjnego i rozgałęzionego procesu innowacji produktowych.

Ewolucyjna geografia ekonomiczna szuka inspiracji w innych naukach, czasem bardzo odległych, jak biotechnologia czy ekologia matematyczna. Przykładem jest wykorzystanie analiz DNA do pokazania dyfuzji technologii i wiedzy (Feldman i in., 2015).

Według Martina i Sunleya (2015) silne związki z ewolucyjną biologią rozwoju (Evolutionary Developmental Biology) mogą posłużyć do rozwoju nauk ekonomicznych i rozwiązania zagadnienia nierównomiernego rozwoju gospodarczego. W Polsce kodami rozwojowymi zajmował się Domański (2012, s. 191–203), inspirując się pracami Dendrinosa, który badał rozwój aglomeracji na podstawie

przypisanego kodu. W analizach polskich województw bardzo pozytywnie wyróżniały się: mazowieckie (wzrost liczby ludności i PKB na osobę), wielkopolskie, małopolskie i pomorskie. Kontrowersyjną negatywną trajektorię wzrostu miało natomiast województwo śląskie. Przyczyną tego może być tradycyjna górnictwo-przemysłowa gospodarka. Mazowieckie, ze względu na przewagę nad innymi województwami, było analizowane oddzielnie.

W ewolucyjnej geografii ekonomicznej bardzo istotnym tematem stały się analizy sieci (Glückler, 2007), także dokonywane w kontekście dyfuzji innowacji. Kolejnym ważnym tematem stały się zmiany w przestrzeni miejskiej i relacje między przemysłem a nowymi technologiami (Bottazzi i in., 2007). Bardzo ciekawym polem badawczym, które zyskało na popularności po kryzysie ekonomicznym, stała się regionalna adaptacyjność (odporność, przystosowalność, sprężystość), w terminologii angielskiej – *regional resilience*. Termin ten nie jest doskonale przetłumaczalny na język polski, ale Christopherson i in. (2010, s. 3) przedstawiają sposób rozumienia tego terminu oraz perspektywę badawczą. Jak zaznaczają autorzy, termin ten wywodzi się z nauk przyrodniczych i w ich kontekście oznacza zdolność organizmu do przystosowania biologicznego i umiejętności rozwoju w niekorzystnych warunkach. W ekonomii termin ten może natomiast oznaczać sztywny powrót do równowagi. W naukach regionalnych jest związany z regionalną adaptacją. Podstawowe pytanie badawcze związane z *regional resilience* dotyczy rozwiązywania trudności (zarówno długo-, jak i krótkoterminowych): „Dlaczego jednym regionom udało się je pokonać i utrzymać wysoki poziom życia, a innym nie?”. Oczywiście wiele problemów nastrocza zmierzenie tego zjawiska. Boschma (2015) traktuje regionalną adaptację jako jedną z głównych kategorii ewolucyjnej ekonomii geograficznej. W jego ujęciu jest to zdolność nie tylko do dostosowywania się do wstrząsów, lecz także do wytwarzania nowych ścieżek rozwoju. Pokazuje kilka wymiarów pól badawczych regionalnej adaptacji związanych z sieciami, przemysłem i instytucjami.

Ewolucyjna geografia ekonomiczna wyrosła na gruncie sprzeciwu wobec ekonomii klasycznej. Po ostatnim kryzysie gospodarczym zintensyfikowano badania w tym nurcie. Jednym z głównych postulatów geografii ewolucyjnej jest połączenie perspektyw mikro i makro w naukach ekonomicznych i o zarządzaniu. Kluczowe jest również inne podejście do równowagi i przestrzeni. Badacze ewolucyjni, by podołać tym założeniom, zaczęli sięgać po metodologię z innych nauk, np. biologii. Szukali również natchnienia w historii i kulturze. Tym samym nurt ma bardzo interdyscyplinarny charakter. Pozostaje pytanie, czy udało im się już stworzyć spójną teorię, czy to dopiero nurt w budowie.

1.2. Polskie badania dotyczące rozwoju regionalnego

Koncepcję rozwoju gminy pod kątem specjalizacji przedstawił Pasieczny w książce *Profile gmin w Polsce*. Kluczowym pojęciem w tej koncepcji jest profil, który według autora: „(...) wyraża się ponadprzeciętnym nagromadzeniem czynników sprzyjających prowadzeniu określonych rodzajów działalności i zaspokajaniu określonych potrzeb na terenie gminy” (Pasieczny 2008, s. 143). Żeby można było mówić o profilu, gmina musi osiągać znaczne dochody eksportowe z wybranej działalności. Ważne jest również duże zatrudnienie w wybranej działalności oraz wysoka dynamika wzrostu w tym obszarze. Trzecim warunkiem jest wzrost dochodów i ich dynamiki z wybranej działalności. Ważną rolę w koncepcji profili stanowią lokalni liderzy (wójtowie, burmistrzowie, prezydenci). Mogą oni wytyczyć cele i planować rozwój profili, rozdzielać zadania wykonawcy. Kolejną funkcją jest reprezentowanie gminy i budowanie sieci relacji. Autor kładzie też duży nacisk na pozyskiwanie i rozdzielanie informacji przez lidera. Kolejne zadania władz samorządowych to realizacja inwestycji, z uwzględnianiem ryzykownych i przełomowych dla gminy. Przede wszystkim lokalni liderzy są odpowiedzialni za dobre zarządzanie gminą i przenoszenie dobrych praktyk. Autor wyróżnia następujące profile gmin: rolniczy, przemysłowy, mieszkaniowy, turystyczny, usługowy oraz gminy bez profilu.

Mapę rozmieszczenia przedsiębiorczości w Polsce stworzył Dębski (2002a), głównie w odniesieniu do całkowitej liczby firm. Skupia się on na zdiagnozowaniu lokalnych biegunów wzrostu i dokonuje w niej oceny poszczególnych gmin na tle województw. Widoczne jest tu nawiązanie do Christallera i Perroux. Główny nacisk badawczy w tej książce autor kładzie na rozwój regionalny i analizę budżetów gmin.

Nogalski (2004) wraz z zespołem przeprowadził w województwie świętokrzyskim badania, których celem była identyfikacja czynników ograniczających i stymulujących funkcjonowanie oraz rozwój małych i średnich przedsiębiorstw.

Czynniki wpływające na rozwój regionów i gmin analizował Hryniewicz (2000, s. 53–77). Dane wykorzystane w jego artykule pochodzą z okresu 1994–1998, czyli krótko po transformacji gospodarczej i przed przystąpieniem Polski do UE. Za najważniejszą przyczynę zapóźnienia gospodarczego wsi autor uznaje niższy poziom mobilizacji społecznej i mniej innowacyjny sposób zarządzania. W tym okresie widoczne są bardzo podziały zaborowe na część pruską, Galicję i Kongresówkę. Ta ostatnia jest najbiedniejsza. Liderami rozwoju gospodarczego są Wielkopolska i ziemie zachodnie. Uwidaczniają się silne różnice w rozwoju między miastami a wsiami. Autor odnosi się też do podziałów politycznych, na bazie których bogatsze regiony głosują na centroprawicę (wówczas na Akcję Wyborczą Solidarność i Unię Wolności). Hryniewicz zauważa również, że na stanowiskach kierowniczych znajdują się ludzie niekompetentni (bez wykształ-

cenia) i bez umiejętności współdziałania zbiorowego. Najbardziej istotni dla rozwoju są natomiast specjaliści i kobiety z wyższym wykształceniem. Badanie Hryniewiczza pokazuje ogrom zmian, jakie zaszły w Polsce. Na tle rozwoju regionalnego widać współcześnie bardzo silne przesunięcie pozycji lidera na rzecz metropolii warszawskiej, jak również spadek znaczenia części ziem zachodnich (np. zachodniopomorskiego), które w tamtym okresie miały jeden z wyższych wskaźników PKB na mieszkańca. Na tle całego kraju widać silny rozwój obszarów metropolitalnych i aglomeracyjnych. Tym zagadnieniem często zajmował się zespół EUROREG-u (Jałowiecki, 1999; Gorzelak i Smętkowski, 2005; Gorzelak 2007; Smętkowski i in., 2012) oraz wielu innych naukowców (Swianiewicz i Klimska, 2005; Gwosdz i Sobala-Gwosdz, 2012). W publikacji *Europejskie metropolie i ich regiony* (Smętkowski i in., 2012) przedstawiono kilka *case studies*: Barcelona-Katalonia, Glasgow i Zachodnia Szkocja, Sztokholm – region Mälardalen, Tuluza i region Midi-Pyrénées oraz Warszawa i województwo mazowieckie. Ze względu na znaczenie dla niniejszej książki szczegółowo omówiony zostanie tylko przypadek Polski. Warszawa liczy według oficjalnych danych 1,7 mln ludności, a obszar metropolitalny 2,6 mln (Smętkowski i in., 2012, s. 249). Stopień urbanizacji całego województwa poza metropolią warszawską jest jednak niski (również w odniesieniu do średniej krajowej), a województwo mazowieckie jest bardzo zróżnicowane pod względem rozwoju gospodarczego. Smętkowski stosuje następujące określenia do analizy metropolitalności:

- ośrodek metropolitalny (Warszawa),
- obszar metropolitalny (aglomeracja warszawska) – autor wskazuje na 56 gmin,
- region metropolitalny
 - w pierwszym ujęciu pozostałe gminy Mazowsza – 258 jednostek,
 - w drugim gminy będące w strefie wpływów Warszawy z wyjątkiem aglomeracyjnych – 311 jednostek,

który został wyznaczony metodą punktu przełamania Reilly’ego (Gorzelak, 2007, s. 170). Wpływ Warszawy rozciąga się na sąsiadujące województwa: lubelskie, podlaskie, łódzkie, warmińsko-mazurskie, w najmniejszym stopniu na kujawsko-pomorskie. W województwie mazowieckim tylko obszar w okolicach Płocka oraz na granicy z województwem świętokrzyskim są poza strefą wpływu.

Za mocne strony obszaru metropolitalnego uznaje się (Smętkowski i in., 2012, s. 253):

- 1) wysoką jakość kapitału ludzkiego (najwyższy odsetek ludzi z wyższym wykształceniem),
- 2) funkcje kontrolne w skali kraju oraz siedziby najważniejszych koncernów,
- 3) dużą liczbę wyspecjalizowanych usług dla biznesu.

Za słabe strony uznane zostały:

- 1) położenie miasta poza europejską siecią autostrad (to uległo zmianie od 2012 roku),

- 2) niski – na tle innych europejskich metropolii – standard życia,
- 3) chaos urbanizacyjny.

Nadal należy się spodziewać pogłębiania różnic między metropolią warszawską (funkcjonującą w gospodarce informacyjnej) a otaczającym ją regionem (funkcjonującym w gospodarce agrarno-przemysłowej). Warszawa będzie też umacniać swoją pozycję w światowej i europejskiej sieci miast, co będzie miało bardzo silny wpływ na region otaczający metropolię. Autorzy proponują trzy możliwe scenariusze tego procesu (Smętkowski i in., 2012, s. 265):

- 1) Nastąpi odpływ mieszkańców z regionów otaczających do Warszawy, następnie starzenie się regionów peryferyjnych.
- 2) Wzrost infrastruktury transportowej spowoduje integrację wewnątrz regionu metropolitalnego, co może skutkować przeniesieniem części firm na obszary pozametropolitarne.
- 3) Nastąpi wzrost kapitału ludzkiego i dostępności nowych technologii w obszarach poza metropolitalnych, co spowoduje zahamowanie wzrostu rozwarstwienia.

Jak pokazują modele nowej geografii ekonomicznej i nowej torii wzrostu, bez wzrostu rozprzestrzeniania wiedzy (scenariusz 3) bardzo trudno będzie zahamować zarówno proces rozwoju aglomeracji warszawskiej, jak i wzrostu dywergencji regionalnej. Obecnie wiele przemawia za scenariuszem pierwszym, ponieważ przeciwwaga w postaci rozwoju infrastruktury daje największe korzyści zarówno aglomeracji, jak i samej stolicy (według modeli jest to skutkiem posiadania przez Centrum przewagi w postaci znacznie wyższego kapitału ludzkiego). Realny staje się scenariusz hiperaglomeracji. Kolejny problem to prawdziwa liczba mieszkańców Warszawy i ludzi w niej pracujących. Same władze stolicy podkreślają tę kwestię jako olbrzymi problem planistyczny. Ewentualne podziały administracyjne Mazowsza i interwencje polityczne w celu dywergencji będą bardzo trudne. Jedną z możliwości jest wzmocnienie pozycji Płocka czy Radomia i rozwój technologiczny, wspierany przez wielkie korporacje, np. Orlen.

W Polsce badania poświęcone koncepcji „trzech T” Floridy prowadził zespół Klincewicz (2012). Jednym z wniosków z badania jest przekonanie, że utrudnione jest znalezienie podobnych sposobów pomiaru tolerancji jak w USA i ciężko zaadaptować tę zmienną do polskich warunków. Również Suchacka (2012, s. 5–21) prowadziła badania poświęcone klasie kreatywnej i kapitałowi ludzkiemu. Autorka nawiązywała do socjologii interpretatywnej i wykorzystała metodologię jakościową, dzięki czemu wyjaśniała zjawisko powstawania rdzenia klasy. Główny cel badań sprowadza się do określenia jakości współpracy między instytucjami badawczymi, decydentami regionalnymi i przedsiębiorstwami. W badaniu zrealizowano 100 wywiadów z przedstawicielami różnych grup. Pierwsza hipoteza autorki wskazywała na dobrą bazę specjalistów powiązanych z różnymi sektorami produkcji przemysłowej, jako czynnik powodujący rozwój

województwa śląskiego. Za czynnik hamujący Suchacka uznała natomiast zachowania dominującej grupy zawodowej, dążącej do realizacji swoich celów politycznych, którą trudno było ostatecznie zweryfikować. Wnioski z badań potwierdzały specjalistyczny kapitał ludzki regionu. „Wszyscy respondenci, zarówno przedsiębiorcy, jak i eksperci oraz decydenci, wskazywali na fakt zamieszkiwania w tym regionie szczególnych jednostek będących potencjalnie rdzeniem klasy kreatywnej” (Suchacka, 2012, s. 18). Zgodnie z krytykami Floridy nasuwa się wątpliwość, czy to zakłady produkcyjne spowodowały powstanie grupy specjalistów, czy to oni przyciągnęli przedsiębiorstwa. Koncepcja ta może okazać się pomocna przy zmianach profilu specjalizacji tego województwa.

W Polsce zagadnienie klastrow stało się tematem bardzo wielu badań i analiz (Bojar, 2006; Gorynia i Jankowska, 2008; Knop, 2013). Stan klastrow został scharakteryzowany w raporcie PARP w następujący sposób: „Liczba podmiotów działających w 134 klastrach wynosi 5868 (średnio 44 członków w klastrze), a liczba przedsiębiorstw ogółem wynosi 4578, z czego 4232 to mikro, małe i średnie firmy – w statystycznym klastrze działają średnio nieco ponad 34 firmy. Przedsiębiorstwa stanowią 78% wszystkich członków klastra, a MSP 72%. W 70 klastrach, które podały dane dotyczące wielkości zatrudnienia, liczba pracowników wyniosła 391 223” (Buczyńska i in., 2015, s. 8). Liczbę klastrow i stan zatrudnienia w nich można uznać za znaczące. Problemem okazuje się aktywność tych podmiotów: „Ponad 61% klastrow nie realizuje żadnych projektów, a znacząca większość (76%) nie współpracuje w żadnej sieci krajowej” (Buczyńska i in., 2015, s. 8). Aż 48% klastrow ulokowanych jest w czterech najbogatszych województwach (na podstawie danych z 2013 roku: mazowieckim, dolnośląskim, wielkopolskim i śląskim). W raporcie pojawia się wniosek, że taki podział jest wynikiem stanu gospodarczego regionów. Należy zatem postawić pytanie, czy jest to narzędzie służące konwergencji regionalnej. Autorzy raportu wskazują też na problemy związane z organizacją gron, np. braki stron internetowych czy strategii (Buczyńska i in., 2015, s. 60–62). Ministerstwo Rozwoju wraz z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości nadało szesnastu klastrom status kluczowych, czyli takich, które mają istotne znaczenie gospodarcze dla kraju i wysoką konkurencyjność międzynarodową (http://www.pi.gov.pl/Klastry/chapter_95922.asp). Na pierwszym miejscu znajduje się Klastr Dolina Lotnicza, którego siedziba znajduje się w Rzeszowie, na drugim Polski Klastr Aluminium, na trzecim Mazowiecki Klastr ICT. Przy podsumowaniu badania PARP o stanie klastrow uwagę zwraca duża pasywność tych organizacji (mało realizowanych projektów) oraz silny wpływ dotychczasowej zamożności regionu na ich powstanie.

Ciekawym, innym kierunkiem badawczym dotyczącym gron jest analizowanie ich pod kątem budowy wspólnej tożsamości członków (Lis i Lis, 2013, s. 26–44). Lis i Lis zakładają, że aby klastr mógł działać efektywnie, musi zbudować w swoich członkach poczucie wspólnoty oraz więzi z innymi członkami. Czynni-

kami służącymi wzmocnieniu tożsamości mogą być np. efektywna komunikacja, wyłonienie się liderów klastra czy odpowiednia liczba współpartnerów.

W badaniu Tomaszewskiego i Burzec-Burzyńskiej jednym z ciekawych wątków jest określanie głównego potencjału przez gminy (i powiaty), gdzie kluczową rolę przypisywano turystyce: „najczęściej powtarzanym, głównym, potencjałem akcentowanym przez jednostki samorządu terytorialnego jest atrakcyjność turystyczna. Potencjałami wspierającymi w tym przypadku najczęściej są: środowisko naturalne, sieć transportowa, położenie geograficzne przygraniczne lub nadmorskie oraz zasoby istniejące” (Tomaszewski i Burzec-Burzyńska, 2013, s. 273). Autorzy zauważyli również we wcześniejszych badaniach spory, deklarowany nacisk na rozwój turystyki wśród lokalnych decydentów. Jest to ciekawy temat badawczy, zwłaszcza w regionach słabiej rozwiniętych, które upatrują w tej gałęzi gospodarki główną szansę rozwojową. Błędem lokalnych władz może okazać się jednak przecenianie turystyki jako czynnika rozwojowego.

Często poruszonym tematem przez polskich naukowców jest również kwestia pozyskiwania inwestorów (zwłaszcza zagranicznych) przez region czy województwo (Godlewska-Majkowska, 2009), w dalszej kolejności gminy (Jarczewski, 2012). Tematem nawiązującym do tego zagadnienia jest promocja jednostki samorządu terytorialnego, wykorzystywanie narzędzi marketingowych czy budowa marki gminy. Kopczuk (2005, s. 479–489) zrealizował badanie ankietowe dotyczące postrzegania przez władze gminy procesu pozyskiwania inwestora. Na rozesłaną do wszystkich gmin województwa podlaskiego ankietę odpowiedziało 35 jednostek (około 33% całości). Jako główne kryterium wyboru gminy przez inwestorów wskazano położenie geograficzne (14 odpowiedzi) oraz niskie koszty pracy (10), natomiast jako największą barierę wybrano braki w infrastrukturze technicznej (14). Jako najważniejszego aktora mającego wpływ na atrakcyjność inwestycyjną gminy wskazano urząd gminy (28 odpowiedzi), ale tylko 8 jednostek ma specjalną komórkę do obsługi inwestorów (w dominującej większości 26 odpowiedzi zajmują się tym władze gminy). Również tylko 6 gmin miało procedury ułatwiające proces inwestycyjny. Przytoczone badania wskazują na władze gminy, jako głównego aktora w procesie pozyskiwania inwestorów. Można również dostrzec słabe przygotowanie gmin województwa podlaskiego do tej kwestii w momencie wejścia Polski do Unii Europejskiej. Za główne kryterium wyboru inwestorów można uznać lokalizację. Natomiast Kuciński za główny powód inwestycji zagranicznych przedsiębiorstw w Polsce uznaje położenie i dostęp do rynków zbytu: „Z drugiej jednak strony trzeba obiektywnie powiedzieć, że niezmiernie trudno wpręgnąć w procesy rozwoju regionalnego zagranicznych inwestorów, którzy wybierane w naszym kraju miejsca lokalizacji traktują przed wszystkim jako rynki zbytu, a nie ośrodki produkcji. Firmy tworzone w oparciu o bezpośrednie inwestycje zagraniczne wchodzą wprawdzie w rozmaite powiązania ekonomiczne z miejscowymi przedsiębiorstwami, ale

relacje te mają, niestety, na ogół jedynie charakter kontraktowy i ograniczają się do prostych czynności oraz tradycyjnych rodzajów działalności gospodarczej, co wskazuje raczej na skłonność do »pasożytniczego« traktowania miejsc lokalizacji. Zdaje się to także pokazywać wyraźne preferowanie przez zagranicznych inwestorów regionów lepiej gospodarczo rozwiniętych” (Kuciński, 2010, s. 26). Wnioski te znajdują potwierdzenie w danych liczbowych i lokalizacji centrów logistycznych, np. blisko Warszawy (np. Błonie) czy Poznania (np. Tarnowo Podgórne), a więc blisko dużych rynków zbytu. Takie zachowanie zagranicznych firm może potęgować różnice regionalne na niekorzyść Polski Wschodniej. Temat współpracy firm zachodnich z lokalnymi przedsiębiorcami zostanie rozwinięty w rozdziale badawczym. Innym narzędziem do pozyskiwania inwestorów są specjalne strefy ekonomiczne. W książce *Wpływ Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej na rynki pracy* (Kryńska i in., 2002) zostały zanalizowane postawy inwestorów, którzy podjęli decyzję o powołaniu firmy na terenie strefy lub już w niej działają. Motywem rozpoczęcia działalności były głównie ulgi podatkowe, a jako drugi powód podano dostęp do taniej siły roboczej. Strefy, jako narzędzie, były wykorzystywane przez tereny ubogie, by przyciągać inwestorów zwykle nisko wykwalifikowanych pod względem technologicznych, którym zależy na zminimalizowaniu kosztów pracy. Firmy ze stref otrzymywały ulgi podatkowe i przez to rzadko przynosiły wzrost dochodów gmin, na których terenie się znajdowały. Narzędzie to zmniejszało natomiast bezrobocie. Specjalne strefy ekonomiczne są rozwiązaniem dającym małe szanse rozwojowe regionom, jednak stabilizującym dramatyczną sytuację na lokalnym rynku pracy. Przy obecnym poziomie bezrobocia (według GUS 8,6% w styczniu 2017 roku)¹ należałoby rozważyć likwidację stref i powołanie w ich miejsce narzędzia umożliwiającego postęp technologiczny gorzej rozwiniętych regionów. W obecnej sytuacji strefy utrwalają relację centrum i peryferii.

Dominiak i Churski (2012, s. 54–77) badali znaczenie innowacji dla rozwoju regionów. Tą problematyką zajęli się także Świadek (2011) oraz Chądzyński, Nowakowska, i Przygodzki (2007). Pierwszy etap badania polegał na wyodrębnieniu obszarów silnych i słabych gospodarczo. W tym celu autorzy zastosowali analizę skupień; celem było wyznaczenie trzech grup (regiony silne, regiony neutralne i regiony słabe gospodarczo). Dominiak i Churski odwołali się w tym celu do czterech aspektów rozwoju:

„1) ludność i osadnictwo:

- odsetek osób z wykształceniem wyższym (w %),
- współczynnik salda migracji (w ‰),

¹ <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/bezrobocie-rejestrowane/liczba-bezrobotnych-zarejestrowanych-oraz-stop-a-bezrobocia-wedlug-wojewodztw-podregionow-i-powiatow-stan-w-koncu-stycznia-2017-r-,2,54.html> (dostęp: 15.03.2019).

- współczynnik obciążenia demograficznego,
 - ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym;
- 2) struktura gospodarki i rynek pracy:
- stopa bezrobocia (w %),
 - odsetek pracujących w usługach rynkowych (w %),
 - procentowy udział usług w WDB (wartości dodanej brutto);
- 3) infrastruktura techniczna i dostępność przestrzenna:
- odsetek gospodarstw domowych korzystających z sieci kanalizacyjnej (w %),
 - wskaźnik dostępności drogowej,
 - wskaźnik dostępności kolejowej;
- 4) sytuacja finansowa i poziom zamożności:
- dochody własne budżetów gmin na mieszkańca w zł,
 - dochody gospodarstw domowych do dyspozycji brutto na mieszkańca w zł,
 - wartość dodana brutto na pracującego w zł” (Dominiak i Churski, 2012, s. 65).

Do regionów silnych gospodarczo w 2009 roku autorzy zaliczyli województwa: mazowieckie, śląskie, dolnośląskie (w 2002 w tej kategorii było też pomorskie). Do regionów słabo rozwiniętych autorzy zaliczyli natomiast województwa: lubelskie, podkarpackie, podlaskie i świętokrzyskie (tak samo w 2002 roku). Reszta to regiony neutralne. W drugim etapie badania za pomocą analizy kanonicznej Dominiak i Churski przeprowadzili modelowanie zależności między rozwojem społeczno-gospodarczym a poziomem innowacyjności (Dominiak i Churski, 2012, s. 65). Zależność ta okazała się bardzo silna zarówno w 2002, jak i 2009 roku. Na przestrzeni lat wzrosło znaczenie sytuacji finansowej oraz poziomu zamożności regionów dla innowacyjności, co jest zgodne z oczekiwaniami wynikającymi z literatury, gdzie dla rozwoju innowacji coraz większe znaczenie mają czynniki pozainfrastrukturalne. Autorzy uznają kapitał finansowy za najważniejszy element w procesie rozwoju innowacji. Dlatego przyszła polityka rozwoju powinna skupić się na budowaniu instrumentów finansowych.

W Polsce badania inspirowane koncepcją kapitału terytorialnego oraz paradygmatem terytorialnie ukierunkowanej polityki wzrostu i rozwoju prowadził zespół badaczy pod kierownictwem Zauchy (2015). W tekście odwołano się również do koncepcji spójności terytorialnej i jej roli dla rozwoju regionalnego. Aby policzyć kapitał terytorialny powiatów, autorzy wykorzystali następujące wskaźniki: dostępność dróg i kolei, średni czas dojazdu do miasta subregionalnego, dostępność lekarzy czy sieci kanalizacyjnej, pokrycie obszarami chronionymi, kapitał społeczny (wyrażony frekwencją wyborczą), kapitał ludzki (udział ludności z wyższym wykształceniem), współczynniki klasteryzacji, zatrudnienie w przemyśle, liczba studentów i nocujących cudzoziemców, produkcja sprzedana

przemysłu per capita, stosunek eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu, długookresowa zmiana liczby pracujących (5 lat), długookresowe saldo migracji. W badaniu zastosowano metodę PCA (*principal component analysis* – analizę głównych składowych) i wyróżniono 19 składowych. Tylko 4 miały wartości większe niż jeden i je uwzględniono w dalszych analizach. Pierwsza składowa interpretowana była jako związana z aglomeracją miejską (wyjaśniła 34% zmienności wszystkich uwzględnionych czynników), druga, związana z kapitałem ludzkim czy liczbą cudzoziemców, miała już znacznie niższe wartości. Regiony, dla których w tym badaniu wartość kapitału terytorialnego była najwyższa, to część Górnego Śląska oraz obszary metropolitarne największych miast (zwłaszcza Warszawa). Autorzy uwzględnili też w badaniu poziom PKB i TFP (*total factor productivity*) powiatów. Dla poziomu produktywności polskich powiatów największe znaczenie według tego badania mają: potencjał kapitału ludzkiego oraz poziom klasteryzacji gospodarki, zaś najmniejsze – dostępność do lekarzy oraz napływ turystów z zagranicy. Dla niektórych zmiennych, jak np. pokrycie terenami chronionymi, TFP ma wpływ ujemny (Zaucha i in., 2015, s. 273). W tym badaniu bardzo mało miejsca poświęcono przedsiębiorczości. Potencjalnym problemem przy analizach jednostek powiatowych jest ich wewnętrzne zróżnicowanie, zwłaszcza w aglomeracji warszawskiej. W jednym powiecie mogą być gminy liderujące obszarowi i takie, których perspektywy wzrostu są bardzo ograniczone (np. z powodu braku terenu, jak w przypadku miasta Piastów). Również uprawnienia władz powiatowych do stymulowania rozwoju są raczej niewielkie.

W tej samej książce odniesiono się także do perspektywy wojewódzkiej za pomocą systemu powiązanych regionalnych modeli HERMIN. Autorzy opisują tę metodę w następujący sposób: „... postać modelu HERMIN, oparta na dezagregacji gospodarki na pięć sektorów ekonomicznych (rolnictwo, przemysł, budownictwo, usługi rynkowe i nierynkowe) redukuje jego podatność na krytykę Lucasa (Zaucha i in., 2015, s. 345)”. Modele HERMIN zarówno czerpią z tradycji keynesowskiej (produkcja w głównych sektorach jest determinowana przez stronę popytową), jak i mają elementy charakterystyczne dla szkoły neoklasycznej (długookresowa równowaga ogólna). Celem badania było określenie spójności terytorialnej w obrębie danego województwa z uwzględnieniem układów o charakterze komplementarnym oraz konkurencyjnym. Autorzy opisują złożoność i wieloaspektowość tego zjawiska. Sugerują, by przyszłe rozważania uwzględniały przepływy o charakterze kapitałowym. Jednym z głównych niebezpieczeństw wskazywanych w badaniu jest bardzo możliwe „rozlanie” się kryzysu gospodarczego polskich metropolii (silnie związanych z zagranicą) na mniejsze ośrodki. Autorzy wskazują na konieczność budowania polityki regionalnej rozwijającej odporność regionalną. Model nie umożliwił udzielenia jednoznacznej odpowiedzi na pytanie o wpływ interakcji między regionami na poziom użyteczności terytorialnej (Zaucha i in., 2015, s. 366–371).

Całe badanie zespołu pod kierownictwem Zauchy (2015) wnosi wiele informacji i jest nowym ujęciem problemu spójności terytorialnej w nawiązaniu zarówno do polityki Unii Europejskiej, jak i planowania terytorialnego. Na tle polskich badań, jego bardzo mocną stroną jest metodologia i wieloaspektowe ujęcie.

1.3. Podsumowanie

Nauki o rozwoju regionalnym mają bardzo szeroką podstawę teoretyczną. Od wielu lat stanowią ważny element nauk ekonomicznych i o zarządzaniu. Jednak według Capello i Nijkamp (2009) rozwój regionalny stał się znacznie istotniejszym tematem badań w latach 90. ubiegłego wieku, dzięki publikacjom Portera i Krugmana. W samych naukach o rozwoju regionalnym uwidocznił się wzrost znaczenia aglomeracji jako elementu analizy (zarówno jako zmienna wyjaśniana, jak i wyjaśniająca). Powrócono również do analiz lokalizacji przedsiębiorstw, co jest jednym z historycznych fundamentów analiz regionalnych W. Christallera czy A. Löschy).

Natomiast odnosząc się do odwiecznych dylematów rozwoju regionalnego, czyli czy konwergencja czy dywergencja, oraz czy rozwój „od góry”, czy „od dołu”, można stwierdzić, że uwidaczniają się coraz wyraźniejsze odpowiedzi. Zarówno w nowej teorii wzrostu, jak i w nowej geografii ekonomicznej, kładzie się znacznie większy nacisk na czynniki endogeniczne niż egzogeniczne. Bardzo trudno jest znaleźć publikacje wspierające tezę o dominacji konwergencji regionalnej (wyjątek: Martin i Sunley, 1998). W samej nowej geografii ekonomicznej można dostrzec wiele elementów analiz wspierających tezę o dywergencji, jak relacje centrum i peryferii, czy siłę aglomeracji, natomiast siły dekoncentracyjne nie są tak mocno eksponowane. W wynikach badań coraz częściej pojawiają się wnioski wskazujące na olbrzymi wzrost znaczenia metropolii. Próby zahamowania ich rozwoju wynikają głównie z olbrzymiego tempa wzrostu aglomeracji wymykającego się często spod kontroli państwa. Podsumowując, współczesna nauka dostrzega tendencję wzrostową dywergencji regionalnej; jednocześnie głównym motorem wzrostu stają się metropolie wzmacniające zróżnicowanie wewnątrzpaństwowe. Być może jest to skutkiem również polityki gospodarczej państw i globalizacji? By w pełni wyjaśnić wzrost dywergencji gospodarczej, konieczne jest, jak chce tego ewolucyjna geografia ekonomiczna, połączenie perspektyw makro z mikro.

Gorzela (2009) podsumował badania i rozważania na temat rozwoju regionalnego, starając się wskazać największe mity i zagrożenia dla budowania lokalnej polityki. Celem analizy jest pokazanie aspektów analiz regionalnych, które są potwierdzane w badaniach, jednak nadal są pomijane przez decydentów politycz-

nych, a często wręcz interpretowane odwrotnie. Gorzelak zauważa, że tendencja do koncentracji przeważa nad tendencją do dekoncentracji (2009, s. 6), oczywiście obie siły istnieją obok siebie. Przytaczając badania Berbeka (w: Gorzelak, 2009), autor zaznacza, że konwergencja gospodarcza w krajach „starej Unii” jest bardzo słaba, natomiast w państwach postsocjalistycznych praktycznie nie występuje (Próchniak i Rapacki w: Gorzelak, 2009). Równocześnie prawie we wszystkich krajach UE rośnie dywergencja regionalna (Gorzelak, 2009, s. 9). Możliwą przyczyną tego stanu rzeczy jest wzrost znaczenia metropolii, które stają się skupiskami innowacji. Badania Smętkowskiego i in. (2012) w krajach postkomunistycznych wskazały, że po wyłączeniu wielkich ośrodków miejskich zróżnicowanie prawie w ogóle się nie zmieniło. Główną siłą dekoncentracyjną stają się natomiast niższe koszty produkcji. Gorzelak, podsumowując swoją argumentację, zaznacza, że dążenie do konwergencji jest nieracjonalne, a sam cel nie jest możliwy do osiągnięcia.

Podobnie autor ocenił politykę spójności Unii Europejskiej. Analizując rolę pomocy zewnętrznej (czynników egzogenicznych), Gorzelak zauważa, że ich skuteczne działanie jest zależne od czynników endogenicznych (zwłaszcza lokalnych instytucji). Równocześnie regiony silniej rozwinięte lepiej wykorzystują pomoc zewnętrzną i często firmy wykonujące projekty infrastrukturalne pochodzą z ich terenów. Kolejnym problemem jest dostosowywanie własnych priorytetów rozwojowych do kryterium, według którego przyznawane są pieniądze lub kierowanie działań samorządu na obszary polityki lokalnej o silnym finansowaniu. Następnie autor obala mit „twardej” infrastruktury, zwykle transportowej. Zaznacza, że błędem jest myślenie o budowie, np. dróg, jako o czynniku pobudzającym regiony słabiej rozwinięte. Często jest wręcz odwrotnie: budowa infrastruktury jeszcze bardziej osłabia peryferia, ponieważ następuje *exodus* mieszkańców do większych miast, a na lokalnym rynku pojawiają się silne firmy zewnętrzne, na krótki okres zaburzając strukturę lokalnej gospodarki. Z badań De La Fuente i Vivesa (w: Gorzelak, 2009, s. 20) wynika, że w regionach najbiedniejszych znacznie bardziej opłaca się inwestować w edukację niż w infrastrukturę. Przeciwnie jest w regionach rozwiniętych. Warto zacytować podsumowanie samego autora: „Żaden kraj czy region nie jest na tyle wyjątkowy, by nie mógł czerpać z doświadczeń innych” (Gorzelak, 2009, s. 24–25).

Rozdział 2

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

2.1. Przedsiębiorczość a działalność gospodarcza

Wiele współczesnych definicji przedsiębiorczości skupia się na dwóch elementach: szansie oraz zasobach. Zgodnie z tym bardziej przedsiębiorczy są ludzie, którzy podejmują swoje działania bez środków materialnych: „Pogoń za okazjami bez uwzględnienia ograniczeń stwarzanych przez zasoby obecnie kontrolowane” (Timmons, 1999, s. 329). Jedną z najbardziej popularnych definicji przedstawia przedsiębiorczość jako umiejętność przekucia szansy na nowe przedsięwzięcia: „działania obejmujące identyfikację, ocenę oraz eksploatację szans na wprowadzenie nowych produktów i usług, sposobów organizowania, rynków, procesów oraz surowców poprzez organizację wysiłków w sposób, jaki dotychczas nie występował” (Shane i Venkataraman, 2000; Shane, 2003, s. 3). Założenia definicji przedsiębiorczości według Shane’a są następujące:

- „• przedsiębiorczość wymaga istnienia szans rynkowych. Zawierają one komponent obiektywny, który sprawia, że nie istnieją one wyłącznie w świadomości przedsiębiorców;
- przedsiębiorczość zakłada występowanie różnic pomiędzy osobami, które powodują odmienne możliwości dostrzegania przez osoby szans rynkowych;
- ponoszenie ryzyka jest nieodłączną częścią procesu przedsiębiorczego, co wiąże się z tym, że szanse rynkowe z natury są niepewne;
- proces przedsiębiorczy wymaga organizowania, rozumianego nie w sensie założenia nowego przedsięwzięcia biznesowego, lecz tworzenia nowych kombinacji zasobów;
- proces przedsiębiorczy wymaga wprowadzania innowacji, przy czym nie muszą one mieć charakteru przełomowego” (Glinka i Gudkova, 2011, s. 19).

Nawojczyk, na podstawie analizy teorii przedsiębiorczości, proponuje następujące ujęcie tego zjawiska (2009, s. 43): „Współczesne koncepcje przedsiębiorczości kładą nacisk raczej na proces niż na osobę, nie dezawuuując jednak roli przedsiębiorcy jako jednostki. Zatem przedsiębiorczość jest procesem, w trakcie którego zarówno jednostki, jak i zespoły tworzą nową wartość poprzez szczególne połączenie środków i wykorzystanie możliwości w danym środowisku

(Morris, 1998, s. 16) (...) Takie spojrzenie na naturę przedsiębiorczości sprawia, że możliwa jest analiza zjawiska przedsiębiorczości w odniesieniu do jednostek organizacji, a nawet społeczeństw” (Nawojczyk, 2009, s. 43). Ujęcie przedsiębiorczości w kategoriach procesu staje się więc kluczowym elementem współczesnych koncepcji. Możliwa staje się analiza przedsiębiorczości krajów, korporacji czy, jak w przypadku tej pracy, gmin. Ważnym elementem wielu definicji jest dostrzeganie powiązania między przedsiębiorczością a innowacyjnością. W tej tematyce niezmiennie istotna jest też rola ryzyka, zwłaszcza w odniesieniu do zakładania działalności gospodarczej.

W podobny sposób zjawisko przedsiębiorczości postrzega Glinka, która zauważa, że „bazując na aparacie pojęciowym charakterystycznym dla teorii organizacji (i rozwijającej się w jej ramach teorii przedsiębiorczości), przedsiębiorczość traktuje się jak zjawisko społeczno-ekonomiczne, którego istotą jest otwarta, aktywna i innowacyjna postawa, zakorzeniona w kulturze i istotnie wpływająca na tempo i sposób rozwoju gospodarczego kraju. Przedsiębiorczość nie musi oznaczać zakładania małej firmy, jednakże decyzja o prowadzeniu własnej działalności może być uznana za jeden z najpowszechniejszych jej przejawów” (2008, s. 54).

Na poziomie lokalnym przedsiębiorczość – zarówno jako zjawisko, jak i prowadzenie własnej działalności gospodarczej – często jest postrzegana jako uwarunkowana od sprawujących władzę: „Przedsiębiorczość rozumiana jako postawa wobec gospodarki, jak i przedsiębiorczość wyrażająca się faktycznym podejmowaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej, a także to, jak te dwie formy przejawiania się przedsiębiorczości wpływają na rozwój lokalny i regionalny oraz są przez jego poziom uwarunkowane, zależy przede wszystkim od przedsiębiorczości władzy publicznej sterującej i koordynującej życie społeczne i gospodarcze na poziomie lokalnym. Jej przedsiębiorczość zależy w znacznej mierze od kultury organizacyjnej urzędu gminy” (Kuciński, 2010, s. 20).

Inne stanowisko prezentuje Sudoł (2008), który traktuje przedsiębiorczość jako bardzo rozległą kategorię – zarówno z perspektyw makro-, jak i mikro-ekonomicznej. Autor ten stoi również na stanowisku, że nie można ograniczyć tej kategorii tylko do prowadzenia małej firmy oraz korporacji. Równocześnie jest to kategoria tak szeroka, że trudno jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie, czy jest to proces, postawa, cecha, czy sposób zarządzania (Sudoł, 2008, s. 20). Konieczne staje się zatem zbudowanie nie jednej teorii przedsiębiorczości, a kilku, odnoszących się do różnych aspektów tego zjawiska.

Na jego wieloaspektowość wskazuje także duża liczba sposobów definiowania przedsiębiorczości, jako procesu, skłonności do ryzyka, innowacyjności, kreowania wartości, kreatywności, tworzenia organizacji, wyjątkowości (Bratnicki i Strużyna, 2001, s. 38). Niezmiennie istotna wydaje się możliwość połączenia wielu wyżej wymienionych elementów w jednej definicji i podejściu teoretycz-

nym. Inną kwestią jest znaczenie poszczególnych czynników dla dalszego rozwoju dyscypliny.

W niniejszej książce przedsiębiorczość będzie definiowana głównie jako proces powstawania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Taka definicja została przyjęta ze względu na ilościowy charakter części pracy oraz aspekt regionalny w rozważaniach, gdzie takie ujęcie jest preferowane zarówno przez respondentów wywodzących się z władz samorządowych, jak i przez polskiego ustawodawcę. Cechy czy postawy przedsiębiorcze nie będą elementem badania. Przedsiębiorczość korporacyjna również nie będzie analizowana.

2.2. Działalność gospodarcza i przedsiębiorca w rozumieniu prawnym

Ustawodawca definiuje działalność gospodarczą w art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. 2016 poz. 182 z dnia 10 listopada 2016 r.) jako zarobkową działalność wytwórczą, budowlaną, handlową, usługową oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodową, wykonywaną w sposób zorganizowany i ciągły.

Treść definicji zawartej w art.2 daje podstawę, by przyjąć, że dla uznania określonej działalności za działalność gospodarczą, konieczne jest łączne spełnienie trzech warunków. Po pierwsze, dana działalność musi być działalnością zarobkową, po drugie, działalnością wykonywaną w sposób zorganizowany oraz, po trzecie, w sposób ciągły.

Zarobkowy charakter działalności stanowi podstawową, konstytutywną cechę działalności gospodarczej. Dana działalność jest zarobkowa, jeżeli jest prowadzona w celu osiągnięcia dochodu („zarobku”) – rozumianego jako nadwyżka przychodów nad nakładami (kosztami) tej działalności. Brak przedmiotowej cechy przesądza, iż w danym przypadku nie można mówić o działalności gospodarczej (w rozumieniu art. 2 u.s.d.g., Brożyna, 2005).

Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej wymaga, by działalność gospodarcza wykonywana była w sposób zorganizowany i ciągły. Te dwie cechy nie zostały jednak *stricte* zdefiniowane przez przepisy, są przy tym wieloznaczne.

W ustawie można jednakże znaleźć stwierdzenie, że zorganizowanie sprowadza się do wyboru formy prawnej przedsiębiorczości – indywidualnej działalności gospodarczej, handlowej spółki osobowej, spółki kapitałowej, spółdzielni, przedsiębiorstwa państwowego. Ponadto ustawa zawiera informację, że działalność gospodarcza jest zorganizowana wówczas, gdy podmiot tej działalności dopełnia wszelkich obowiązków rejestracyjnych i ewidencyjnych (w zakresie wpisu do rejestru przedsiębiorców KRS lub EDG, odpowiedniego rejestru działalności regulowanej, rejestru statystycznego REGON, ewidencji podatników i płatników), obowiązków związanych z uzyskaniem koncesji lub zezwolenia, a także

zawarciem umowy rachunku bankowego. Brak wykonania czynności objętych obowiązkiem świadczy o niezorganizowaniu działalności gospodarczej.

Nie bez znaczenia dla określenia definicji działalności gospodarczej jest dotychczasowy dorobek orzecniczy. W tym miejscu wypada powołać uchwałę Sądu Najwyższego z dnia 6 grudnia 1991 r. (III CZP 117/91, OSP 1992, z. 11–12, poz. 235), w której sformułowano cechy działalności gospodarczej:

- a) zawodowy (zatem nie amatorski, nie okazjonalny) charakter działalności;
- b) podporządkowanie się zasadom racjonalnego gospodarowania (regułom opłacalności i zysku);
- c) powtarzalność działań (standaryzacja transakcji, seryjność produkcji, stała współpraca);
- d) uczestnictwo w obrocie gospodarczym.

Tymczasem w niektórych ustawach (art. 43¹ k.c., art. 3 pkt 9 ordynacji podatkowej, art. 15 ust. 2 ustawy o VAT) działalność gospodarcza formułowana jest w sposób odmienny, dostosowany do potrzeb tych ustaw i tym samym nieuwzględniający treści art. 2 u.s.d.g. (Powałowski, 2007).

Definicję przedsiębiorcy zawiera natomiast ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. 2017.459 t.j. z dnia 2 marca 2017 r.). Zgodnie z art. 43¹ przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33¹ § 1, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową.

Definicja przyjęta przez kodeks jest bardzo szeroka. Aby można było dany podmiot uznać za przedsiębiorcę, należy zbadać dwie koniunkcyjne przesłanki: formę, w jakiej funkcjonuje on w obrocie, oraz rodzaj prowadzonej działalności. Spełnienie przez dany podmiot obu cech pozwala uznać go za przedsiębiorcę, ze wszystkimi płynącymi stąd konsekwencjami prawnymi.

2.3. Klasyfikacje teorii przedsiębiorczości

Hebert i Link dokonali klasyfikacji klasycznych teorii przedsiębiorczości przez określenie roli samego przedsiębiorcy (w: Nawojczyk, 2006, s. 42–43). W tym celu wyodrębnili cztery podstawowe typologie charakteryzujące to zjawisko:

- Teoria typu A – „czysta” niepewność zakłada, że gospodarka w dłuższej perspektywie ma tendencję do dążenia do równowagi (indywidualne działania tworzą spontaniczny ład).
- Teoria typu B – „czysta” innowacja – jej autorzy twierdzili, że przedsiębiorca dąży do zaburzenia równowagi (innowacja cechą wyróżniającą).
- Teoria typu C – niepewność i umiejętność/innowacja. W tej kategorii uwzględniona jest również rola innowacji oraz pojawia się odwołanie do kompetencji przedsiębiorczych (stosując terminologię współczesną).

- Teoria typu D – postrzeganie i dostosowywanie działań do popytu i podaży. Według wymienionych w tabeli 2.1 badaczy przedsiębiorca przywraca równowagę rynkową.

Tabela 2.1. Typologia przedsiębiorczości według Heberta i Linka

A „Czysta” niepewność	B „Czysta” innowacja	C Niepewność i umiejętności/innowacja	D Postrzeganie i dostosowanie
Cantillon	Schmoller	Baudeau	Clark
Hawley	Sombart	Bentham	Kirzner
Knight	Weber	Thünen	Schultz
Von Mises	Schumpeter	Mangoldt	
Shackle		Cole	

Źródło: opracowanie na podstawie Nawojczyk (2006, s. 42–43).

Głównymi zagadnieniami powiązanymi z przedsiębiorczością według tych typologii są niepewność i innowacyjność.

Cieślik (2014, s. 20) pokazuje ewolucję poglądów na temat istoty przedsiębiorczości, odnosząc się do czterech głównych punktów zwrotnych:

- 1) wizja Schumpetera – twórcza destrukcja (lata 30.),
- 2) dominacja wielkich korporacji i drobna przedsiębiorczość (lata 50.),
- 3) renesans przedsiębiorczości – przełomowe innowacje w małych firmach, drobna przedsiębiorczość i duże korporacje (1970); dynamiczne firmy mają wpływ na zatrudnienie (1990),
- 4) szerszy wymiar przedsiębiorczości – akademicka, w kulturze i sztuce, społeczna, w sferze publicznej (po 2000 roku).

Cieślik (2014, s. 24) zwraca również uwagę na popularne po 2000 roku kategorie tematyczne, takie jak gazele, czyli firmy nastawione na szybki rozwój, czy firmy szybko i zdecydowanie wchodzące na rynki międzynarodowe – *born global*. Istotna może być również „gospodarka przedsiębiorcza” (*entrepreneurial economy*) – skoncentrowanie się na „prawdziwej” przedsiębiorczości, powiązanej z sektorem nowych technologii.

Murphy, Liao oraz Welsch (2006, s. 12–35) dokonali analizy ewolucji myślenia o przedsiębiorczości na przestrzeni wieków. W klasyfikacji tej ważną rolę odgrywały źródła bogactwa dominujące w myśleniu teoretyków w danym okresie. Klasyfikacja podzielona jest na trzy bazy: prehistoryczną, ekonomiczną i multidyscyplinarną¹. Na ich schematach przedstawiane jest dominujące postrzeganie

¹ W oryginale klasyfikacja jest przedstawiana na jednym schemacie, jednak ze względu na objętość i wymogi edycyjne, w tej pracy została ona podzielona na trzy części.

przedsiębiorczości w danym okresie lub najbardziej charakterystyczne pojęcia związane z teoriami. Zostaną one wykorzystane w dalszej części książki.

W swojej książce *Teorie przedsiębiorstw* Noga (2011) odnosi się do przedsiębiorczości jako zagadnienia teorii ekonomicznych. Przedmiotem jego analizy jest 27 ogólnych teorii przedsiębiorstw, m.in.: teoria kosztów transakcji Coase’a, teorie Knighta, Schumpetera, Arrowa, Schmooklera, Richardсона, Simona, Aokiiego Nonaki, Takeuchiego, Perroux i Chandlera.

Natomiast Blaug (2000) rozpoczyna analizy historii pojęcia przedsiębiorczości od Smitha i Ricardo, następnie odnosi się do Cantillona oraz Marksa. Zauważa dużą rolę Thüneną oraz Milla w popularyzacji samego pojęcia. Dopiero jednak Knight i Schumpeter uczynili z przedsiębiorczości ważny temat teorii ekonomicznej. Wpływ drugiego z autorów na przedsiębiorczość jest olbrzymi i, jak ujął to Blaug, „późniejsi autorzy, pisząc na ten temat, zwykli precyzować własne stanowisko poprzez określenie tego, co je od Schumpetera różni” (Blaug, 2000, s. 476). Za ważny nurt w rozwoju teorii autor uznał szkołę austriacką, poczynając od von Misesa i Hayeka, aż do Kirznera. Blaug w swoich analizach teorii przedsiębiorczości odnosi się do zysku i zaznacza, że odniesienie się do przedsiębiorcy jako elementu teorii jest możliwe tam, gdzie kończy się teoria produktywności krańcowej.

Kurczewska (2013, s. 33), na podstawie Landströma, przedstawia ewolucję myślenia o przedsiębiorczości w doktrynie naukowej:

Tabela 2.2. Ewolucja myślenia o przedsiębiorczości w doktrynie naukowej

Okres	Nauki zajmujące się w największym stopniu przedsiębiorczością	Definicje
1850–1870	Nauki ekonomiczne	Przedsiębiorczość jako funkcja rynku – przedsiębiorca ma zdolność identyfikacji możliwości zysku
1890–1920	Nauki ekonomiczne	Przedsiębiorczość jako funkcja rynku – przedsiębiorca jako twórca niestabilności i kreatywnej destrukcji
1950–1970	Nauki behawioralne	Przedsiębiorca jako jednostka o określonych atrybutach
1985–	Zarządzanie	Przedsiębiorczość jako proces

Źródło: Kurczewska (2013, s. 33), na podstawie Landströma.

W tej analizie zaznaczone jest bardzo wyraźnie przejście przedsiębiorczości z ekonomii do zarządzania. Równocześnie zagadnienie to zostaje zdefiniowane jako proces.

Tkaczyk (w: Lichniak, 2009, s. 30–31), odnosząc się do teorii firmy, dzieli natomiast rozwój tego nurtu na siedem faz ze względu na zmiany uwzględniające rozwój myśli ekonomicznej:

- 1) klasyczna (Smith, Ricardo, Mill);
- 2) rozpoczynająca się po wprowadzeniu przez Jevonsa analizy marginalnej;
- 3) od lat 20. XX wieku i powstania szkoły neoklasycznej;
- 4) lata 30., kiedy Robinson i Chamberlin stworzyli teorie przedsiębiorczości niedoskonałej;
- 5) do lat 50. XX wieku, kiedy nastąpiło zanegowanie części założeń ekonomii klasycznej i zaczęto stosować nowe narzędzie analizy;
- 6) od lat 50, kiedy powstały nowe teorie firmy;
- 7) teorie powstałe na skutek globalizacji i czerpiące z dorobku fazy poprzedniej.

To zestawienie pokazuje, w których momentach rozwoju myśli ekonomicznej teoria przedsiębiorczości mogła zyskać na znaczeniu. Nawiązując do Blauga (2000), można stwierdzić, że wzrost znaczenia roli przedsiębiorców, jako ważnych aktorów procesów gospodarczych, był możliwy po zanegowaniu części założeń ekonomii klasycznej. Problem ten zostanie rozwinięty w dalszej części książki.

2.4. Korzenie nauk o przedsiębiorczości

Murphy, Liao oraz Welsch (2006, s. 12–35), odnosząc się do analizy przedsiębiorczości sięgają do starożytnej Grecji, Rzymu czy Chin (zob. rysunek 2.1). Autorzy zaznaczają, że system społeczny miał silny wpływ na aktywność ludzi. Przykładem jest feudalizm, którego statyczność uniemożliwiała awans społeczny. Droga, by go osiągnąć, mogła być działalność wojskowa i militarna. Przywołują także klasyczną książkę Webera *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*, według której dzięki przekonaniom religijnym nastąpiła akumulacja kapitału i rozwój przedsiębiorczości. Autorzy zaznaczają, że przed XVIII wiekiem wzmianek o przedsiębiorczości było niewiele i temat ten nie był zbyt często poruszany. Dopiero klasyczna ekonomia wprowadziła przedsiębiorcę jako ważnego aktora do systemu gospodarczego. Podobne stanowisko prezentuje Piasecki (1997, s. 13). Zaznacza, że pierwsze nawiązania do funkcji pełnionych w gospodarce przez przedsiębiorców w ekonomii pojawiły się w XVIII wieku (Cantillon, Smith), co jednak nie oznacza, że przedsiębiorcy jako aktorzy procesu gospodarczego pojawili się dopiero w tym okresie. Mianem tym można było określać część kupców, budowniczych czy dowódców wojskowych, kierujących się motywami o charakterze ekonomicznym. Piasecki (1997, s. 13) wskazuje na konieczność analiz przedsiębiorczości w zestawieniu z zyskiem, ponieważ to pojęcie ułatwia zrozumienie sensu i istoty przedsiębiorczości. Nie oznacza to jednak, że zysk jest zawsze dominującą motywacją przedsiębiorców. Wynika to raczej z korzeni teorii przedsiębiorczości i wcześniejszych analiz.

Rysunek 2.1. Prehistoryczna podstawa nauk o przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie na podstawie Murphy, Liao oraz Welsch (2006, s. 16).

2.5. Przedsiębiorczość jako kategoria ekonomiczna

Jednym z pierwszych piszących o przedsiębiorczości na gruncie nauk ekonomicznych był irlandzki bankier Cantillon, który uważał, że przedsiębiorcą jest ten, kto stosuje arbitraż, by osiągnąć zyski. Jest to wizja zbliżona do kupca, który kupuje po określonej cenie i stara się sprzedać drożej, ale nie wie, czy mu się to uda. Dlatego też przedsiębiorca działa w warunkach niepewności i ponosi ryzyko. Kolejną jego cechą jest umiejętność przewidywania, która umożliwia dostrzeżenie okazji na rynku (zob. rysunek 2.2).

Rysunek 2.2. Ekonomiczna podstawa nauk o przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie na podstawie Murphy, Liao oraz Welsch (2006, s. 16).

Na skutek rewolucji przemysłowej przedsiębiorcy zyskali znacznie większą popularność w dyskursie ekonomicznym. Zmiana sposobu produkcji oraz pojawienie się nowej klasy społecznej (kapitalistów) miały silny wpływ na ówczesne społeczeństwo. Wzrosła również liczba ludności i nasiliły się migracje do miast. Rewolucja przemysłowa wpłynęła na rozważania wielkich ekonomistów, takich jak Smith czy Ricardo. Według nich przedsiębiorcy byli w stanie dostrzec nisze rynkowe i dzięki temu zwiększać zyski. W obydwu koncepcjach, według Blauga (2000, s. 471), brakuje jednak konkretnej analizy roli przedsiębiorczości w gospodarce. Dominującymi aktorami w analizie ekonomicznej stają się kapitalista i kierownik przedsiębiorstwa. W ujęciu ekonomii klasycznej dużą popularność mają doktryny równowagi statycznej w warunkach doskonałej konkurencji. Według Blauga (2000, s. 472), założenia ekonomii klasycznej wykluczają możliwość uczynienia z przedsiębiorcy centralnego elementu teorii ekonomicznej.

Natomiast inny przedstawiciel tej epoki, Say, przypisał ciekawą rolę właścicielom firm. Jego zdaniem mieli oni zarządzać zasobami tak, by przenosić je z obszarów o niższej wydajności na te o wyższej.

Kolejny, bardzo istotny, okres w rozwoju nauk o przedsiębiorczości nastąpił na początku dwudziestego wieku. W tym okresie temat ten zyskuje na znaczeniu również w Stanach Zjednoczonych. Knight opisuje przedsiębiorcę jako działającego w warunkach niepewności. Podejmuje on ryzyko i bierze za nie odpowiedzialność na siebie. Jeśli przedsiębiorca ma rację, to osiągnie zysk, jednak jeśli się myli, wygeneruje stratę lub zbankrutuje. Od działań przedsiębiorczych nie można się ubezpieczyć (Glinka i Gudkova, 2011, s. 43). Przedsiębiorczość nie jest jednak hazardem, jest to świadomy proces oceny niepewności i ryzyka za pomocą doświadczenia i wyciągania wniosków z prób i błędów. Tak proces osiągania rentowności w myśl tej teorii opisuje Piasecki: „Zysk w ujęciu Knighta jest w ostatecznym rachunku efektem trzech czynników: zdolności przedsiębiorcy (umiejętności) w dostrzeżeniu szansy, szczęścia (niezbędnego w warunkach ciągłych zmian otoczenia oraz niepewności co do przyszłego poziomu cen) i ogólnej sytuacji na rynku (czyli wielkości efektywnego popytu w relacji do poziomu cen niezbędnych nakładów produkcyjnych)” (Piasecki, 1997, s. 21).

Knight nadal uwzględnia założenia ekonomii klasycznej i w dużej mierze jego przemyślenia zostały potraktowane jako jej rozwinięcie (Blaug, 2000, s. 474). Co istotne, przedsiębiorczość w tym ujęciu staje się elementem kreacji gospodarki, zarówno wzrostu gospodarczego, jak i nowych pomysłów (Noga, 2011, s. 146). Teoria ta miała silny wpływ na rozwój nauk o przedsiębiorczości i stała się inspiracją dla wielu późniejszych badaczy (takich jak Kirzner czy Dixit).

Klasyczny model konkurencji, gdzie najważniejszymi elementami były ceny i funkcje produkcji, nie pozwalał, by przedsiębiorczość odgrywała zbyt dużą rolę w kluczowych rozważaniach teoretycznych. Dopiero prace Schumpetera uczyniły

z przedsiębiorcy centralny element teorii ekonomicznej. Przy analizach związanych z tym autorem należy uwzględnić okres, w którym tworzył. Na początku XX wieku dominowała produkcja masowa. Dla jej rozpoczęcia i rozwoju kluczowym zasobem był kapitał, drugorzędna była natomiast kwestia związana z wykwalifikowaną siłą roboczą. Wiedza i nauka również nie pełniły centralnej funkcji w gospodarce, a dominowała tania i mobilna siła robocza przemieszczająca się ze wsi do miast. W takim okresie historycznym Schumpeter stworzył przełomową teorię przedsiębiorczości, w której kluczową rolę odgrywały innowacje. Nie wynikały one jednak z nauki, która, jak podkreśla Kwiatkowski, nie była centralną osią myślenia tego autora: „Dla Schumpetera nauka miała znacznie tylko na tyle, na ile dostarczała wystarczającej puli wynalazków. Poza wynalazkami, które – jak wskazywał Schumpeter – istnieją niezależnie od konkretnego przedsiębiorcy, liczą się jednak szanse, rozumiane jako wyobrażenia o możliwości tworzenia nowych, akceptowanych przez rynek wartości. Na te wyobrażenia stać przede wszystkim tych, co widzą dalej i lepiej” (Kwiatkowski, 2002, s. 181). Czym więc jest innowacja? Jest zmianą nieciągłą o charakterze przełomowym. Innowacja może być produktowa, procesowa, wynikająca z reorganizacji struktur danego przedsiębiorstwa czy odnosząca się do rynku (np. związana z zaopatrzeniem). Daje ona na pewien czas przedsiębiorcy pozycję monopolisty i pozwala osiągnąć większe zyski. Staje się motorem wzrostu gospodarczego. Innowacja w myśleniu Schumpetera jest niemal tożsama z przedsiębiorczością (Kwiatkowski 2002, s. 82). Jest ona nieciągła, czyli dokonuje radykalnej zmiany. Drobne udoskonalanie czy zmiany nie są innowacją. Schumpeter takie zjawiska nazywa subinnowacjami i zaznacza ich ciągłość, czyli mieszcząc się w dotychczasowych funkcjach produkcji (Glinka i Gudkova, 2011, s. 91). Samo dokonanie innowacji zmienia charakter działań przedsiębiorcy; staje się on znacznie bardziej konserwatywny i zachowawczy. Jego celem jest obrona swojej pozycji rynkowej przez patenty czy ograniczenia prawne. Przedsiębiorca, który kiedyś radykalnie zmienił rynek, teraz stara się, przez drobne zmiany, jak najdłużej czerpać korzyści ze starego produktu. Traci więc swoją pozycję innowatora i twórcy postępu. Jeśli przestanie dokonywać innowacji, przestanie być też przedsiębiorcą, rola ta nie jest stała i jest nieodzownie związana z momentem kreacji w gospodarce. Przedsiębiorczość w rozumieniu Schumpetera to nowa kombinacja środków produkcji (czynnikiów wytwórczych). Jest ona głównym elementem rozwoju, który może mieć następujące formy:

- „1. Wprowadzenie nowego towaru – to jest towaru, z którym przedsiębiorcy nie są jeszcze obeznani – lub nowego gatunku jakiegoś towaru.
2. Wprowadzenie nowej metody produkcji – to jest metody jeszcze nie wypróbowanej praktycznie w danej gałęzi przemysłu; metoda ta może nie polegać na nowym wynalazku naukowym, ale np. na nowym handlowym sposobie postępowania z jakimś towarem.

3. Otwarcie nowego rynku – to jest rynku, na którym dana gałąź przemysłu danego kraju nie była uprzednio wprowadzana, bez względu na to, czy rynek ten istniał przedtem, czy nie istniał.
4. Zdobywanie nowego źródła surowców lub półfabrykatów i to znów niezależnie od tego, czy źródło to już istniało, czy też musiało być dopiero stworzone.
5. Przeprowadzanie nowej organizacji jakiegoś przemysłu, np. stworzenie sytuacji monopolistycznej (np. w drodze utworzenia trustu) lub załamanie pozycji monopolistycznej” (Schumpeter, 1960, s. 101).

Rozwój gospodarczy według Schumpetera cechuje przede wszystkim wytwarzanie nowych produktów za pomocą już istniejących zasobów. Ma on silnie endogeniczny charakter, następuje z wewnętrznej inicjatywy systemu ekonomicznego i nie może być narzucony z zewnątrz. Rozwój, tak jak innowacje, jest nieciągły i przez to zaburza dotychczasową równowagę rynkową. Co warto zauważyć, Schumpeter zwraca również uwagę na ważną rolę historii w wyjaśnieniu sytuacji ekonomicznej narodów. Jest ona nie tylko wynikiem zmiennych warunków ekonomicznych; wpływ na nią ma także cała przeszłość danego państwa (Schumpeter, 1960, s. 91). Schumpeter sam określa swoją teorię jako wyrosłą w opozycji do głównego nurtu ekonomii, któremu zarzuca brak umiejętności badania i przewidywania zmian. Zwłaszcza innowacje o charakterze nieciągłym mogą być szczególnie niebezpieczne dla stabilności systemów politycznych. Błędem jest również badanie gospodarki w stanie równowagi, gdzie nie następuje rozwój. Ważne jest natomiast uchwycenie załamania równowagi w wyniku „twórczej destrukcji”, dokonywanej przez przedsiębiorców. Ten moment załamania prowadzący równocześnie do wprowadzenia innowacji, jest kluczowy dla rozwoju gospodarczego. Stan równowagi jest chwilowy i nie ma w nim miejsca dla przedsiębiorczości. W późniejszych swoich pracach Schumpeter doceniał rolę korporacji w tworzeniu innowacji. Zaznaczał, że przełomowe odkrycia często są dokonywane w laboratoriach i centrach badawczych wielkich firm. Jest to wynikiem olbrzymich kosztów, jakie trzeba ponieść, by dokonać przełomowej innowacji, a mniejszych firm nie stać na takie nakłady (Cieślak, 2014, s. 19). Dlatego, w bardziej przełomowych branżach, powinny dominować korporacje.

Teorie Schumpetera były elementem rozważań wielu nurtów naukowych i nadal dają początek nowym. Schumpeter jest bez wątpienia jednym z najważniejszych teoretyków przedsiębiorczości w historii. Zakładał, że kapitalizm to ciągła ewolucja, że firma nie może trzymać się jednej formy zarabiania pieniędzy i musi ciągle poszukiwać nowych gałęzi zysku. Ten pogląd stał się bardzo popularny wśród części współczesnych ekonomistów (ewolucyjnej ekonomii czy ewolucyjnej geografii ekonomicznej).

Z rozważaniami Schumpetera polemikę prowadzili przedstawiciele szkoły austriackiej. Ta grupa ekonomistów często odnosi się do kwestii równowagi

rynkowej czy szans przedsiębiorczych. Szkoła austriacka w przeciwieństwie do Schumpetera zwraca uwagę przede wszystkim na rolę wiedzy w gospodarce i przedsiębiorczości. Hayek zaznaczał, że każdy ma swoją indywidualną bazę wiedzy, która pozwala osiągać przewagę rynkową i dostrzegać innowacje (Holcombe, 2015, s. 66). Wielu elementów potrzebnych przedsiębiorcy można się nauczyć, ale kluczową rolę odgrywa doświadczenie. Hayek stosuje termin „milcząca wiedza”, którą mają przedstawiciele kadry zarządzającej czy prezesi. Jest ona niezmiernie cenna dla organizacji, jednak nie sposób osiągnąć ją przez naukę. Milcząca wiedza jest niezbędna do oceny sytuacji. Ma charakter zdecentralizowany i jej forma uniemożliwia jej agregowanie. Rozchodzi się ona dzięki mechanizmom rynkowym.

W myśleniu szkoły austriackiej przedsiębiorczość jest silnie powiązana z działalnością firm. Jest też jednoznacznym motorem wzrostu gospodarczego i jego głównym twórcą: „Kluczową rolę w organizacji gospodarki rynkowej odgrywają firmy. Szkoła austriacka podkreśla ich przedsiębiorczy charakter. Firmy pełnią ważną funkcję zarządzania, która pozwala na efektywną alokację zasobów. Ale patrząc na te kwestie z dalszej perspektywy, ich funkcja przedsiębiorcza, która generuje rozwój gospodarczy, stanowi o wiele istotniejszy czynnik dobrobytu” (Holcombe, 2015, s. 81). Głównym czynnikiem powstawania przedsiębiorczości jest zysk, często osiągany dzięki ryzykownym innowacjom. Im większy potencjalny zarobek, tym bardziej przedsiębiorcy będą skłonni do ryzyka. Żeby ochronić swój zysk, właściciele firm mogą decydować się na ukrywanie wiedzy przed światem. Weryfikacją innowacji jest wprowadzenie ich na rynek i podanie pod osąd konsumentom. Przedsiębiorca działa w warunkach skrajnej niepewności, gdyż nie wie, jak zareagują jego klienci. Jedynie jego własna wiedza może pomóc w kalkulacji ekonomicznej i osiągnięciu zysku.

Podobne stanowisko co Schumpeter, odnośnie do centralnej roli przedsiębiorcy w teorii ekonomicznej, zajmował Kirzner. W jego teorii przedsiębiorca jest jednak czynnikiem kształtującym ład rynkowy, łączącym podaż z popytem. Przedsiębiorca wykorzystuje szanse, dostrzegając okazję rynkową, np. wynikającą z różnicy cen. Kluczową rolę odgrywa w momencie dochodzenia do równowagi w procesie rynkowym. Jest to postulat przeciwny do klasycznej ekonomii, w której najważniejszą rolę przedsiębiorca odgrywał w przechodzeniu z jednej pozycji równowagi do drugiej (Kirzner, 2010, s. 34). Równocześnie Kirzner inaczej definiuje konkurencyjność niż dominujący wówczas nurt myślenia o gospodarce. Odrzuca założenie o pełnej racjonalności jednostki.

Celem tego przedstawiciela szkoły austriackiej było więc stworzenie nowej teorii rynku i ceny, lepiej opisującej rynek jako proces uwzględniający decyzję trzech grup: konsumentów, przedsiębiorców-producentów oraz właścicieli surowców (Kirzner, 2010, s. 11–18). Ludzie uczą się na własnych błędach i starają się zdobywać dostęp do źródeł informacji, by zwiększyć zyskowność swoich dzia-

łań. Sam autor tak podsumował rolę przedsiębiorców w gospodarce: „element przedsiębiorczy w ekonomicznym zachowaniu polega na wzmóżonej czujności wobec wcześniej niedostrzeżonych zmian w warunkach (...), które umożliwiają osiągnięcie większego zysku niż dotychczas” (Kirzner, 2010, s. 24).

W teorii Kirznera jednostka działa w warunkach nierównowagi rynkowej i przy braku pełnej wiedzy aktorów na temat rynku. By dostrzec szanse, trzeba być wyczulonym i wrażliwym na informację. Przedsiębiorca nie musi sam dużo wiedzieć, musi natomiast mieć możliwości zdobywania wiedzy, gdy tego potrzebuje i dostrzegać zmiany w otaczającym go świecie.

W wyniku jego aktywności następuje dostosowanie różnych elementów rynku i gospodarka zostaje popchnięta w kierunku równowagi (Glinka i Gudkova, 2011, s. 50–51). W tym stanie nie może istnieć przedsiębiorczość, gdyż według Kirznera równowaga oznacza brak niewykorzystanych możliwości zysku. To z kolei nie jest możliwe do osiągnięcia w realnej gospodarce, ponieważ ciągle pojawiają się nowe szanse rynkowe. Stan równowagi nigdy nie zaistnieje. Przedsiębiorcą może stać się każdy. By stać się przedsiębiorcą, nie potrzeba potencjalnego kapitału finansowego; wystarczy umieć sprzedać towar drożej, niż się go kupiło (Kirzner, 2010, s. 24).

Kirzner w swoich rozwiązaniach przypisuje przedsiębiorczości rolę nośnika konkurencyjności w procesach rynkowych. Nie wyklucza to jednak powstania monopolu osiągniętych przez działania przedsiębiorców. Autor sugeruje, że taka sytuacja jest korzystna, gdyż prowadzi do równowagi rynkowej: „Zaistnienie monopolu było krokiem w kierunku eliminacji niespójności między decyzjami konsumentów a postanowieniami wcześniejszych właścicieli surowców” (Kirzner, 2010, s. 30). W dłuższej perspektywie według przedstawiciela szkoły austriackiej można dostrzec, że sytuacja monopolistyczna jest w istocie przedsiębiorczym procesem na rynku (Kirzner, 2010, s. 30).

Kirzner w swoich teoriach podkreślał wagę przedsiębiorczości dla głównego nurtu szkoły austriackiej. Często w swoich pracach porównuje swoje koncepcje z prezentowanymi przez Schumpetera. Podstawowa różnica dotyczy podejścia do roli przedsiębiorcy jako siły stabilizującej rynek u Kirznera, w przeciwieństwie do starszej koncepcji, gdzie przedsiębiorczość była siłą niszczącą równowagę. W obu teoriach podstawowym motywatorem jest chęć zysku, możliwa dzięki kupowaniu taniej towarów i sprzedawaniu drożej. Podobne jest również podejście do samego przedsiębiorcy jako głównego aktora gospodarki, który poszukuje szans rynkowych. W stanie równowagi, zarówno u Kirznera, jak i u Schumpetera, nie ma miejsca dla przedsiębiorczości.

Możliwe jest jednak równoczesne wykorzystanie elementów obu koncepcji (Holcombe, 2015, s. 151) w teorii cykli koniunkturalnych, gdzie działają dwie siły. Jedna, schumpeterowska, zakłóca alokację zasobów, prowadzi do nierównowagi rynkowej i tworzy miejsce dla drugiej siły – przedsiębiorczości w rozu-

mieniu Kirznera, która koordynuje alokację zasobów i prowadzi rynek znów w kierunku równowagi. Inaczej ujmując ten mechanizm, na skutek twórczej destrukcji powstaje bezrobocie i zachwianie popytu, rodzi się miejsce dla ludzi, którzy osiągną zysk, wykorzystując tańszą siłę roboczą i wprowadzając spokój rynkowy. Kiedy jednak innowacje w myśleniu schumpeterowskim będą zbyt głębokie i drastyczne, może to doprowadzić do kryzysu ekonomicznego, głównie dlatego, że przedsiębiorcy kirznerowscy nie będą w stanie poradzić sobie z nadmiarem wolnych zasobów, które trzeba ponownie wykorzystać w gospodarce.

W teoriach związanych z nowym instytucjonalizmem znajdziemy wiele odniesień do przedsiębiorczości. W ujęciu Coase'a przedsiębiorstwo jest instytucją koordynującą gospodarkę. Podobnie jak rynek może ono doprowadzać do obniżania kosztów transakcji. Ważne jest, by firma przyjęła optymalne granice efektywnego przedsiębiorstwa, skupiała uwagę również na wewnętrznych kosztach koordynacji. Sprawnie działające przedsiębiorstwo może obniżać ceny produktów (Noga, 2011, s. 141). Ten nurt teoretyczny rozwinął Williamson, nawiązując również do koncepcji związanych z zasobami. Koszty transakcyjne będą szczególnie ważne zwłaszcza przy transakcjach ważnymi surowcami czy aktywami. W takim ujęciu przedsiębiorstwa budują swoją pozycję w dwóch wymiarach: strukturalnym (monopol) i instytucjonalnym (koszty transakcji). Według tej teorii drugi wymiar jest ważniejszy (Noga, 2011, s. 201).

2.6. Przedsiębiorczość jako przedmiot badań multidyscyplinarnych

Od lat 60. XX wieku w naukach o przedsiębiorczości zaczęto wykorzystywać czynniki psychologiczne. Jest to temat, który był popularny bardzo długo i nadal stanowi silną inspirację badawczą. McClelland, jako jeden z pierwszych, wykorzystał dorobek psychologii w zarządzaniu. Założył on, że na działalność ekonomiczną mają wpływ trzy podstawowe potrzeby:

- 1) potrzeba osiągnięć,
- 2) potrzeba przynależności,
- 3) potrzeba władzy.

McClelland wykorzystywał w swoich badaniach test TAT (Thematic Apperception Test). Osoba biorąca w nim udział miała napisać krótkie opowiadanie o każdym z serii obrazków. Teksty te były punktowane ze względu na liczbę odniesień do określonych kategorii (np. wywieranie wpływu na innych czy osiągnięć). Narzędzie to służyło uchwyceniu nasilenia potrzeb związanych z gospodarką (Majkut, 2014, s. 130). Według McClellanda dla przedsiębiorczości kluczowa jest potrzeba osiągnięć, definiowana jako chęć wyróżnienia się w sytuacji konkurencji (Majkut, 2014, s. 130), jak również zdolność do poprawy skuteczności swoich działań i udowodnienia własnej wartości. Osoby mające silną potrzebę

osiągnięć dobrze reagują na informacje zwrotne z otoczenia. Są ambitne i wyznaczają sobie trudne, ale i realne cele do osiągnięcia. Wadą takich osób jest skłonność do skupienia się tylko na sobie i ignorowania współpracowników, co może przełożyć się na słabą komunikację w zespole. McClelland uważał, że motywacja osiągnięć ma wpływ również na stan gospodarczy całego kraju.

Potrzeba przynależności związana jest z chęcią przebywania w otoczeniu innych ludzi i akceptacji z ich stron. Dla takich osób ważne jest przychylne środowisko pracy. Osoby z takimi potrzebami zwykle nie staną się przedsiębiorcami, gdyż mają problemy z zarządzaniem ludźmi czy podejmowaniem decyzji.

Według McClellanda ludzie mający potrzebę władzy, chcą kierować pracami grupy i być liderami. Tego typu osoby mogą być przedsiębiorcami lub pracownikami korporacji.

Podsumowując rozważania teoretyczne McClellanda, można stwierdzić, że kluczową potrzebą, powiązaną z przedsiębiorczością, jest potrzeba osiągnięć. Im więcej będzie ludzi, u których ta potrzeba będzie dominować nad pozostałymi, tym większy powinien być odsetek przedsiębiorców (Majkut, 2014, s. 131). Cechy psychologiczne przełożą się zatem na ogólny dobrobyt kraju. Może to być droga do rozwoju gospodarczego, ponieważ, według McClellanda, potrzeby osiągnięć można się nauczyć i jej poziom może wzrastać.

Temat potrzeby osiągnięć w przedsiębiorczości budził wielkie zainteresowanie na przestrzeni lat. Jednym z tego powodów były potwierdzone statystycznie przez McClellanda wyniki badań. Późniejsze badania podały w wątpliwość część wniosków i nie miały tak jednoznacznych rezultatów (Zięba, 2016, s. 31). Problemem okazała się również aplikacyjność tej koncepcji (np. określenie proporcji między potrzebami w osobowości człowieka, by możliwe było stworzenie profilu przedsiębiorcy).

Modelem porządkującym myślenie o psychologicznych aspektach przedsiębiorczości jest schemat kompetencji Boyatzisa (1982). Początkowo był on stosowany do opisywania cech menedżerów, a w następnych latach został zaadaptowany do nauk o przedsiębiorczości (przez Bird 1989). W jego skład wchodzi:

- 1) cechy osobowości,
- 2) mechanizmy poznawcze – w tej kategorii znalazłyby się badania poświęcone procesom poznawczym czy heurystykom,
- 3) motyw – związane np. z zakładaniem i prowadzeniem własnej firmy,
- 4) poczucie własnej skuteczności, czyli przekonanie o możliwości realizacji swoich celów,
- 5) wiedza – w tym obszarze zakwalifikowane byłyby: socjalizacja, źródła i rodzaje wiedzy oraz sposoby uczenia się.

W publikacji Kurczewskiej (2013, s. 56) znajdziemy następujący podział na trzy główne podejścia do przedsiębiorczości w odniesieniu do psychologii: „kognitywne (przybliżające jak poznają rzeczywistość i jak myślą przedsiębiorcy),

podejście odwołujące się do cech osobowościowych i charakteru przedsiębiorcy (jacy są przedsiębiorcy), podejście behawioralne (jak zachowują się przedsiębiorcy)”.

Cechy osobowości przedsiębiorców to bardzo popularny temat badawczy w literaturze naukowej. W tej kategorii znalazłby się wymieniony wcześniej McClelland i jego badania dotyczące potrzeby osiągnięć, które kontynuowali Komives czy Davidson.

W kolejnych latach potwierdzono statystyczny związek między umiejscowieniem poczucia kontroli a przedsiębiorczością. Rotter (1966) dokonał podziału na zewnętrzne i wewnętrzne umiejscowienie kontroli. Następnie jego badania wykorzystał Shapero (1975) i zaproponował ich wykorzystanie w odniesieniu do przedsiębiorczości. Według niego przedsiębiorcy w znaczącej większości charakteryzują się wewnętrznym umiejscowieniem poczucia kontroli. Przedsiębiorcy są więc osobami przekonanymi o tym, że to oni kształtują własny los i działania. Jednocześnie, biorąc odpowiedzialność za porażki, nie obarczają innych winą, lecz poszukują przyczyn w swoich działaniach. Natomiast osoby mające *zewnętrzne umiejscowione poczucie kontroli* znacznie częściej obwiniają za swoje porażki np. przeznaczenie, brak szczęścia czy siłę wyższą. To zagadnienie zostało wykorzystane również po to, by określić motywację przedsiębiorców do ekspansji swoich firm. Była ona większa w grupie mającej wewnętrzne umiejscowienie poczucia kontroli. Inną cechą osobowości, która jest często wymieniana jako powiązana z przedsiębiorczością, jest skłonność do podejmowania ryzyka. Brakuje jednak wyników badań jednoznacznie potwierdzających tę zależność. Według Glinki i Gudkovej przedsiębiorcy są skłonni do podejmowania ryzyka, gdy częściowo kontrolują sytuacje (2011, s. 125), które związane są z ich pracą i działalnością, gdzie dysponują według nich większą wiedzą niż zwykły człowiek.

Zięba wskazuje na bardzo duże zróżnicowanie wyników badań na styku przedsiębiorczości i psychologii. Kolejnym problemem jest ich jednoznaczna interpretacja: „Wyniki badań prowadzonych nad określeniem osobowości przedsiębiorczej są niemal od swego zarania bardzo zróżnicowane. Prawdło-wości stwierdzone przez jednych badaczy są kwestionowane przez innych. (...) Także najnowsze publikacje nie przynoszą jednoznacznych rozstrzygnięć (Wong, Cheung i Venuvinod, 2005) (...)” (Zięba, 2016, s. 33). Nowe koncepcje analizujące cechy osobowości przedsiębiorców starają odnieść się do szerszego kontekstu. Zabieg ten ma rozwiązać dotychczasowe trudności występujące w psychologicznych analizach przedsiębiorczości. Równocześnie taki stan rzeczy może sugerować istnienie ciągle dużego pola badawczego na styku psychologii i przedsiębiorczości.

Rysunek 2.3. Multidyscyplinarna podstawa nauk o przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie na podstawie Murphy, Liao oraz Welsch (2006, s. 16).

W klasyfikacji Murphy’ego, Liao oraz Welscha, między 1970 a 1980 r. nauki o przedsiębiorczości stają się przedmiotem badań interdyscyplinarnych, wykorzystując dorobek socjologii czy wcześniej wspominanej psychologii (zob. rysunek 2.3). Pojawiają się także nawiązania do marketingu, polityki publicznej czy zarządzania strategicznego. Około roku 2000 centralnymi zagadnieniami przedsiębiorczości stają się szansa i wiedza. Obie te kategorie są stosowane w innym ujęciu niż dotychczas i zostają wykorzystane dla wyjaśnienia procesu przedsiębiorczego.

Majkut w następujący sposób charakteryzuje podejście socjologiczne w naukach o przedsiębiorczości: „Perspektywa socjologiczna akcentuje kwestie socjalizacyjne, jako te, które w większym stopniu determinują przedsiębiorczość niż czynniki gospodarcze lub psychologiczne, w tym głównie osobowościowe cechy wrodzone. Perspektywa socjologiczna i istniejące w jej ramach koncepcje nawiązują w swej wymowie do stanowisk wskazujących, że przedsiębiorczości można się nauczyć, czy też, że zostaje ona ukształtowana w wyniku działania mechanizmów społecznych” (Majkut, 2014, s. 135). Socjologię można powiązać z następującymi koncepcjami w naukach o zarządzaniu: kapitał społeczny i kulturowy, systemy wartości kształtujące zachowania ludzi, tradycje w danym regionie i klimat społeczny dla rozwoju przedsiębiorczości, awans społeczny, prestiż i stratyfikacja społeczna, czynniki związane ze stylem życia, postawa przedsiębiorców wobec otoczenia instytucjonalnego (Majkut 2014, s. 136). Nawojczyk (2009) zwraca uwagę na następujące cechy socjologii przedsiębiorczości: analizę roli przedsiębiorcy w strukturach społecznych czy kulturowy wymiar osiągnięć przedsiębiorczych.

W kolejnych latach rozwoju nauk o przedsiębiorczości pojawiło się wiele kierunków i nurtów analizy tego zagadnienia. Po fazie interdyscyplinarnej można dostrzec przesunięcie tego obszaru naukowego do nauk o zarządzaniu. Podobne stanowisko prezentował Cieślik (2015), zwracając uwagę na brak możliwości wyodrębnienia przedsiębiorczości jako samodzielnej dyscypliny nauk ekonomicznych i traktując ją jako subdyscyplinę nauk o zarządzaniu. Jednocześnie analizy inspirowane socjologią czy psychologią nadal pozostają ważnym tematem badawczym. Corbett i in. uporządkowali zakres nauki o przedsiębiorczości i główne kierunki rozwoju w następujący sposób:

- „1) nurt syntezy, mający swe podstawy w ekonomii i kierujący się w stronę polityki i gospodarki;
- 2) nurt separacji, stawiający sobie za cel odseparowanie i wyróżnienie przedsiębiorczości spośród innych nauk;
- 3) nurt strategii-integracji, w którym przedsiębiorczość postrzegana jest przez pryzmat strategii, a koncepcje myślenia strategicznego i przedsiębiorcy powinny być zintegrowane;
- 4) nurt specjalizacji, który jest nurtem wielowątkowym, w ramach którego rozwijają się różne tematy związane z przedsiębiorczością, np. przedsiębiorczość rodzinna, przedsiębiorczość kobiet, przedsiębiorczość technologiczna, przedsiębiorczość międzynarodowa” (za: Kurczewska, 2013, s. 62).

Podsumowując tę klasyfikację, widzimy, że uwidacznia się wielonurtowość przedsiębiorczości jako obszaru badawczego. Co w takim wypadku może być punktem wspólnym tak wielu podejść? Według Shane’a i Venkataramana (2000) staje się nim podejście do szans, czyli wyjaśnienie ich powstawania oraz opisanie charakterystyki. Autorzy zauważają, że bardzo trudno przyjąć jedną uniwersalną definicję przedsiębiorczości, jednak proponują kluczowe elementy pola badawczego (2000, s. 218): badania źródeł szans, proces ich odkrywania, kwalifikowanie okazji, eksploatację szans oraz zestawienie osób, które odkrywają i wykorzystują szanse. Shane i Venkataraman (2000, s. 218) proponują odrzucenie przez nauki o przedsiębiorczości modeli zakładających równowagę rynkową, ponieważ w takich modelach zbyt mało miejsca poświęca się szansom, które są losowo rozmieszczone w populacji. Zakres przedsiębiorczości definiują szerzej niż prowadzenie i tworzenie własnej firmy, choć to podejście jest według nich dominujące. Włączają również do tego pola naukowego działania przedsiębiorcze w wielkich korporacjach. Autorzy starają się skupić na samym przedsiębiorcy w znacznie większym stopniu niż na jego otoczeniu.

Shane i Venkataraman do pola naukowego przedsiębiorczości włączają również proces powstawania firm. Jednym z pierwszych badaczy przedstawiających proces powstawania nowych działalności gospodarczych był Gartner (1985). Na rysunku 2.4 zaprezentowano schemat jego autorstwa.

Rysunek 2.4. Pole opisujące powstawanie nowych przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie na podstawie Gartner (1985, s. 698).

Na rysunku 2.4 mamy zaprezentowane cztery główne perspektywy w zakresie nauk o przedsiębiorczości: charakterystykę osób rozpoczynających przedsięwzięcie, organizację, którą tworzą, otoczenie wokół niego oraz proces, w którym się ono rozpoczyna – podzbiór ten zawiera takie elementy jak m.in.: produkcja, reakcja przedsiębiorcy na rząd i społeczeństwo czy sprzedaż (Gartner, 1985, s. 696). Celem autora jest poszukiwanie wspólnych podstaw różnych koncepcji i uporządkowanie pola naukowego, co ma doprowadzić do lepszego opisywania przedsiębiorczości. Gartner zaznacza wieloaspektowość i złożoność tego zjawiska. Mimo to stara się za pomocą schematu przedstawić powstawanie nowych przedsiębiorstw oraz objąć wszystkie typy firm (Gartner, 1985, s. 705).

Inny nurt analiz procesu przedsiębiorczego kładł znacznie większy nacisk na otoczenie zewnętrzne i warunki makroekonomiczne, a nie jak Gartner na osobę samego przedsiębiorcy i kontrolowane przez niego zasoby (Gaweł, 2013, s. 56). Koncepcje procesu przedsiębiorczego można również podzielić na dwa ujęcia: „– ujęcie zasobowe – wskazujące na zasoby konieczne do pozyskania i połączenia w procesie tworzenia nowych firm;

- ujęcie procesowe – rozumiejące tworzenie nowego przedsiębiorstwa jako proces przechodzący przez kolejne fazy od kształtowania pomysłu na przedsięwzięcie do wejścia na rynek i rozwoju nowego przedsiębiorstwa” (Gaweł, 2013, s. 89).

Hindle (2010, s. 606), opisując proces przedsiębiorczy, wykorzystuje metaforę ogrodu. Przedsiębiorca, podobnie jak ogrodnik, nie jest w stanie kontrolować wszystkich otaczających go zmiennych. Kiedy uprawiamy rośliny, efekty naszej pracy zależą także od pogody, temperatury, wiatru czy opadów. A to, czy firma odniesie sukces, zależy również od czynników makroekonomicznych. Hindle przedstawia cztery elementy procesu przedsiębiorczego:

- 1) przedsiębiorca – ludzki aktor (osoba lub grupa ludzi);
- 2) tworzony podmiot (szansa biznesowa i przedsięwzięcie);
- 3) kontekst otoczenia bliższego;
- 4) kontekst otoczenia makroekonomicznego.

W swoich analizach odnosi się do lokalnej społeczności jako ważnego elementu otoczenia przedsiębiorcy. Jego celem jest znalezienie struktury analitycznej, która ułatwi analizę przedsiębiorczości lokalnej i wdrażanie programów pomocowych. Na ważną rolę otoczenia firm wskazuje Wachowiak: „Wszelkie zmiany w szeroko rozumianym otoczeniu przedsiębiorstwa decydują bowiem o tym, czy przedsiębiorstwo w dłuższym okresie osiągnie sukces” (Wachowiak, 2006, s. 54). Według Hindle’a głównym problem uniemożliwiającym wdrożenie pomocy zewnętrznej dla lokalnych społeczności (i nie tylko) jest zła diagnoza kontekstu i brak ukierunkowania działań, będące skutkiem braku ram analitycznych umożliwiających np. określenie wpływu lokalnej społeczności na proces przedsiębiorczy. Stanowi to, według niego, dużą lukę badawczą.

Na przedsiębiorczość wpływają trzy rodzaje zasobów: ludzkie, fizyczne i instytucjonalne (Hindle, 2010, s. 608). Te trzy elementy stają się podstawą charakterystyki relacji lokalnego kontekstu i procesu przedsiębiorczego. Zostało to przedstawione na rysunku 2.5.

Rysunek 2.5. Charakterystyka wpływu lokalnego kontekstu na proces przedsiębiorczy

Źródło: opracowanie na podstawie: Hindle (2010, s. 619).

Rysunek ten obrazuje przejście od kontekstu społeczności lokalnej do kontekstu przedsiębiorczości. Dwie konstrukcje z prostokątów przedstawiają natomiast sześć czynników (po 3: strukturalne i ludzkie), które ułatwiają diagnozę społeczności lokalnej pod kątem rozwoju przedsiębiorstw. Istnieją trzy filary infrastruktury lokalnych społeczności: podstawowe zasoby fizyczne, zarządzanie (w tym kapitałem) i instytucje, system praw własności. Trzy filary czynników ludzkich odnoszą się natomiast do podstawowych zasobów ludzkich, światopoglądu i sieci społecznych. Pierwszy prostokąt, czyli *Granica obejmująca – man-*

daty i możliwości umożliwia analizę wszystkich kluczowych przeszkód, które tworzą *obszar problemowy*. Jest on pokonywany najpierw w określeniu, co należy zrobić (mandaty), a następnie w jaki sposób (możliwości) (Hindle 2010, s. 620). W dużej mierze ta zdolność do bycia aktywnym obywatelem zależy od kapitału ludzkiego. W ten sposób autor stara się wprowadzić aktora (indywidualnego bądź zbiorowego) do schematu.

Podsumowując rozważania Hindle'a, dotyczące diagnozowania wpływu lokalnego kontekstu na proces przedsiębiorczy, można zauważyć, że według autora jest on w dużej mierze determinowany przez zasoby obecne na terenie społeczności lokalnej. Aby możliwa była pomoc w rozwoju wybranemu terenowi, konieczna jest wcześniejsza analiza jego zasobów. W przeciwnym wypadku programy wspierające nie odniosą skutku bądź nawet zaszkodzą.

Na polskim gruncie koncepcje procesu przedsiębiorczego rozwijała Gawęł, co przedstawia rysunek 2.6.

Rysunek 2.6. Model procesu przedsiębiorczego

Źródło: opracowanie na podstawie: Gawęł (2013, s. 90).

W tym ujęciu ciekawe jest podzielenie procesu przedsiębiorczego na jego etap właściwy i siły, które na niego wpływają. Początkowo mamy samego przedsiębiorcę jako aktora, potem proces, a na końcu otoczenie zewnętrzne, od którego zasobów zależy rozwój firmy.

Inną współcześnie rozwijaną koncepcją w przedsiębiorczości jest analiza wzrostu firm, zwłaszcza małych i średnich. Wasilczuk (2005, s. 24–52) wymienia m.in. podejście zasobowe (odwołujące się do środków pieniężnych, kapitału ludzkiego) czy podejście odwołujące się do otoczenia, które według autorki silnie wiąże się z teorią lokalizacji przemysłu i geografiami ekonomiczną. Przedstawiając rozwój rozważań nad wzrostem firm, autorka analizuje też modele zintegrowane:

a) trójczynnikiowy model Storeya składający się z przedsiębiorcy, firmy i strategii;

- b) intencyjny model Davidssona, który jako istotny element wzrostu wskazuje otoczenie firmy. Elementami tej koncepcji są: umiejętności, potrzeby, możliwości (w tej kategorii zawiera się otoczenie) oraz postrzeganie tych trzech elementów, motywacje wzrostowe, a na końcu rzeczywisty wzrost;
- c) zasobowo-motywacyjny model Wiklunda, złożony z zasobów, możliwości, otoczenia, postrzegania otoczenia oraz możliwości; te elementy wpływają na wybór strategii, która przekłada się na wzrost firmy;
- d) model Ahlströma – firma osiągnie wzrost, gdy nastąpi odpowiednia kombinacja trzech elementów: ambicji wzrostu, potencjału wzrostu oraz kompetencji i zasobów.

W koncepcjach modeli wzrostu firm problemem okazała się ich empiryczna weryfikacja. Często łączą one elementy związane z psychologią i osobowością przedsiębiorcy z analizami otoczenia czy kapitału finansowego firm. Stwarzało to trudności metodologiczne i wymagało silnego uszczegółowienia pojęć. Wasilczuk w dalszej części swojej publikacji odnosi się również do fazowych modeli wzrostu firm.

W ostatnich latach w naukach poświęconych przedsiębiorczości mocno spopularyzowała się tematyka start-upów, które są definiowane jako „tymczasowa organizacja stworzona w celu znalezienia powtarzalnego i skalowalnego modelu biznesowego” (Blank i Dorf, 2013, s. 648). Model biznesowy jest natomiast definiowany przez Osterwaldera i Pigneura w następujący sposób: „Model biznesowy to w pewnym sensie szkic strategii, która ma zostać wdrożona w ramach struktur, procesów i systemów organizacji” oraz „Model biznesowy opisuje przesłanki stojące za sposobem, w jaki organizacja tworzy wartość oraz zapewnia i czerpie zyski z tej wytworzonej wartości” (Osterwaldera i Pigneura, 2012, s. 18). Oba te pojęcia są podstawą nurtu, który sam określa się jako Lean Startup. Jego podstawowymi założeniami są: testowanie pomysłów biznesowych i hipotez, zbieranie danych za pomocą wywiadów pogłębionych, minimalizacja ryzyka przez możliwie jak najszybszy kontakt z klientem. Ruch ten nie tylko zyskał popularność w kręgach naukowych, lecz także stał się ważnym elementem nauczania przedsiębiorczości.

2.7. Wpływ przedsiębiorczości na wzrost gospodarczy

Już od początków analiz dotyczących przedsiębiorczości była ona wiązana ze wzrostem gospodarczym. Schumpeter upatrywał w przedsiębiorczości głównego motoru wzrostu gospodarki – przede wszystkim przez innowacje. Przedsiębiorczość jest w jego teorii czynnikiem rozwoju dzięki twórczej destrukcji i zaburzaniu równowagi rynkowej. Podobne poglądy reprezentował Leibenstein (1968), który zaznaczał, że przedsiębiorca wypełnia luki i zdobywa zasoby konieczne

do działania. To myślenie kontynuował Thurow (2006), który wskazywał, że dzięki aktywności i zaangażowaniu przedsiębiorców następuje niszczenie starego i budowanie nowego, co prowadzi do zwiększenia bogactwa.

W klasyfikacji Nogi (2011) zdecydowana większość teorii potwierdza pozytywny związek między przedsiębiorczością a wzrostem gospodarczym. Teorię zasobów i kompetencji Noga charakteryzuje następująco: „Przedsiębiorstwa stają się głównymi jednostkami zdrowego, endogenicznego wzrostu gospodarczego. Rozwijane zasoby i kompetencje tworzą szansę na powstanie następnych (większych, lepszych) zasobów i kompetencji” (Noga, 2011, s. 178). Tezę o pozytywnym wpływie na wzrost i rozwój gospodarczy przedsiębiorstwa znajdziemy też w teoriach m.in. Arrowa, klasycznej teorii Knighta, teorii kosztów transakcyjnych Coase’a, inwestycyjnej teorii przedsiębiorstwa Chandlera, teorii przedsiębiorstwa zdeterminowanego przez kapitał intelektualny (klasyfikacja według Nogi, 2011). Autor nie przedstawia teorii wykazujących negatywny wpływ przedsiębiorczości na wzrost gospodarczy. Pojawiają się natomiast koncepcje wskazujące na pozytywny wpływ w zależności od pewnych warunków (np. konwencyjna teoria przedsiębiorstwa).

Inny pogląd przedstawił Baumol (2010), który argumentował, że nie można jednoznacznie powiązać przedsiębiorczości z rozwojem gospodarczym, gdyż może ona przybierać różne formy i odgrywać w gospodarce bardzo różne role. To, czy przedsiębiorczość jest produktywna, czy nie, zależy od reguł gry determinujących alokację działań przedsiębiorczych przez kontrolę struktury nagród w gospodarce (za: Sautet, 2013, s. 390). Baumol zakłada więc bardzo silną zależność przedsiębiorczości od instytucji. Teoria ta znalazła zastosowanie w krajach rozwijających się i w momencie przemian systemowych, np. przejścia z komunizmu na kapitalizm. Sautet (2013) zwraca uwagę, że problemem dla teorii Baumola jest sytuacja, gdy przedsiębiorczość jest produktywna, natomiast nie przekłada się na wzrost zamożności biednego kraju.

Pojawiają się też teorie wskazujące na przedsiębiorczość jako na główny czynnik rozwoju w nowej gospodarce globalnej. Koncepcje te zwracają uwagę na wzrastającą rolę wiedzy i innowacji. Cytując Cieślaka: „Dalej idącym postulatem jest formułowana przez wielu badaczy teza o przechodzeniu, w przypadkach krajów najwyżej rozwiniętych, od modelu „gospodarki korporacyjnej” (*manager economy*) do „gospodarki przedsiębiorczej” (*entrepreneurial economy*) (Audretsch i Thurik, 2004). Przedsiębiorczość jest zatem integralnym elementem głębszego procesu transformacji krajów najwyżej rozwiniętych, od etapu industrializacji do stadium gospodarki opartej na wiedzy i innowacji” (Cieślak, 2014, s. 23).

Analizując dane pochodzące z Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Acs (2006) zauważa, że związek między przedsiębiorczością a wzrostem gospodarczym nie jest taki prosty, jak się powszechnie sądzi. Zakładamy, że przedsiębiorcy tworzą firmę, a ta miejsca pracy, zwiększa się konkurencyjność i innowacyjność.

Acs twierdzi, że ten pozytywny wpływ na gospodarkę zależy od charakteru przedsiębiorstw. Przedsiębiorczość oparta na szansie powoduje wzrost gospodarczy, natomiast przedsiębiorczość wymuszona, wynikająca ze zmian strukturalnych – nie. Występuje ona wśród pracowników w krajach postsocjalistycznych, na skutek restrukturyzacji zakładów państwowych. Dawni robotnicy nie mieli innego źródła zarobku, dlatego zdecydowali się na zakładanie działalności gospodarczej.

Inną formą przedsiębiorczości wymuszonej jest samozatrudnienie. Acs (2006, s. 102) zaznacza, że wskaźnik przedsiębiorczości opartej na szansach jest kluczowym i dodatnie skorelowanym wskaźnikiem rozwoju gospodarczego. Przedsiębiorczość wymuszona maleje wraz z rozwojem gospodarczym kraju. By pobudzić przedsiębiorczość, według Acsa, konieczne jest dbanie o otoczenie dla firm i start-upów. Charakter pomocy zależy jednak od fazy gospodarczej kraju. Dla gospodarek rozwiniętych jednym z kluczowych elementów będzie komercjalizacja wiedzy i transfer technologii z uniwersytetów.

Sautet (2013), podsumowując dotychczasowe badania, stawia tezę, że przedsiębiorczość ma zdecydowanie pozytywny wpływ na wzrost ekonomiczny w krajach rozwiniętych, natomiast brakuje dowodów na to, że jest tak w krajach rozwijających się, gdzie często jest ona produktywna, ale nie likwiduje ubóstwa. Można to tłumaczyć tym, że przedsiębiorczość jest zbyt trudna dla biednych lub pozostaje poza oficjalnym systemem. Alternatywna hipoteza mówi o tym, że być może nie rozumiemy wystarczająco dobrze głównych czynników pracy, a główną barierą są narodowe instytucje (np. instytucjonalne braki, źle określone prawa własności, regulacje). Sautet (2013), aby wyjaśnić zróżnicowany wpływ przedsiębiorczości na wzrost gospodarczy, wprowadza dwie kategorie przedsiębiorczości: lokalną i systemową. Ta pierwsza nie prowadzi do korzyści skali, ogranicza się do niewielkiej liczby transakcji, nie pociąga za sobą skomplikowanego podziału pracy, nie wiąże się z gromadzeniem kapitału, opiera się głównie na osobistych i nieformalnych relacjach. Bazuje głównie na wykorzystywaniu lokalnych możliwości i uwarunkowań. Przedsiębiorczość lokalna prowadzi do stagnacji lub powolnego wzrostu (Sautet, 2013, s. 392). Natomiast przedsiębiorczość systemowa charakteryzuje się: dużą ilością transakcji rynkowych wykorzystujących duże zyski z handlu i innowacji, złożoną strukturą organizacyjną, która umożliwia ekonomię skali, głęboką akumulację kapitału, relacjami bezosobowymi i formalnymi oraz generuje rozpęd przedsiębiorczości (Sautet, 2013, s. 393). Systemowa przedsiębiorczość obejmuje wychwytywanie możliwości, które wykraczają poza bezpośrednią społeczność, w której przedsiębiorca prowadzi interesy (Sautet, 2013, s. 393). Wymaga ona budowy dużych sieci biznesowych. Obie kategorie różnią się od tych, które stosowane są w badaniach GEM. Kluczowe w koncepcji Sauteta jest przejście od przedsiębiorczości lokalnej do systemowej, choć nie zawsze jest to możliwe, a część przedsiębiorczości systemowej ma taki charakter od początku. Być może w późniejszym rozwoju tej koncepcji ważne miejsce

zajmą międzynarodowe korporacje i umiejętność ich tworzenia oraz rozwoju przez poszczególne kraje. Autor odwołuje się też do koncepcji kapitału społecznego. Zaznacza, że aby powstała przedsiębiorczość systemowa, konieczne są słabe więzi, czyli nawiązywanie kontaktów biznesowych poza własną grupą czy rodziną. Sautet (2013, s. 400) zaznacza, że choć czynniki instytucjonalne są bardzo ważne dla przedsiębiorczości, analiza powinna uwzględniać także inne elementy, a nawet ich koniunkcję. To, jego zdaniem, powoduje, że pobudzanie przedsiębiorczości jest tak trudnym zagadnieniem analitycznym.

Reasumując, przedsiębiorczość jest zagadnieniem bardzo istotnym dla gospodarki, w kontekście zarówno regionalnym, jak i krajowym. Dominującym poglądem teoretycznym jest przekonanie o jej pozytywnym wpływie na wzrost i rozwój gospodarczy (Noga, 2011). Acs (2006) wykazał jednak, że wpływ przedsiębiorczości na wzrost gospodarczy jest zależny od jej formy i stanu rozwoju gospodarki. Sautet (2013), odnosząc się do Baumola (2010), zwrócił uwagę na zależność wpływu przedsiębiorstw na gospodarkę od instytucji (w tym barier instytucjonalnych) oraz umiejętności rozwinięcia się poza lokalny charakter. Niekwestionowany pozostaje pogląd, że przedsiębiorczość jest motorem wzrostu gospodarczego w krajach rozwiniętych. Odnosząc te wnioski do Polski, należy przypuszczać, że im wyższy będzie stopień rozwoju naszego kraju, tym mocniejszy będzie pozytywny wpływ przedsiębiorczości na gospodarkę. Alternatywna hipoteza może zakładać, że dopiero po osiągnięciu odpowiedniego poziomu gospodarczego uwidacznia się wpływ przedsiębiorczości na wzrost gospodarczy. Decyzją agencji FTSE Russell Polska została zakwalifikowana jako rynek rozwinięty (decyzja weszła w życie we wrześniu 2018), co może wskazywać na coraz istotniejszą rolę przedsiębiorczości w polskiej gospodarce².

2.8. Przedsiębiorczość w ujęciu regionalnym

Przedsiębiorczość, poza poziomem globalnym i krajowym, generuje także korzyści na poziomie gmin. Dzięki firmom następuje rozwój gospodarczy regionów, co równocześnie wpływa na rozwiązanie problemów społecznych. Podatki, które generują przedsiębiorstwa, zwiększają dochód własny gmin. To z kolei umożliwia im podejmowanie nowych inwestycji wpływających na podniesienie się poziomu życia mieszkańców i zmniejszanie się problemów społecznych (np. spadek bezrobocia). Wagę przedsiębiorczości dla rozwoju lokalnego podkreśla Strużycki: „W całym procesie rozwoju regionalnego wiodącą rolę odgrywają przedsiębiorstwa niezależnie od typu własności, wielkości, specyfiki branżowej itp.”

² <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C1104889%2Cftse-russell-zakwalifikowala-polske-do-grona-rynkow-rozwinietych.html> (dostęp: 01.04.2019).

(Strużycki, 2011, s. 15). Tak przedstawiany jest proces rozwoju przedsiębiorczości w kontekście regionalnym przez bardzo wielu autorów (Capello i Nijkamp, 2009). Niestety w polskich warunkach istotną rolę zakłócającą ten scenariusz mogą odgrywać przedsiębiorczość wymuszona i samozatrudnienie. Jak wykazały badania Acsa (2006), niekoniecznie pobudzi to wzrost gospodarczy i powyższy opis nie będzie w pełni prawdziwy. Dla wielu regionów kluczowe będzie czekanie na interwencję państwa lub zaistnienie innych czynników zewnętrznych stymulujących rozwój regionalny. Przedsiębiorczość może być jedynym wyjściem dla wielu ludzi niemogących znaleźć pracy. Wraz z rozwojem gospodarczym pierwszy scenariusz może okazać się znacznie bardziej realny.

Jak podkreślają Fischer i Nijkamp (Capello i Nijkamp, 2009), region stał się podstawową jednostką analizy ekonomicznej. Jest to szczególnie widoczne w Europie za sprawą Unii Europejskiej, gdzie likwidowane są bariery między gospodarkami narodowymi. Kolejnym czynnikiem wpływającym na wzrost znaczenia regionów są aglomeracje, gdzie obserwujemy duże skupiska przedsiębiorczości. Aglomeracje wzmacniają dywergencję regionalną. Jest to często sprzeczne z tezami neoklasycznej ekonomii, według której różnice regionalne powinny się zmniejszać, choćby ze względu na różnice płac (Capello i Nijkamp, 2009) oraz przenoszenie części zakładów w tańsze lokalizacje. Tak się jednak nie dzieje i aglomeracyjność staje się ważnym aspektem badawczym. Kluczowym elementem wyjaśniającym ten proces stają się przedsiębiorcy.

Ważnym zagadnieniem związanym z przedsiębiorczością regionalną stały się determinanty zarówno rozwoju lokalnego, jak i samej przedsiębiorczości. Tamásy (2006), odwołując się do koncepcji regionalnego procesu przedsiębiorczego, przedstawia rozwój przedsiębiorczości w wybranych regionach Niemiec. Opierając się na danych *Regional Entrepreneurship Monitor* i *New Firm Survey*, autor zaznacza, że trzy główne grupy zmiennych objaśniających w badaniach na temat przedsiębiorczości odnoszą się do: założenia nowych firm, przedsiębiorcy oraz czynników zewnętrznych, jak geografia czy przemysłowy charakter otoczenia (2006, s. 367). Celem Tamásy'ego staje się połączenie tych trzech perspektyw. Autor przedstawia trzy modele regresji logistycznej odnoszące się do np. aktywności start-upowej.

W pierwszym z nich znaczny wpływ mają: „płeć, poziom szkolnictwa, doświadczenia z samozatrudnieniem lub dawne samozatrudnienie i istniejące modele do naśladowania. Prawdopodobieństwo stania się przedsiębiorcą jest niższe dla kobiet, podczas gdy pozostałe zmienne mają oczekiwany pozytywny wpływ na działania związane z uruchomieniem firmy” (Tamásy, 2006, s. 373). Następnie dodane zostają cechy osobiste i wskaźnik postaw przedsiębiorczych (szczególnie silny wpływ). Na koniec autor dodaje prawdopodobieństwa wystąpienia przedsiębiorczości w danym regionie. Wnioskiem z tej części badań jest zaskakująco duży wpływ poziomu nauczania (posiadanie wyższego wykształcenia), status

zatrudnienia, status samozatrudnienia i dostępność modeli do naśladowania, na postawy przedsiębiorcze. Autor odnosi się też do kolejnych faz procesu przedsiębiorczego i dodaje kolejne podgrupy zmiennych – branżę, w której firma działa oraz jej charakterystykę (zasoby i partnerstwo itp.). Dodana zostaje też zmienna „stopień naukowy” (wpływ na produktywność firmy). Tamásy zauważa, że wraz z kolejnymi etapami procesu przedsiębiorczego inne zmienne mają najważniejsze znaczenie. Na przetrwanie firmy wpływ ma partnerstwo, a na produktywność – działy badawczo-rozwojowe.

Tamásy dokonał bardzo cennego połączenia wielu koncepcji, a jego analiza determinant rozwojowych jest bardzo rozległa. Cel, który wyznaczył sobie autor, czyli wsparcie władz regionalnych w stymulowaniu przedsiębiorczości, może być trudny do osiągnięcia, gdyż w każdej fazie procesu przedsiębiorczego inne czynniki mają decydujące znaczenie. Możliwym zarzutem wobec tego badania pozostaje bardzo duża przedstawiona w artykule liczba modeli odnoszących się do wyjaśnienia jednego zjawiska i odrzucanie tych z najniższymi korelacjami.

W odniesieniu do przedsiębiorczości w kontekście regionalnym wykorzystywana jest teoria transferu wiedzy (*knowledge spillover*). Nawiązuje ona do teorii endogenicznego wzrostu (Acs i in., 2008), jednak rozszerza tamte rozważania o element transferu wiedzy przez przedsiębiorców. Wiedza i jej dyfuzja stają się kluczowym elementem rozwoju regionalnego. Innym ważnym elementem tej koncepcji są centra badawczo-rozwojowe oraz start-upy jako nośniki radykalnych innowacji (Acs i in., 2008).

2.9. Przedsiębiorczość w Polsce

Liczba przedsiębiorstw według raportów Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości stale rośnie. W 2008 roku działało 1,79 mln firm, w 2014 r. – 1,84 mln, zaś w 2015 r. – 1,91 mln (PARP, 2017, s. 4). Dane te przedstawiają aktywnie działających przedsiębiorców i zostały przygotowane przez GUS na zlecenie PARP. Dlatego w przeciwieństwie do bazy REGON nie zawierają firm zlikwidowanych. Wśród przedsiębiorstw nadal dominują firmy mikro – w 2016 roku było to 96% (Tarnawa i in., 2016). PARP opisuje produktywność polskich firm następująco: „Na przestrzeni ostatnich 10 lat produktywność polskich przedsiębiorstw wykazywała trend wzrostowy we wszystkich trzech podstawowych kategoriach ekonomicznych: przychodach, wartości dodanej i produkcji przypadających na jedną firmę (...) (odpowiednio 23%, 19% i 14% na firmę)” (PARP, 2017, s. 5). Równocześnie wkład małych i średnich przedsiębiorstw w PKB stale rośnie (o 2,8 punktu procentowego od 2008 do 2014) (PARP, 2017, s. 5). We wspomnianym raporcie stawiana jest teza o wzroście innowacyjności polskich firm, przez większe nakłady na badania i rozwój – „z 0,22% (procentu PKB)

w 2011 r. do 0,47% w 2015r., a w ujęciu bezwzględnym – o 3,5 mld PLN” (PARP, 2017, s. 5). Poruszana jest również kwestia wzrostu umiędzynarodowienia krajowych przedsiębiorstw między 2008 a 2015 rokiem, kiedy nastąpił wzrost z 3,3% do 4,4% (PARP, 2017, s. 6) liczby firm podejmujących działalność eksportową w zakresie wyrobów. Należy jednak się zastanowić, czy przy ciągłym wzroście PKB na terenie naszego kraju wskaźniki świadczące o innowacyjności i umiędzynarodowieniu nie są zbyt niskie. Być może w obu tych kategoriach nadal jest duża przestrzeń do rozwoju dla naszego kraju.

Natomiast w raportach GEM odnoszących się do Polski (Tarnawa i in., 2015) zaznacza się, że po raz pierwszy od momentu prowadzenia badań w 2014 więcej ankietowanych zdecydowało się na założenie firmy ze względu na szanse niż konieczność. Wskazuje to na stopniowy spadek przedsiębiorczości wymuszonej, choć nadal motyw konieczności osiąga w naszym kraju wynik 37% przy średniej unijnej na poziomie 23% (Tarnawa i in., 2015, s. 7). Według raportów GEM przedsiębiorcy w Polsce mają pozytywny wizerunek. Równocześnie w naszym kraju 16% badanych planuje założenie firm. Średnia dla UE to 12%, jednak w krajach mniej zamożnych wartość ta wynosi średnio 23% (Tarnawa i in., 2015, s. 7).

W raportach GEM uwidacznia się coraz więcej podobieństw Polski do krajów rozwiniętych. Przedsiębiorczość coraz bardziej opiera się na zauważonej przez właściciela firmy szansie, co powoduje jednak, że założeniem własnej działalności interesuje się mniej osób. Decyzja o założeniu własnej firmy jest w naszym kraju coraz bardziej świadoma. Na przestrzeni lat spada znaczenie samozatrudnienia.

Poniżej zostały zaprezentowane inne badania opisujące polską przedsiębiorczość i metody jej stymulowania. Jak wskazują badania dotyczące metod badawczych w naukach o przedsiębiorczości (Grant i Perren, 2002, za: Glinka, 2013), 90% publikacji w tej dziedzinie opiera się na paradygmacie funkcjonalistycznym. Jak zaznacza Glinka (2013), od czasu powstania tej publikacji nastąpił rozwój paradygmatu interpretatywnego i jego wkład w tę dziedzinę nauki się zwiększył. Nadal jednak dominuje podejście funkcjonalistyczne (Glinka, 2013, s. 17). Tak jest również w prezentowanych poniżej polskich badaniach, z których większość to badania ankietowe. W literaturze zagranicznej znaczny jest udział narzędzi ekonometrycznych.

Strużycki (2004) z zespołem prowadził na 300 firmach badania dotyczące małych i średnich przedsiębiorstw w województwie mazowieckim. Próba była dobrana celowo, badano 10 gmin. Jednym z wątków badania był wpływ czynników otoczenia regionalnego na małe i średnie firmy oraz wkład tego typu przedsiębiorstw w rozwój regionalny.

Narzędzia i instrumenty współpracy jednostek samorządu terytorialnego ze społecznością przedsiębiorców na poziomie lokalnym zaprezentowane są w książce Cieślika i Koładkiewicz (2014) pt. *Wspieranie rozwoju przedsiębior-*

czości w aglomeracjach miejskich. Przedstawia ona wyniki badania oceniającego poszczególne instrumenty wsparcia przedsiębiorstw, jak również aspekty współpracy z samorządem lokalnym. Zrealizowano je na próbie 135 respondentów (w jej skład wchodził przedsiębiorcy i urzędnicy). W badaniu respondenci przyznawali wartości poszczególnym kategoriom ze względu na przydatność. Główną potrzebą wymagającą poprawy sygnalizowaną podczas warsztatów był lepszy dostęp do informacji dla przedsiębiorców.

Badanie na podobny temat prowadził Matejun (2013) w województwie łódzkim. Ciekawym wątkiem poruszonym przez tego autora jest dostęp do informacji jako ważny element wsparcia małych i średnich firm. Kolejnym badaniem zbliżonym tematycznie było badanie Krajewskiego i Śliwy (2004), skutkujące ciekawą publikacją wydaną w 2004 r. pt.: *Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju*. W tamtym badaniu duży nacisk położony był na rozwiązania finansowe i analizę rozwiązań z teoretycznego punktu widzenia. Zastosowano badania ankietowe.

Badania związane z otoczeniem małych i średnich firm prowadził Wach (2008). Były to badania ankietowe, przeprowadzane w Polsce południowej (region II NUTS 2, województwa małopolskie i śląskie). Przetestował kilka hipotez dotyczących m.in. standardu życia lokalnej społeczności a kwestii rozwoju przedsiębiorczości. Ustalił, że osoby z wyższym wykształceniem postrzegały korzystniej czynniki otoczenia regionalnego związane ze standardem życia (korelacja dodatnia 0,48). Kluczowym aspektem całego badania była analiza aktualnego stanu otoczenia regionalnego małych i średnich przedsiębiorstw oraz możliwych zmian w przyszłości.

2.10. Podsumowanie

Przedsiębiorczość jest obszarem naukowym wywodzącym się z nauk ekonomicznych, a obecnie stanowiących część nauk o zarządzaniu (Cyfert i in., 2014). Skala popularności analiz skupionych na tym temacie często zależy od dominujących w danym okresie teorii. W początkowym okresie założenia ekonomii klasycznej, czyli równowaga statyczna i doskonała konkurencja, utrudniały wejście przedsiębiorczości do głównego nurtu zainteresowań naukowych. Przełomem okazały się publikacje Schumpetera, odnoszące się do twórczej destrukcji i innowacyjności. W późniejszym okresie przedsiębiorczość stała się przedmiotem badań interdyscyplinarnych (socjologia i psychologia) i była równolegle rozwijana przez wiele nurtów ekonomicznych, np. szkołę austriacką (z Kirznerem na czele) czy nowy instytucjonalizm.

Odwołując się do spostrzeżeń Kwiatkowskiego na temat Schumpetera i wpływu ówczesnego kształtu gospodarki na jego poglądy (Kwiatkowski, 2002,

s. 82), można zauważyć, że dominacja produkcji masowej ustawiła w centralnym polu analizy kapitał i pomijała wiedzę. Można spróbować przełożyć tę zależność też na inne epoki i sformułować tezę o ścisłym związku charakteru gospodarki z przedsiębiorczością, również w kontekście rozwoju gospodarczego.

Badania Acsa wskazywały, że zwłaszcza przedsiębiorczość oparta na szan-sie jest kluczowa dla wzrostu gospodarki. Motywacja założyciela firmy i czyn-niki wpływające na jego decyzję są więc niezwykle istotne dla jej późniejszego sukcesu. W krajach postsocjalistycznych przez wiele lat ważną rolę odgrywała przedsiębiorczość „wymuszona”. Zgodnie z teorią Acsa, wraz z rozwojem gospo-darczym Polski ten typ przedsiębiorczości będzie zanikał.

Dla przedsiębiorczości regionalnej szczególnie istotna jest koncepcja pro-cesu przedsiębiorczego w kontekście lokalnym (Hindle, 2010). Pozwala ona na połączenie perspektyw nauk o rozwoju regionalnym i przedsiębiorczości. Jest to możliwe dzięki wykorzystaniu koncepcji otoczenia bliskiego i tym samym powi-ązanie wymiaru krajowego z lokalnym na gruncie teoretycznym. Koncepcja deter-minant rozwojowych również doskonale łączy się z procesem przedsiębiorczym. Bardzo często jest ona rozumiana jako zasób czy zestaw zasobów. Determinanty rozwojowe można jednak rozumieć bardzo szeroko, jak np. Tamásy, z odwoła-niem się do samej osoby przedsiębiorcy. Dlatego w dalszej części książki główną kategorią analityczną będzie zasób, podobnie jak w procesie przedsiębiorczym w ujęciu Hindle’a (2010).

Rozdział 3

METODOLOGIA BADANIA

3.1. Hipotezy i pytania badawcze, uzasadnienie wybranego tematu

W dwóch poprzednich rozdziałach został przedstawiony stan wiedzy z zakresu przedsiębiorczości i rozwoju regionalnego. Na jego podstawie ustalono główny obszar analizy niniejszej książki, którym będzie wpływ zasobów na przedsiębiorczość w kontekście gmin.

Cele poznawcze:

- 1) Zidentyfikowanie i scharakteryzowanie istotnych zasobów mających wpływ na przedsiębiorczość.
- 2) Opisanie relacji między zasobami wpływającymi na powstawanie firm.
- 3) Zidentyfikowanie interesariuszy mających wpływ na proces przedsiębiorczy w kontekście regionalnym.

Cel praktyczny:

- 1) zwiększenie stanu wiedzy na temat czynników powodujących wzrost liczby firm pozwoli na lepsze dopasowanie programów stymulujących przedsiębiorczość.

Aby zrealizować cel pracy, sformułowano 9 pytań badawczych:

1. Jaki jest wpływ kapitału ludzkiego na przedsiębiorczość?
2. Czym charakteryzuje się ta zależność i jaki jest mechanizm tego wpływu?
3. Jaki jest wpływ położenia turystycznego na przedsiębiorczość?
4. Czym charakteryzuje się ta zależność i jaki jest mechanizm tego wpływu?
5. Jaki jest wpływ kapitału społecznego na przedsiębiorczość?
6. Czym charakteryzuje się ta zależność i jaki jest mechanizm tego wpływu?
7. Jaki jest wpływ położenia w aglomeracji na przedsiębiorczość?
8. Czym charakteryzuje się ta zależność i jaki jest mechanizm tego wpływu?
9. Jak można wykorzystać te zasoby w celu stymulowania przedsiębiorczości?

Na podstawie analizy literatury sformułowano 6 hipotez badawczych:

Pierwsza hipoteza (H1) zakłada, że kapitał ludzki (zoperacjonalizowany za pomocą odsetka ludzi z wyższym wykształceniem) jest dodatnio skorelowany z liczbą przedsiębiorstw na 10 tys. mieszkańców.

Druga hipoteza (H2) zakłada, że kapitał społeczny jest również dodatnio skorelowany ze zmienną wyjaśnianą.

Trzecia hipoteza (H3) zakłada dodatnią korelację pomiędzy liczbą przedsiębiorstw na 10 tys. mieszkańców a wysoką atrakcyjnością turystyczną gminy.

Czwarta hipoteza (H4) mówi o dodatniej korelacji pomiędzy liczbą przedsiębiorstw na 10 tys. mieszkańców a umiejscowieniem gminy w aglomeracji miejskiej.

Piąta hipoteza (H5) zakłada, że kreowanie przedsiębiorczości przez władze lokalne jest zjawiskiem śladowym, a rozwój przedsiębiorczości determinowany jest głównie przez zasoby danej gminy. Z tego powodu model regresji liniowej będzie miał wysoką wartość wyjaśniającą.

Ostatnia, **szósta hipoteza (H6)**, odnosi się do zarządzania strategicznego gminą. Zakłada ona, że aby strategia gminy powodowała wzrost liczby podmiotów gospodarczych, to w jej realizację musi być zaangażowany wójt/burmistrz lub prezydent gminy. Jego osobiste zaangażowanie jest kluczowe. Hipoteza odnosi się do badań jakościowych.

3.2. Uzasadnienie wybranego tematu i luka badawcza

W Polsce temat rozwoju regionalnego i przedsiębiorczości lokalnej jest silnie eksploatowany przez badaczy – zarówno pod kątem profilowania gmin (Pasieczny, 2008), biegunów wzrostu (Dębski, 2002a), jak i metropolitalności (Smętkowski i in., 2012). Główną jednostką analizy staje się województwo (Dominiak i Churski, 2012) czy powiat (Zaucha i in., 2015). Cechą wyróżniającą niniejszą książkę jest odniesienie się do gminy, jako podstawowej jednostki analizy, a zwłaszcza badanie całej populacji (z wyłączeniem braków danych). W badaniu ilościowym analizowane są wszystkie gminy w Polsce. Tak szeroki zakres badania pozwoli uchwycić nowe zjawiska oraz rozszerzyć dotychczasowy stan wiedzy. Sam zakres badania stanowi ważną lukę badawczą. Jednak część danych do modelu ekonometrycznego jest nieosiągalna na poziomie gminnym. Z drugiej zaś strony, zaletą tego rozwiązania jest analiza konkretnych gmin na tle całości populacji – także jako obserwacji nietypowych. Ma to szczególne znaczenie w przypadku gmin leżących w aglomeracjach czy gmin turystycznych. Taka jednostka analizy pozwala na dostrzeżenie nowych aspektów przedsiębiorczości regionalnej i uzupełnienie dotychczasowych analiz przeprowadzanych na powiatach. Ważne jest, że gmina jako jednostka analizy dostarcza innego typu danych

niż analizy województw czy powiatów. Jest to szczególnie istotne, gdy weźmie się pod uwagę gęstość przedsiębiorczości.

Sam proces badawczy wnosi element nowości, gdyż dobór gmin do badania jakościowego odbywa się na podstawie analiz ekonometrycznych. Ma to na celu umożliwienie lepszej analizy zależności między zmienną wyjaśnianą a zmiennymi wyjaśniającymi. W analizach ilościowych nowa jest operacjonalizacja zmiennej *atrakcyjność turystyczna* jako liczby wyszukiwań nazwy gminy w wyszukiwarce Google na jednego mieszkańca.

Ważnym aspektem tej książki jest łączenie dorobku teoretycznego nauk z zakresu rozwoju regionalnego i przedsiębiorczości. Istotne jest czerpanie inspiracji z nowej teorii wzrostu, jak również z koncepcji procesu przedsiębiorczego.

Niniejsze opracowanie pozwoli lepiej zrozumieć proces przedsiębiorczy w kontekście regionalnym. Przeprowadzając opisane badanie, zdecydowano się na odwołania do nowej teorii wzrostu z wykorzystaniem modelu procesu przedsiębiorczego w kontekście regionalnym. Kluczowe będą zwłaszcza analizy zmiennych na poziomie gminnym. Badanie przyczyni się do wypełnienia ważnej luki badawczej, przejawiającej się samym zakresem badania, operacjonalizacją części zmiennych oraz rodzajem analiz (skupienie się na obserwacjach nietypowych). Pozwoli to na opis przedsiębiorczości lokalnej, uwzględniający inne aspekty niż te poruszane przy analizach opartych na danych powiatowych czy dotychczasowych analizach odnoszących się do gmin, jako podstawowej jednostki obserwacji.

3.3. Wprowadzenie – schemat badania

Pierwszym etapem badania było stworzenie modelu ekonometrycznego, przedstawiającego regresję liniową, dotyczącą wszystkich gmin w kraju. Zmienną wyjaśnianą w tym modelu jest przedsiębiorczość.

Zmiennymi wyjaśniającymi są:

W1) kapitał ludzki,

W2) kapitał społeczny,

W3) obecność gminy w aglomeracji wojewódzkiej,

W4) atrakcyjność turystyczna,

W5) położenie gminy w określonym województwie.

Po powstaniu modelu regresji analizie poddano obserwacje nietypowe, zakłócające model oraz takie, które mają bardzo dużo danego zasobu. Następnie z ich grona wyselekcjonowano gminy do badań jakościowych, a na bazie wniosków z obydwu części badania, zaadaptowano wyniki badań do koncepcji procesu przedsiębiorczego w kontekście regionalnym (Hindle, 2010), która kładzie szcze-

gólny nacisk na zasoby oraz na polski kontekst lokalny. Na rysunku 3.1 zaprezentowany jest schemat badania:

Rysunek 3.1. Schemat badania

Źródło: opracowanie własne.

Niniejsza książka opiera się na analizie czynników endogenicznego wzrostu i poddaje je analizie ekonometrycznej. Takie działanie jest charakterystyczne zarówno dla nowej geografii ekonomicznej, jak i dla nowej teorii wzrostu. Uwzględniono również założenie o dywergencji regionalnej, czyli wzroście różnic między obszarami lokalnym. Badanie nawiązuje do nowej geografii ekonomicznej, ze względu na silną rolę aglomeracji w rozwoju regionalnym. Jednak, aby w pełni rozwinąć model w tym paradygmacie, konieczne byłoby posiadanie większej ilości danych dotyczących samych aglomeracji na poziomie gminnym. Inna powinna być również metodologia modelu. Nowa geografia ekonomiczna przyjmuje także inne centralne elementy analizy. Przyznanie kluczowej roli kapitałowi ludzkiemu jest charakterystyczne dla nowej teorii wzrostu i dla części badań ewolucyjnej geografii ekonomicznej, także ze względu na uwzględnianie kontekstu społecznego. W pracy widoczne jest odwołanie do Lucasa i jego założenia, że wykształcenie i edukacja mogą być motorem wzrostu (Domański, 2012, s. 82). Podejście do aglomeracji jako czynnika wyjaśniającego jest charakterystyczne dla teorii wzrostu endogenicznego. Również silne akcentowanie i analiza samego wzrostu są bliskie temu obszarowi teoretycznemu (Capello i Nijkamp, 2009, s. 24). Na gruncie nowej teorii wzrostu znacznie bardziej widoczny jest związek między rozwojem regionalnym a stymulowaniem przedsiębiorczości (Koreník, 2011). Mając powyższe na uwadze, trzeba stwierdzić, że ta książka znacznie bardziej nawiązuje do teorii wzrostu endogenicznego. Uwzględnienie

metodologii jakościowej w niniejszej publikacji jest zgodne z postulatami ewolucyjnej geografii ekonomicznej. Pozwala na oddanie pełniejszego obrazu rzeczywistości, a nie tylko na skupianie się na przestrzennym rozlokowaniu podmiotów gospodarczych (Dunford, 2003). Nurt ten zaleca odwołanie się do historii danego regionu, co autor uczynił w części jakościowej.

Na gruncie nauk o przedsiębiorczości książka nawiązuje do wymienionej już koncepcji procesu przedsiębiorczego w kontekście regionalnym (Hindle, 2010). Przyjęto w niej również punkt widzenia charakterystyczny dla analiz przedsiębiorczości lokalnej. Starano się przede wszystkim wyjaśnić przedsiębiorczość, nie kładziono aż tak silnego nacisku na sam rozwój regionalny. Autor wykorzystał również koncepcję determinanty przedsiębiorczości lokalnej (Tamásy, 2006; Malecki 1997). Czerpiąc z tego pola nauki, odwołano się do charakteru lokalnych społeczności, mającego wpływ na zakładanie własnej działalności gospodarczej. Ten trend jest szczególnie widoczny w części jakościowej. Koncepcje determinanty wykorzystano, by pokazać powstawanie firm i czynniki warunkujące ten etap procesu przedsiębiorczego. W niniejszej książce determinanty i zasoby są traktowane jako pojęcia zbieżne.

Podsumowując, centralnym wątkiem analiz w tym opracowaniu jest wzrost przedsiębiorczości i zasoby mające na niego wpływ. Dlatego odwołano się do teorii wzrostu endogenicznego oraz do koncepcji procesu przedsiębiorczego.

3.4. Metody badawcze

3.4.1. Regresja liniowa

Regresja liniowa jest metodą statystyczną pozwalającą w sposób ilościowy opisywać relacje między zjawiskami (zmiennymi) oraz testować hipotezy dotyczące kształtu tych relacji. Narzędziem wykorzystywanym w tym celu jest model ekonometryczny, który w sposób zbiorczy i w pewnym uproszczeniu, przedstawia te zależności. Model taki, w odniesieniu do konkretnej jednostki populacji (oznaczonej poprzez indeks i), ma postać następującą:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + \varepsilon_i \quad (\text{równanie 1})$$

gdzie:

Y – jest zmienną zależną (objaśnianą przez model),

$X_1, \dots, X_k$ – są zmiennymi niezależnymi (objaśniającymi),

β – są parametrami modelu,

ε – jest błędem losowym,

i – jest indeksem obserwacji

Powyższy model opisuje relacje między zjawiskami w populacji. W tym modelu zmienne niezależne X wyjaśniają wartość zmiennej zależnej Y ¹. Natomiast czynnik ε , będący błędem losowym, odpowiada za tę część wartości zmiennej zależnej, której nie da się wyjaśnić za pomocą zmiennych objaśniających. To właśnie obecność błędu losowego ε w równaniu regresji decyduje o tym, że relacja między zmienną zależną Y a zmiennymi niezależnymi X nie ma charakteru deterministycznego, lecz stochastyczny. Oznacza to, że zmienne niezależne nie pozwalają bezbłędnie przewidywać wartości zmiennej zależnej dla poszczególnych jednostek. Dzieje się tak przede wszystkim ze względu na istnienie niemierzalnych zmiennych wyjaśniających, wpływających na dane zjawisko, które nie mogą być bezpośrednio ujęte w modelu regresji.

O wpływie zmiennych niezależnych na zmienną zależną informują parametry β . To właśnie wartości tych parametrów opisują w sposób liczbowy relację między badanymi zjawiskami. Prawdziwe (a więc występujące w populacji) wartości parametrów β są nieznane, zaś ich możliwie dokładne przybliżenie stanowi przedmiot dociekań badaczy i naukowców. Oszacowanie wartości tych parametrów (w języku statystycznym określane jako estymacja) może być dokonane na podstawie danych zebranych w próbie. Regresja liniowa jest jedną z metod, za pomocą której można przeprowadzić tak rozumianą estymację parametrów modelu. W jej wyniku uzyskuje się wartości „ b ” nazywane estymatorami (populacyjnych parametrów β). Stanowią one przybliżenie prawdziwych wartości parametrów.

Model opisany w równaniu 1 sformułowany został dla hipotetycznej jednostki badania. Niemożliwe jest jednak przeprowadzenie estymacji parametrów populacyjnych dla każdej jednostki badania osobno. Estymacja parametrów wykorzystuje informacje dostarczane przez wszystkie jednostki badania. Proces estymacji parametrów modelu z jedną zmienną niezależną można przedstawić jako poszukiwanie linii prostej najlepiej dopasowanej do obserwacji zawartych w próbie. Ilustruje to rysunek 3.2.

¹ Sama regresja jako metoda statystyczna nie pozwala wnioskować o występowaniu przyczynowej relacji między zmiennymi, ani o kierunku przyczynowości. O istnieniu tego typu związku oraz o jego kierunku decydują przesłanki teoretyczne. Te przesłanki decydują również o tym, która z badanych zmiennych powinna zostać uznana za zmienną zależną, a która za zmienną niezależną.

Rysunek 3.2. Proces estymacji parametrów modelu z jedną zmienną niezależną

Źródło: Gujarati (2009, s. 35).

W powyższym przykładzie wydatki konsumpcyjne gospodarstw domowych przewidywane są przez ich dochód. Punkty przedstawione na wykresie ilustrują kombinacje dochodu i wydatków poszczególnych elementów próby, zaś wyznaczona linia regresji opisuje zagregowaną relację między tymi zmiennymi. Określa ona warunkową wartość oczekiwaną zmiennej zależnej, $E(Y|X_i)$, jako liniową funkcję zmiennej niezależnej X . Można ją zapisać w sposób następujący:

$$E(\text{Wydatki} \mid \text{Dochód}_i) = b_0 + b_1 * \text{Dochód}_i \quad (\text{równanie 2})$$

bądź w sposób bardziej formalny²:

$$E(Y \mid X_i) = b_0 + b_1 X_i \quad (\text{równanie 3})$$

Wyznaczona linia regresji stanowi najlepsze przybliżenie obserwowanych relacji między dochodem a wydatkami, mimo że poszczególne obserwacje są od niej oddalone *in plus* bądź *in minus* o pewien dystans. Innymi słowy, wartości zmiennej zależnej Y obserwowane dla poszczególnych jednostek nie stanowią funkcji liniowej zmiennych niezależnych X , gdyż zależą one również od błędu przewidywania e . Tym samym można powiedzieć, że wartości zmiennych zależnych obserwowane dla poszczególnych jednostek, składają się z dwóch komponentów:

$$Y_i = E(Y \mid X_i) + e_i \quad (\text{równanie 4})$$

² Zastosowana notacja nie jest przypadkowa – „b” jest estymatorem parametru populacyjnego β uzyskanym na podstawie próby.

Są one równe warunkowej wartości oczekiwanej zmiennej Y pomniejszonej bądź powiększonej o błąd przewidywania e_i . Skoro zaś warunkowa wartość oczekiwana zmiennej zależnej jest liniową funkcją zmiennych X , równanie 4 możemy zapisać w następującej postaci:

$$Y_i = b_0 + b_1X_{1i} + e_i \quad (\text{równanie 5})$$

Empirycznym problemem w stosowaniu regresji liniowej jest wybór optymalnej metody estymacji wartości parametrów β . Metodą najczęściej stosowaną w tym celu jest Metoda Najmniejszych Kwadratów (MNK). Daje ona nieobciążone i efektywne estymatory pod warunkiem, że spełnione są założenia Klasycznego Modelu Regresji Liniowej. Omawiam je poniżej za Gujarati (2009, s. 62):

1. Forma funkcyjna modelu ma charakter liniowy w odniesieniu do parametrów β , które muszą występować w pierwszej potęgze. Ograniczenie liniowości nie dotyczy zaś samych zmiennych niezależnych, które mogą pojawiać się w dowolnej potęgze. Równanie regresji może więc mieć postać następującą:

$$E(Y | X) = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2^2 \quad (\text{równanie 6})$$

2. Zmienne zależne X mają stałą wartość w populacji (są nielosowe), zaś w przypadku, gdy są one zmiennymi losowymi (a więc nie mają stałych wartości w populacji), są nieskorelowane z błędem losowym ε_i :

$$\text{Cov}(X_i, \varepsilon_i) = 0 \quad \text{dla } i = 1, \dots, N \quad (\text{równanie 7})$$

Powyższe założenie powyższe dopuszcza dwie możliwe formy, w jakich występują zmienne niezależne. Zmienne niezależne X są nielosowe w sytuacji, gdy badanie ma charakter eksperymentalny. Wówczas wartości zmiennych X można uznać za stałe. Z kolei zmienne niezależne można uznać za zmienne losowe w badaniach sondażowych, w których zarówno zmienne X , jak i zmienne Y mają określone rozkłady prawdopodobieństwa (Gujarati, 2009, s. 62).

3. Warunkowa wartość oczekiwana błędu losowego jest równa 0:

$$E(\varepsilon_i | X_i) = 0 \quad \text{dla } i = 1, \dots, N \quad (\text{równanie 8})$$

Założenie 3 ma ważną implikację. Poszczególne błędy losowe, odchylające się *in plus* bądź *in minus* od warunkowej wartości oczekiwanej zmiennej zależnej, powinny znosić się wzajemnie. Innymi słowy, nie powinny istnieć żadne czynniki istotnie wpływające na wartość zmiennej zależnej Y , które nie byłyby uwzględnione w równaniu regresji. Istnienie takich zmiennych nieuwjętych w równaniu regresji oznaczałoby, że błędy losowe w sposób systematyczny odchyłałyby się

w jedną stronę, zaś średnia ich wartość nie byłaby równa 0. Spełnienie powyższego założenia oznacza, że szacowany model regresji ma prawidłową specyfikację i uwzględnia wszystkie zmienne w sposób istotny, związane ze zmienną zależną Y . Jako że błędy losowe są wartościami teoretycznymi określonymi dla populacji, niemożliwe jest bezpośrednie zweryfikowanie tego założenia. Jego weryfikacja opiera się na badaniu rozkładów błędów przewidywania e_i , co zostanie szerzej omówione w kolejnym punkcie.

4. Homoskedastyczność błędu losowego. Założenie to oznacza stałą wariancję błędu losowego w podgrupach wyróżnionych ze względu na kombinacje zmiennych niezależnych X .

$$\text{Var}(\varepsilon_i) = \sigma^2 \quad \text{dla } i = 1, \dots, N \quad (\text{równanie 9})$$

Wyrażenie powyższe oznacza, że wariancja błędu losowego – $\text{Var}(\varepsilon_i)$ – dla każdej kombinacji zmiennych zależnych X jest stała. Jest to uwidocznione w tym, że wielkość „ σ^2 ” nie zawiera subskryptu „ i ” i tym samym nie zmienia się wraz z wartościami zmiennych niezależnych X . Błąd losowy, który ma stałą wariancję, jest homoskedastyczny. Założenie to oznacza, że precyzja przewidywania zmiennej zależnej na podstawie określonego modelu regresji jest stała dla wszystkich podgrup zmiennych zależnych. Również to założenie weryfikowane jest na podstawie badania rozkładu błędów przewidywania e_i . Błędy przewidywania, których warunkowe wartości oczekiwane są równe 0, mające stałą wariancję, przedstawia rysunek 3.3.

Rysunek 3.3. Błędy przewidywania, których warunkowe wartości oczekiwane są równe 0, mające stałą wariancję

5. Kowariancja między dwoma różnymi błędami losowymi wynosi 0.

$$\text{Cov}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0 \quad \text{dla } i \neq j \quad (\text{równanie 10})$$

Założenie to określa się mianem założenia o braku autokorelacji błędu losowego. Oznacza ono, że błędy losowe dla jakichkolwiek dwóch obserwacji nie są ze sobą skorelowane, a więc obserwacje są od siebie niezależne. W przypadku badań, w których schemat doboru próby miał charakter losowy, założenie to jest automatycznie spełnione.

Spełnienie powyżej określonych założeń Klasycznego Modelu Regresji Liniowej jest warunkiem określenia statystycznych właściwości otrzymanych estymatorów. Przy prawdziwości przedstawionych powyżej założeń można udowodnić, że uzyskane przy zastosowaniu Metody Najmniejszych Kwadratów estymatory parametrów równania regresji są nieobciążone i efektywne (Mycielski, 2010, s. 80–86). Estymator nieobciążony to estymator, którego wartość oczekiwana równa jest wartości szacowanego parametru w populacji. Oznacza to, że przy wielokrotnym przeprowadzeniu regresji na różnych próbach otrzymane estymatory, choć różne co do wartości od prawdziwej wartości parametru, nie będą różnić się od niego w sposób systematyczny. Warto wskazać, że estymator MNK pozostaje nieobciążony nawet w sytuacji, gdy niespełnione pozostają dwa założenia Klasycznego Modelu Regresji Liniowej: założenie o homoskedastyczności składnika losowego oraz braku autokorelacji błędu losowego (Mycielski, 2010, s. 80).

Estymatory MNK parametrów populacyjnych uzyskiwane są na podstawie próby i przy zastosowaniu metod statystycznych. Jak każdego rodzaju oszacowania, są one do pewnego stopnia nieprecyzyjne. Oznacza to, że przy wielokrotnym przeprowadzeniu pomiaru (np. przez wielokrotne wylosowanie próby) estymacja parametrów przy zastosowaniu Metody Najmniejszych Kwadratów dałaby „nieco” inne rezultaty. Tym samym otrzymalibyśmy nie jedną wartość estymatora, ale cały ich wektor. Możliwe jest jednak oszacowanie precyzji uzyskanych estymatorów. Miernikiem tak rozumianej precyzji estymatora jest jego wariancja. Estymator, który ma mniejszą wariancję, a więc którego wartości są bardziej skoncentrowane wokół jego średniej, można uznać za bardziej precyzyjny niż estymator o dużej wariancji, którego poszczególne wartości są szeroko rozproszone wokół średniej. W teorii statystycznej estymator, który ma minimalną wariancję, określa się mianem estymatora efektywnego. Gauss i Markov dowiedli, że estymator uzyskany Metodą Najmniejszych Kwadratów, przy spełnieniu wszystkich założeń Klasycznego Modelu Regresji Liniowej, będzie miał możliwie najmniejszą wariancję (Greene, 2012, s. 100).

Możliwość oszacowania (estymacji) wielkości wariancji estymatora b ma kluczowe znaczenie dla wnioskowania statystycznego³. Estymator ten ma następującą postać:

$$\text{Var}(b) = s^2 * (X'X)^{-1}$$

gdzie:

s^2 – jest estymatorem błędu losowego

zaś $(X'X)^{-1}$ – jest odwrotnością kwadratu macierzy zmiennych niezależnych X .

Dzięki temu możliwe jest określenie precyzji otrzymanych w wyniku regresji wyników. Udowodniono, że estymator b , uzyskany przy zastosowaniu Metody Najmniejszych Kwadratów, ma rozkład normalny (Greene, 2012, s. 100–110). Jego wartość podzielona przez estymator jego wariancji ma zaś rozkład statystyki t o liczbie stopni swobody równej $N - k$, gdzie N jest liczebnością próby, zaś k jest liczbą zmiennych niezależnych w modelu. Znajomość rozkładu statystyki t pozwala więc testować istotność statystyczną postawionych hipotez.

3.4.2. Metodologia jakościowa

Warto odnieść się do definicji badań jakościowych nie jako przeciwieństwa badań ilościowych, ale jako ich rozwinięcia lub uzupełnienia. Dlatego istotne są same cechy charakterystyczne dla takich analiz: „Badania jakościowe używają więcej tekstu zamiast liczb jako materiału empirycznego, wychodzą od koncepcji społecznego tworzenia badanych rzeczywistości, skupiają się na punktach widzenia uczestników badań, ich codziennych praktykach, oraz wiedzy dotyczącej przedmiotu badań. W związku z tym również stosowane metody powinny mieć wystarczająco otwarty charakter, by umożliwić zrozumienie procesu lub relacji” (Flick, 2012, s. 22). Podsumowując: w badaniach jakościowych wyjątkowo ważna jest eksploracja otaczającego nas świata i próba jego wytłumaczenia, często bez stawiania hipotez (Jemielniak, 2012, s. X).

W tej książce wykorzystano dwie metody: wywiady swobodne oraz analizę przypadków. Pierwsza metoda była nastawiona na eksplorację najbardziej przedsiębiorczych gmin w kraju. Gudkova charakteryzuje ją tak: „W przypadku wywiadu nieustrukturyzowanego (swobodnego) w celu zgromadzenia materiału empirycznego stosuje się pytania otwarte, na które rozmówca może odpowiadać w swobodny sposób i w dowolnej formie. Są to pytania najczęściej zaczynające

³ Regresja liniowa dostarcza narzędzi do oszacowania (estymacji) nie tylko samych wielkości parametrów modelu, lecz również ich wariancji, w wyniku czego otrzymujemy dwa rodzaje estymatorów: estymatory parametrów oraz estymatory ich wariancji.

się od »jak?« i »dlaczego?« (Jemieliński, 2012, s. 113). Według Fontana i Freya wywiady ustrukturalizowane dają szersze spojrzenie niż inne typy wywiadów (za: Denzin i Lincoln, 2009, s. 95). Autorzy zwracają również uwagę na etnograficzne pochodzenie tej metodologii. W badaniu przeprowadzonym na potrzeby tego opracowania zastosowany był kwestionariusz (pytań otwartych) dostosowany do specyfiki każdej gminy, jej profilu oraz typu respondenta. Pojawiały się również pytania spoza listy, co jest zjawiskiem charakterystycznym dla wywiadów swobodnych. Celem wywiadów było zebranie najważniejszych doświadczeń respondentów oraz dobrych praktyk, jakie udało im się wypracować, by wspierać przedsiębiorczość.

Definiowanie metody studiów przypadku i jej odróżnienie od innych metod jakościowych nastęrcza naukowcom wielu trudności (Jemieliński, 2012, s. 3). Babbie proponuje następującą definicję studium przypadku na gruncie nauk społecznych: „pogłębiona analiza pojedynczego przykładu pewnego ogólniejszego zjawiska społecznego (na przykład wsi, rodziny, gangu młodzieżowego)” (Babbie, 2009, s. 552). Strumińska-Kutra i Koładkiewicz argumentują natomiast, że różnice w podejściu do metody wynikają z odmiennych celów i podejść badawczych (Jemieliński, 2012, s. 3). W etnografii większy nacisk kładziony jest na kontekst kulturowy, natomiast w teorii ugruntowanej widoczna jest tendencja do tworzenia teorii opisującej otaczającą nas rzeczywistość (Jemieliński, 2012, s. 3–4). Według autorek: „(...) w metodzie studiów przypadku celem jest przede wszystkim całościowy opis i zrozumienie przypadku wraz z otaczającym go kontekstem” (Jemieliński, 2012, s. 4). Czakon zaś zwraca uwagę na trzy cele studiów przypadku w naukach o zarządzaniu (Czakon, 2013, s. 94). Pierwszy cel – teoriiotwórczy, umożliwia rozwój i uzupełnienie istniejących koncepcji. Jest to według Czakona cel najpopularniejszy wśród badań z zakresu nauk o zarządzaniu. Drugi cel to testowanie teorii. Trzeci jest nastawiony na praktykę (*executive research*) i służy pokazaniu ścieżek decyzji (Czakon, 2013, s. 95). Babbie zwraca uwagę na metodę rozszerzonych studiów przypadków Michaela Burawoya. W tym ujęciu następuje modyfikacja istniejących teorii społecznych na skutek analizy i odkrycia ich słabych punktów (Babbie, 2009, s. 334). Ta metoda, w przeciwieństwie do teorii ugruntowanej, zakłada wcześniejszą analizę literatury i budowanie wstępnych koncepcji badawczych przed wyjściem w teren.

W tej książce studia przypadków zostały użyte w celu teoriiotwórczym i uzupełnienia wcześniejszych badań. Opisują one pewne typy gmin ze względu na posiadane przez nie zasoby, dlatego będą analizowane zbiorczo, jako gminy np. turystyczne czy aglomeracyjne.

3.5. Operacjonalizacja zmiennych wyjaśniających i zmiennej wyjaśnianej z uzasadnieniem

Z uwagi na przyjęte cele i zakres analizy za podstawowy sposób operacjonalizacji przedsiębiorczości uznano prowadzenie i zakładanie własnej firmy. To pojęcie, na podstawie literatury, zostało dokładniej zdefiniowane w rozdziale drugim.

Przyjęto definicję zasobu osadzoną w kontekście teorii przedsiębiorczości: „Zasoby, zgodnie z aktualnym stanem wiedzy, mogą być rozumiane jako wszystko, co przyczynia się do realizacji celów przedsiębiorstwa, niezależnie od formy występowania, źródeł pochodzenia, stosunków własności. Zasoby mogą być materialne lub niematerialne, mogą być kupowane na rynku zasobów lub tworzone przez przedsiębiorstwo, mogą być własnością przedsiębiorstwa w rozumieniu praw własności lub nie” (Godziszewski i in., 2011, s. 188).

W pierwszym etapie badania został stworzony model regresji liniowej (za pomocą metody najmniejszych kwadratów), uwzględniający najważniejsze zasoby, które pobudzają rozwój przedsiębiorczości. Zmienną wyjaśnianą w niniejszej książce jest przedsiębiorczość zoperacjonalizowana przez liczbę przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10 tysięcy mieszkańców (dane z roku 2014). Rejestr ten ma wiele wad, ale jest jedynym dostępnym źródłem takich danych, co potwierdza Gardawski: „REGON jest jedynym źródłem, na podstawie którego można dokonywać doboru prób do badań, natomiast nie informuje o liczebności przedsiębiorstw aktywnych” (Gardawski, 2013, s. 70). Baza jest wykorzystywana również w badaniach PARP (2012) oraz w Barometrze Przedsiębiorczości SFoP stworzonym przez Akademię Leona Koźmińskiego i Miasto Stołeczne Warszawa (Cieślik i Kołodkiewicz, 2014), a także w badaniach Nogalskiego (2004). Główna wada REGON, czyli fakt niewyrejestrowywania firm, dotyczy całego kraju, więc porównanie liczby przedsiębiorstw, choćby i zawyżonej, będzie możliwe. Podsumowanie operacjonalizacji przedstawia rysunek 3.4.

Właściwe zrozumienie przedsiębiorczości wymaga uwzględnienia społecznych uwarunkowań tego zjawiska (Gedajlovic i in., 2013, s. 455). Mimo że są one coraz częściej postrzegane przez badaczy i teoretyków jako istotne i coraz częściej stanowią one przedmiot badań empirycznych, brakuje spójnej teorii, która porządkowałaby prowadzone w tym obszarze prace badawcze (Gedajlovic i in., 2013, s. 455).

Rysunek 3.4. Podsumowanie operacjonalizacji

Źródło: opracowanie własne.

Wykorzystanie koncepcji kapitału społecznego do badań nad przedsiębiorczością jest utrudnione przez zamieszanie teoretyczne wokół samego pojęcia kapitału społecznego. Nie ma bowiem jednego uniwersalnego sposobu rozumienia tego pojęcia. W ujęciu Roberta Putnama (1995a) kapitał społeczny rozumiany jest jako zaufanie, normy oraz sieci społeczne (a więc wzajemne powiązania między jednostkami), które ułatwiają grupom społecznym podejmowanie skoordynowanych działań i osiąganie wyznaczonych celów. Z kolei w ujęciu Pierre’a Bourdie (1986) kapitał społeczny to „suma obecnych oraz potencjalnych zasobów zawartych w sieciach społecznych, dostępnych poprzez te sieci i czerpanych z tychże sieci przez jednostki” (tłumaczenie własne za: Gedajlovic i in., 2013, s. 456). Obydwa te sposoby rozumienia kapitału społecznego stosu-

wane są zamiennie w badaniach nad rozwojem przedsiębiorczości (Gedajlovic i in., 2013; Welter i Smallbone, 2006), co z jednej strony pozwala lepiej eksploatować wpływ kapitału społecznego na powstawanie i rozwój przedsiębiorstw, z drugiej jednak utrudnia osiągnięcie koncepcyjnego konsensusu. Dodatkową trudnością jest fakt, że w praktyce badawczej kapitał społeczny utożsamiany jest z jednym z jego komponentów, a więc z zaufaniem (Welter i Smallbone, 2006, s. 465). Przez zaufanie można rozumieć postrzegane prawdopodobieństwo, że inni postąpią w oczekiwany sposób (Gambetta, 1988). Problem utożsamiania kapitału społecznego z zaufaniem dotyczy zarówno poziomu teoretycznego – gdy zaufanie traktuje się jako pojęcie równoznaczne wobec kapitału społecznego, jak i poziomu empirycznego, gdy kapitał społeczny operacjonalizuje się poprzez zaufanie. Prawdopodobnie operacjonalizowanie kapitału społecznego poprzez zaufanie wynika z dwóch okoliczności: po pierwsze, z trudności z pomiarem kapitału społecznego, rozumianego jako zbioru zasobów zawartych w sieciach społecznych, po drugie, z kluczowej roli, jaką zaufanie odgrywa w tworzeniu kapitału społecznego, zarówno w rozumieniu Putnama, jak i Bourdieu (Gedajlovic i in., 2013, s. 456; Welter i Smallbone, 2006).

Z punktu widzenia badań nad przedsiębiorczością utożsamianie bądź operacjonalizowanie kapitału społecznego poprzez zaufanie jest okolicznością sprzyjającą. Jeżeli bowiem uznać, że kapitał społeczny jest czynnikiem sprzyjającym rozwojowi przedsiębiorczości, to z dużym prawdopodobieństwem mechanizmem przyczynowym, który stoi u podstaw takiego związku jest właśnie zaufanie. Można wskazać kilka sposobów, jak zaufanie wpływa na rozwój przedsiębiorczości. Sposoby te związane są z trzema różnymi rodzajami zaufania, jakie wyróżnia się w literaturze naukowej: zaufanie uogólnione, zaufanie specyficzne oraz zaufanie instytucjonalne (Welter i Smallbone, 2006). Zaufanie uogólnione to zaufanie do „uogólnionego” innego, a więc osób nieznanych, z którymi jednostki nie miały uprzednich kontaktów (Putnam, 1995a). Z kolei zaufanie spersonalizowane skierowane jest ku konkretnym osobom i bazuje na uprzedniej ich znajomości. Na podstawie własnych doświadczeń związanych z konkretnymi jednostkami powstają oczekiwania względem tych osób oraz rodzi się zaufanie co do ich możliwych przyszłych zachowań (Welter i Smallbone, 2006, s. 466). Z kolei zaufanie względem instytucji to zaufanie względem porządku instytucjonalnego danego społeczeństwa, a więc chociażby norm, mechanizmów sankcjonowania oraz zawierania transakcji. W literaturze argumentuje się, że zarówno zaufanie uogólnione, zaufanie spersonalizowane, jak i zaufanie instytucjonalne są silnie związane z rozwojem przedsiębiorczości, chociaż u podłoża obserwowanych związków leżą inne mechanizmy przyczynowe.

Zaufanie spersonalizowane odgrywa kluczową rolę w pierwszych stadiach rozwoju przedsiębiorstw. Na tym etapie zasoby będące w posiadaniu jednostek mają często charakter nieformalny: tkwią one w prywatnych sieciach, składają-

cych się głównie z rodziny i przyjaciół. Dlatego też zaufanie spersonalizowane, które jest spoiwem sieci społecznych, jest cechą, którą nowi przedsiębiorcy muszą charakteryzować się w stopniu ponadprzeciętnym (Welter i Smallbone, 2006, s. 467). Zaufanie spersonalizowane odgrywa również ważną rolę w kontekstach, gdzie formalne instytucje państwa są słabe a zaufanie względem nich jest niskie. W takich warunkach przedsiębiorcy muszą polegać na własnych sieciach i zasobach w nich zawartych. Sieci społeczne, oparte na osobistych znajomościach bądź więzach krwi, stanowią podstawowy zasób, z którego korzystają przedsiębiorcy w warunkach instytucjonalnej słabości państwa (Welter i Smallbone, 2006, s. 467; Rose-Ackerman, 2001). Zaufanie spersonalizowane, przy braku sprawnie działających instytucji formalnych, nie stanowi jednak optymalnego czynnika sprzyjającego rozwojowi przedsiębiorczości. Silne zaufanie spersonalizowane często bowiem idzie w parze z brakiem zaufania względem osób spoza najbliższego kręgu, stając się podstawą do budowy kapitału społecznego spajającego własną wąską grupę, a nie pomostowego, łączącego jednostkę z osobami spoza grupy (Putnam, 1995b). Z kolei na etapie intensywnego rozwoju przedsiębiorstw oraz w warunkach stabilnych pod względem instytucjonalnym, gdzie reguły działalności są przejrzyste, a ich egzekwowanie jest bezstronne, zaufanie spersonalizowane odgrywa mniejszą rolę, większą zaś odgrywają zaufanie uogólnione oraz zaufanie instytucjonalne (Welter i Smallbone, 2006, s. 467). Zaufanie uogólnione jest fundamentem kapitału społecznego w rozumieniu Putnama (1995a): ułatwia ono nawiązywanie kontaktów z ludźmi, uczy kooperacji i wspólnego rozwiązywania problemów. W tym sensie można mówić o pozytywnym związku uogólnionego zaufania z rozwojem przedsiębiorczości. Z kolei zaufanie instytucjonalne odgrywa ważną rolę w rozwoju przedsiębiorczości ze względu na fakt, że pozwala ono obniżyć niepewność, ryzyko i koszty transakcyjne działalności, np. ułatwiając wchodzenie w transakcje z podmiotami nieznanymi bądź anonimowymi (Welter i Smallbone, 2006, s. 466).

O ile wszystkie wspomniane rodzaje zaufania na poziomie teoretycznym są związane z rozwojem przedsiębiorczości, o tyle badanie ich na poziomie empirycznym może wiązać się z ograniczeniami natury praktycznej. Badanie wpływu zaufania spersonalizowanego oraz kapitału społecznego w rozumieniu Bourdieu na rozwój przedsiębiorczości wymaga prowadzenia analiz na poziomie jednostkowym. Dane takie, szczególnie dotyczące indywidualnych zasobów zawartych w sieciach społecznych, rzadko są dostępne.

Z kolei przyjęcie definicji kapitału społecznego w rozumieniu Putnama, z odpowiadającym mu zaufaniem instytucjonalnym i uogólnionym, umożliwia wykorzystanie danych na poziomie zarówno indywidualnym, jak i zagregowanym. Analizy empiryczne prowadzone w niniejszej książce dotyczą rozwoju przedsiębiorczości w polskich gminach. Dane możliwe do wykorzystania w celu pomiaru kapitału społecznego na tym poziomie zagregowania dotyczą liczby sto-

warzynień działających w danej gminie w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców (podobny sposób operacjonalizacji kapitału społecznego wybrał sam Putnam). Dane pochodzą z banku danych lokalnych z 2014 roku. Warto podkreślić, że tego rodzaju dane mierzą nie tyle zasoby będące w posiadaniu jednostek, a więc formę kapitału społecznego wpływającą na powstawanie nowych przedsiębiorstw i mającą szczególne znaczenie w warunkach słabości instytucjonalnej państwa, ile „jakość” kontekstu społecznego, jako czynnika warunkującego rozwój przedsiębiorstw w kontekście stabilnych instytucji państwa.

Relacje między regionem a miastem stały się bardzo wczesnym i istotnym tematem analiz rozwoju regionalnego, poczynając od Christallera, Perrouxa czy wreszcie Krugmana. W tym ujęciu dominujące perspektywy zakładają polaryzację rozwoju (Smętkowski i in., 2012) i często wykorzystują podejście sieciowe (np. Castells). Na wzrastającą rolę miast w rozwoju regionalnym wskazuje Gorzelak: „W konsekwencji w ostatnim okresie obserwuje się wyraźną metropolizację rozwoju, tj. koncentrowanie się segmentu »wysokiego« w największych miastach, których cechy jakościowe pozwalają im na zajęcie ważnego miejsca w światowej sieci metropolitalnej (Friedman, 1986; Taylor, 2004; por. także Gorzelak, 2008). Największe miasta oraz obszary w ich bezpośredniej bliskości notują najwyższe tempa wzrostu, powiększając już i tak znaczną przewagę nad innymi regionami w swoich krajach” (Gorzelak, 2009, s. 10). W dalszej części analizy główną kategorią będzie aglomeracyjność, a nie metropolitarność, którą w następujący sposób definiuje Jałowiecki: „To ostatnia faza urbanizacji, polegająca na przekształceniu się przestrzeni miejskich i zmianie relacji między miastem centralnym i jego bezpośrednim zapleczem oraz nieciągłym sposobie użytkowania przestrzeni zurbanizowanych. Objawia się osłabieniem lub zerwaniem związków gospodarczych miasta z jego regionalnym zapleczem i zastąpienia ich kontaktami z innymi metropoliami w skali kontynentalnej lub światowej” (Jałowiecki, 1999, s. 29). Jest więc to ujęcie zgodne z tym, które prezentował Friedman, wskazując na powstanie miast światowych, które ekonomicznie będą bardziej powiązane z gospodarką globalną niż krajową. Skutkuje to zmianą relacji między miastem a regionem, który przestaje być kluczowym dostawcą zasobów, takich jak żywność czy surowce (Gorzelak i Smętkowski, 2005). Metropolia zaczyna konkurować z innymi miastami o kapitał ludzki czy zasoby cenne dla międzynarodowych korporacji. Część budzącej niechęć społeczną infrastruktury zostaje przeniesiona poza miasta (jak np. wysypiska śmieci czy sortownie odpadów), co wskazuje na negatywne aspekty procesu metropolizacji dla regionu. Zagadnienie aglomeracyjności zostało szerzej omówione w rozdziale drugim. W tym badaniu zastosowano zmienną zero-jedynkową, oznaczającą przynależność do aglomeracji wojewódzkiej. Przy wyborze gmin wykorzystano: badanie Swianiewicza i Klimskiej (2005); strategie wojewódzkie dla wybranych regionów lub inne dokumenty formalnie powołujące lub opisujące aglomerację (np. dokumenty

marszałkowskie dla opolskiego, dolnośląskiego, kujawsko-pomorskiego, podlaskiego); dla konurbacji górnośląskiej wykorzystano spis Urzędu Statystycznego w Katowicach; dla województwa podkarpackiego – spis Stowarzyszenia Samorządów Terytorialnych „Aglomeracja Rzeszowska”; dla województwa lubuskiego zarówno spis porozumienia o współpracy, jak i stronę samej aglomeracji zielonogórskiej. W każdym województwie gminy bezpośrednio przyległe do miasta wojewódzkiego były taktowane jako obecne w aglomeracji. Metropolitarność i aglomeracyjność, ze względu na typ danych na poziomie ilościowym, zostały uznane za tożsame. W późniejszych badaniach planowane jest wyodrębnienie metropolii w modelu.

Teza mówiąca o tym, że kapitał ludzki – rozumiany przede wszystkim jako wykształcenie formalne – jest ważnym czynnikiem warunkującym powstawanie i rozwój nowych przedsiębiorstw, jest stale obecna w literaturze poświęconej rozwojowi przedsiębiorczości. Stawia się w niej hipotezę, że osoby z wyższym wykształceniem będą bardziej skłonne do zakładania własnych przedsiębiorstw niż osoby słabiej wykształcone. Będą to czynić w sposób skuteczny, a prowadzona przez nich działalność gospodarcza będzie przynosić wymierne korzyści (Kim i in., 2006; Davidsson i Honig, 2003; Acs i in., 2009). Na rzecz pierwszego z tych twierdzeń przemawia klasyczny już argument Schultza (1959 wyd. polskie 2014), który twierdzi, że wykształcenie daje jednostkom wiedzę niezbędną do tego, aby dostrzegać w otaczającym je świecie nadarzające się możliwości założenia działalności gospodarczej (Sluis i in., 2008; Davidsson i Honig, 2003). Ponadto argumentuje się, że wykształcenie dostarcza jednostkom niezbędne umiejętności kognitywne, które ułatwiają zdobywanie nowej wiedzy oraz dostosowywanie się do nowych sytuacji. Uznaje się również, że wykształcenie zwiększa produktywność jednostek, a także wzmacnia umiejętności zarządzania, a wszystko to łącznie zwiększa szanse podjęcia własnej działalności gospodarczej (Davidsson i Honig, 2003). Argumenty na rzecz przeciwnej tezy wskazują, że wyższe wykształcenie często idzie w parze z pracą za wyższą płacę, co z kolei zniechęca do rozpoczynania własnej działalności gospodarczej (Van der Sluis i in., 2008, s. 228). Badanie, które przeprowadzili Kim i in. (2006), wskazuje, że spośród trzech form kapitału – finansowego, kulturowego oraz ludzkiego – jedynie kapitał ludzki jest czynnikiem silnie oddziałującym na szanse udanego rozpoczęcia działalności gospodarczej. Wyższe wykształcenie oraz doświadczenie w zarządzaniu dają osobom tworzącym swoje przedsiębiorstwa znaczną przewagę konkurencyjną nad pozostałymi jednostkami. Z kolei wyniki metaanalizy przeprowadzonej przez Van der Sluis i in. (2008), bazującej na wynikach 80 badań zajmujących się związkiem wykształcenia z działalnością przedsiębiorczą, sugerują, że lepiej wykształceni pracownicy są bardziej skłonni do podejmowania pracy najemnej. Równocześnie wspomniani autorzy wskazują, że wykształcenie podnosi dochody uzyskiwane z działalności gospodarczej, ale efekt ten jest podobny lub mniejszy

od wpływu wykształcenia na dochody uzyskiwane z pracy najemnej (Van der Sluis i in., 2008).

Niezwykle istotny dla przeprowadzonego badania jest fakt, że kapitał ludzki uznawano w literaturze przedmiotu za jeden z głównych czynników warunkujących rozwój gospodarczy krajów, regionów, a także jednostek samorządowych niższego szczebla (Mankiw i in., 1992). Pionierskie w tym względzie badanie przeprowadzone przez Mankiwa i in. (1992) pokazuje, że istnieje silna zależność na poziomie makro pomiędzy Produktem Krajowym Brutto w przeliczeniu na jednego mieszkańca poszczególnych państw a odsetkiem ludności z wyższym wykształceniem. Wynik taki potwierdzony został w wielu badaniach przeprowadzonych na całym świecie (Herbst, 2012). Również w badaniach przeprowadzonych w Polsce zaobserwowano silną korelację między rozwojem gospodarczym gmin a poziomem wykształcenia ludności (Herbst, 2007). Stwarza to możliwość alternatywnej hipotezy, że rozwój przedsiębiorczości jest stymulowany przez wzrost gospodarczy, który związany jest z kapitałem ludzkim. Powyższe wyjaśnienie kładzie również nacisk na fakt, że rozwój przedsiębiorczości jest możliwy nie tyle dzięki samej obecności kapitału ludzkiego, ile też dzięki jego koncentracji na określonym terenie. W polskich warunkach znacznie bardziej prawdopodobna jest hipoteza wskazująca na silny związek pomiędzy wyższym wykształceniem a przedsiębiorczością. W próbie losowej, w badaniu pod kierownictwem Gardawskiego (2013, s. 110), przedsiębiorcy z wyższym wykształceniem stanowią około 50% całości (47,6% bez osób z niepełnym wyższym); czyli prawie połowa przedsiębiorców w próbie, która powinna oddawać cechy populacji ma ukończone studia.

W niniejszej książce kapitał ludzki poszczególnych gmin mierzony jest jako odsetek osób z wyższym wykształceniem zamieszkujących w danej gminie. Dane pochodzą z banku danych lokalnych (spis powszechny 2002 rok – kwestia została szerzej omówiona w rozdziale 4).

Atrakcyjność turystyczna jest silnie związana z marką danego regionu, tym jak turyści (klienci) postrzegają i pozycjonują dane miejscowości. Tak markę gminy definiuje Pasieczny: „korzystne na tle innych postrzeganie danej gminy przez określonych odbiorców” (2006, s. 75). Pojęcie ma zastosowanie w marketingu terytorialnym. Girarda definiuje to pojęcie w następujący sposób: „jest to zespół technik i działań marketingowych zastosowanych przez społeczności lokalne i organizacje w trakcie procesu planowania projektu rozwoju. Mogą to być projekty, np. o charakterze ekonomicznym, turystycznym, urbanistycznym, społecznym, kulturowym, jak i tożsamościowym” (Girarga w: Kuźniar, 2013 s. 55). Jednym z obszarów działań tej koncepcji staje się więc turystyka, gdzie aktywnym graczem stają się lokalni liderzy. W innych definicjach tego pojęcia (Kuźniar, 2013) większy nacisk kładziony jest na aktywną i stymulującą rolę władz lokalnych. Kuźniar, aby ocenić atrakcyjność turystyczną, zastosowała

badania ankietowe. Wielu teoretyków wskazywało na zasoby, zwłaszcza naturalne, jako przyczynę sukcesu turystyki. Zwracano też uwagę na endogeniczny charakter kluczowych zasobów. Obecnie coraz częściej widoczna jest turystyka wielkich miast, która ma znacznie mniejszą sezonowość (Kozak, 2008, s. 51–52). Odnosząc się do terminologii nauk o zarządzaniu, można stwierdzić, że coraz bardziej liczy się wizerunek danego miejsca oraz trendy społeczne czy demograficzne. Skutkuje to zjawiskiem przyciągania klientów przez miasta, przez atrakcje niezwiązane z przyrodą – tak jak Las Vegas, które gromadzi miłośników hazardu, czy polskie ośrodki miejskie, stające się, przykładowo, popularnym miejscem wieczorów kawalerskich czy panieńskich. Tendencja ta zwiększa zarządzanie pozyskiwaniem klientów przez dostosowanie miejsca do oczekiwań strony popytowej.

W nowym paradygmacie turystycznym (Kozak, 2010, s. 45) kluczowymi cechami motywującymi klienta są coraz częściej edukacja, ekscytacja, rozrywka. Turysta staje się bardziej wykształcony i otwarty na podróże, a coraz większą rolę w zapewnieniu rozwoju turystyki odrywają przedsiębiorstwa oraz stowarzyszenia, zaś dominującą formą promocji i pozyskiwania klienta staje się internet. W polskich badaniach poświęconych atrakcyjności turystycznej dominują badania ankietowe i analizy studiów przypadku. W tej książce zdecydowano się na operacjonalizację zmiennej *atrakcyjność turystyczna* jako liczby wyszukikań nazwy gminy w Google w przeliczeniu na jednego mieszkańca miesięcznie. Dane dotyczące wyszukikań przepisano z panelu słów kluczowych. Następnie zostały one podzielone przez liczbę mieszkańców (dane z banku danych lokalnych). W przypadku, gdy dwie gminy miały taką samą nazwę, wynik dzielono na pół. Wyjątkiem jest sytuacja, w której jest miasto, a wokół niego gmina wiejska o tej samej nazwie (np. Bełchatów, gmina Bełchatów). W takim wypadku wynik wyszukiwania nazwy przypisywany był miastu, natomiast drugi wynik uzyskiwano przez hasło: „Gmina X (gdzie x oznacza nazwę gminy)”. W przypadku, gdy gmina miała nazwę wywodzącą się z innego języka, co powodowało zwiększoną liczbę wyszukikań z zagranicy, włączano opcje „dane tylko z Polski”. Jeśli nazwa gminy była tożsama z innym słowem (np. Hanna, Ropa, Złota) i to słowo ukazywało się jako pierwsze w Google, zapytanie zmieniano na „Gmina X (gdzie x oznacza nazwę gminy)”. Dokonano kilku korekt pojedynczych przypadków (jak w przypadku gminy Barlinek, gdy odjęto wyszukiwania firmy o tej samej nazwie). Ogólnie dokonano około 138 zmian wyszukikań. Dodatkową trudnością był import danych z panelu słów kluczowych. Nie udało się tego dokonać przez skrypt i dlatego liczba wyszukikań musiała zostać przepisana przez badacza. W czasie trwania badania Google przestało podawać dokładną liczbę wyszukikań i zmieniło formę prezentacji danych na przedziały. Zdarzenie to miało miejsce po przepisaniu już wyników dla kluczowych gmin z największą gęstością przedsiębiorczości, więc dotyczyło tylko gmin z niskim poziomem zmiennej wyjaśnianej.

Uzasadniając wybór takiej operacjonalizacji, należy zwrócić uwagę na prezentowane zmiany w paradygmacie turystyki (Kozak, 2010), gdzie kluczową rolę odgrywają internet i zdobywanie w nim klientów. Turyści poszukują coraz więcej informacji o miejscu swojego wypoczynku i na bazie informacji, jakie znajdują, dokonują swoich wyborów. Internet staje się głównym polem walki o potencjalnych klientów. Dane największej wyszukiwarki świata mogą posłużyć jako operacjonalizacja atrakcyjności turystycznej. Podczas wywiadów jakościowych respondenci potwierdzili olbrzymią rolę internetu w zdobywaniu klientów.

Rozdział 4

BADANIE ILOŚCIOWE – REGRESJA

4.1. Zmienna zależna i zmienne niezależne

Estymowany model można zapisać dla i -tej jednostki obserwacji (gminy) w następujący sposób:

$$\text{Przedsiębiorstwa}_i = \beta_1 + \beta_2 * \text{Kapitał ludzki}_i + \beta_3 * \text{Kapitał społeczny}_i + \beta_4 * \text{Turystyka}_i + \beta_5 * \text{Aglomeracja}_i + \beta * \text{Województwo}_i + \varepsilon_i$$

Zmienna zależna, określona jako „przedsiębiorstwa”, jest liczbą przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie w bazie REGON w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców. Predyktorami wykorzystywanymi do oszacowania wartości zmiennej zależnej są: kapitał ludzki, operacjonalizowany jako procent osób w gminie z wyższym wykształceniem; kapitał społeczny, zdefiniowany jako liczba stowarzyszeń zarejestrowanych w gminie w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców; marka turystyczna gminy (określana dalej w skrócie jako „turystyka”), mierzona przez liczbę wyszukiwań nazwy gminy w przeglądarce Google w przeliczeniu na jednego mieszkańca gminy, oraz obecność, lub nie, w aglomeracji wojewódzkiej (otaczającej stolicę województwa).

Pozostałe elementy przedstawionego modelu mają następującą interpretację: β_1 – jest wyrazem wolnym modelu. Wyraz ten jest równy wartości przewidywanej zmiennej zależnej w sytuacji, gdy wszystkie zmienne niezależne równe są zero,

$\beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ – są parametrami odpowiadających im zmiennych (odpowiednio: kapitału ludzkiego, kapitału społecznego, turystyki i aglomeracji), które stanowią mierniki wpływu tych zmiennych na zmienną zależną,

$\beta * \text{Województwo}$ – stanowi wektor parametrów oszacowanych dla wektora zmiennych zero-jedynkowych identyfikujących województwo, do którego należy gmina

ε – jest błędem losowym

i – jest indeksem jednostki obserwacji (gminy)

Rozkład zmiennej zależnej przedstawiony został na rysunku 4.1 poniżej, zaś w tabeli 4.1 zostały zamieszczone jego parametry.

Rysunek 4.1. Liczba przedsiębiorstw w gminie – rozkład zmiennej

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4.1. Liczba przedsiębiorstw w gminie – parametry rozkładu zmiennej

variable	mean	sd	skewness	p50	min	max	N
Przedsiębiorstwa	778.27	343.66	5.089	708.48	283.15	7691.5	2478

Tabela 4.1 wskazuje, że średnia liczba przedsiębiorstw (w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców) w polskich gminach wynosi 778. Na rysunku 4.1 widać, że rozkład zmiennej zależnej jest silnie prawoskośny: większość obserwacji (gmin) plasuje się w początkowej części rozkładu. Dla 2458 gmin, a więc dla 99% obserwacji, liczba zarejestrowanych przedsiębiorstw w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców nie przekracza 2 tysięcy. Równocześnie niewielka liczba obserwacji jest znacznie oddalona od wartości centralnej rozkładu. Wartości skrajne w tym zakresie zaobserwować można dla gmin przedstawionych w tabeli 4.2.

Tabela 4.2. Liczba przedsiębiorstw w gminie – obserwacje nietypowe

Gmina	Podmioty wpisane do REGON na 10 tys. mieszkańców
Karpacz	7691,53
Krynica Morska	3588,01
Rewal	3525,74
Łeba	3480,19
Jastarnia	2956,54
Mielno	2855,18
Ustronie Morskie	2718,42
Lesznówola	2703,45
Międzyzdroje	2699,38
Władysławowo	2406,19
Dziwnów	2318,05
Sopot	2305,47
Podkowa Leśna	2252,28
M.st. Warszawa	2210,49
Łomianki	2165,87
Suchy Las	2155,59
Zakopane	2087,39
Michałowice	2057,55
Tarnowo Podgórne	2045,86
Puszczykowo	2000,61

Głównymi nietypowymi obserwacjami są gminy będące silną marką jako ośrodki turystyki górskiej (Karpacz, Zakopane) oraz nadmorskiej (Mielno, Krynica Morska, Rewal, Łeba, Jastarnia, Międzyzdroje, Władysławowo). Kolejną grupą są gminy wchodzące w skład aglomeracji – zwłaszcza warszawskiej i poznańskiej. Sopot i Podkowa Leśna to gminy zarówno wchodzące w skład aglomeracji, jak i cechujące się najwyższym w Polsce odsetkiem osób z wyższym wykształceniem. Ciekawym przypadkiem jest wysoki wynik Podkowy Leśnej. Miejscowość ta wyróżnia się bardzo wysokim poziomem przedsiębiorczości pomimo braku terenów pod inwestycje. Analiza jakościowa przeprowadzona w Podkowie Leśnej, pokazała, że kluczową umiejętnością tej gminy jest ciągnięcie „wartościowych” mieszkańców. Okazuje się, że tak wysoki odsetek przedsiębiorczości w tej gminie może wyjaśniać fakt, że mieszkają tam prezesi wielu firm, którzy identyfikują się z tą miejscowością i dlatego tam właśnie płacą

podatki. Przykład Podkowy Leśnej wskazuje, że ważnym aspektem analizy staje się odpowiedź na dwa pytania:

1. Co decyduje o wyborze gminy do zamieszkania przez najcenniejszych osadników w kontekście płacenia podatków?
2. Jak połączyć ten kierunek rozwoju gminy z pozyskiwaniem inwestorów zagranicznych (przypadki Lesznawoli czy Tarnowa Podgórnego)?

Na rysunkach 4.2, 4.3 i 4.4 przedstawione zostały rozkłady trzech zmiennych niezależnych, tj. kapitału ludzkiego, kapitału społecznego oraz turystyki. Z kolei w tabeli 4.3 przedstawione zostały parametry rozkładów wymienionych zmiennych.

Rysunek 4.2. Kapitał ludzki – rozkład zmiennej

Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 4.3. Kapitał społeczny – rozkład zmiennej

Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 4.4. Turystyka – rozkład zmiennej

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4.3. Kapitał ludzki, kapitał społeczny, turystyka – parametry rozkładów

variable	średnia	odchyl. standard.	skośność	mediana	min	max	N
Kapitał ludzki	5.244	3.145	2.3643	4.106	1.613	33.531	2478
kapitał społeczny	29.856	10.398	1.2565	28.525	6.995	105.22	2478
turystyka	.71549	1.5549	14.885	.40327	.00744	45.318	2478

Tabela 4.4. Liczba wyszukiwań gminy na 1 mieszkańca – obserwacje nietypowe

Gmina	Turystyka
Krynica Morska	45,32
Hel	30,61
Karpacz	18,39
Łeba	15,77
Ustronie Morskie	13,39
Rewal	13,00
Solec-Zdrój	9,84
Łagów	9,84
Mielno	9,74
Białowieża	9,73
Solina	9,39
Szklarska Poręba	8,86
Kazimierz Dolny	8,77
Jastarnia	8,56
Świeradów-Zdrój	7,68
Bałtów	7,59
Międzyzdroje	7,52
Zakopane	7,29
Pabianice	7,27167
Zwierzyniec	7,125552

Jak widać na zaprezentowanych rysunkach (4.2, 4.3, 4.4), kapitał ludzki, kapitał społeczny oraz turystyka mają rozkłady prawoskośne – z wydłużonym prawym ramieniem oraz większością obserwacji plasującą się w pobliżu wartości minimalnej (i zarazem centralnej) rozkładu. Świadczą o tym również pozytywne wartości współczynników skośności przedstawione w tabeli 4.3. Najwięk-

szą skośnością charakteryzuje się rozkład zmiennej *turystyka*, który jest silnie prawoskośny – współczynnik skośności wynosi 14,9 a odchylenie standardowe tej zmiennej ponad dwukrotnie przekracza wartość oczekiwaną rozkładu. Na wykresie tej zmiennej widać wiele pojedynczych obserwacji, dla których wartości tej zmiennej znacznie odbiegają od wartości średniej oraz mediany rozkładu. W tabeli 4.4 przedstawiono 20 najbardziej nietypowych gmin pod względem częstości wyszukiwań.

Liczba zapytań w przeglądarce Google na osobę przedstawia wizerunek gminy jako ośrodka turystycznego. W wywiadach przedsiębiorcy zajmujący się wynajmem pokoi dla turystów podkreślali, że głównym źródłem klientów są portale typu Booking.com, nocowanie.pl itp. W Mielnie lokalna organizacja turystyczna starała się wspierać osoby starsze utrzymujące się z turystyki w zdobywaniu klientów przez internet, gdyż bez tej pomocy groziłoby im bankructwo (szerzej kwestia opisana jest w części jakościowej). Najwyższy wynik pod względem liczby wyszukiwań w przeglądarce Google w przeliczeniu na osobę ma Krynica Morska, na co bardzo duży wpływ ma stosunkowo mała liczba mieszkańców tej gminy. Hel, choć jest znany turystom, czyli ma wysoki wynik dla zmiennej *atrakcyjność turystyczna*, i choć charakteryzuje się dość wysokim poziomem przedsiębiorczości na tle kraju (1761 przedsiębiorstw na 10000 mieszkańców), w porównaniu do innych gmin nadmorskich nie wyróżnia się znacząco pod względem liczby podmiotów gospodarczych. Kwestią podkreślaną w wywiadach pogłębionych były przetargi dotyczące sprzedaży terenów w tej gminie organizowane przez agencję wojskową. Nowe tereny inwestycyjne mogą skutkować zwiększeniem rozwoju przedsiębiorczości i znacznie lepszym wykorzystaniem zainteresowania turystów. Karpacz jest jedyną gminą nienadmorską, mającą wynik ponad 10 wyszukiwań na mieszkańca. Równocześnie jest to wyszukiwanie mniej zróżnicowane miesięcznie i ze znacznie mniejszymi wartościami maksymalnymi. Podczas gdy w gminach nadmorskich uwidacznia się sezonowość. Należy dodać, że w czasie badania w firma Google przestała ujawniać część informacji, co uniemożliwia podanie dokładnych wartości maksimum i minimum, wnioski są oparte na wcześniejszych analizach badacza. Na 20 obserwacji z największą w przeliczeniu na mieszkańca liczbą zapytań w Google 8 to gminy nadmorskie, 5 gmin jest związanych z turystyką górską, a reszta ze specyficznymi lokalnymi walorami lub atrakcjami (w tym uzdrowiskami). W Bałtowie znajduje się Park Jurajski, na terenie którego znajduje się Stacja Narciarska Szwajcaria Bałtowska. Zwierzyniec znajduje się tuż przy Roztoczańskim Parku Narodowym oraz ma wiele zabytków, jak kościół „na wyspie”, a do tego leży w niewielkim oddaleniu od popularnego Zamościa. Łagów jest położony między dwoma jeziorami: Łagowskim i Trześniowskim oraz ma inne atrakcje, takie jak Zamek Joannitów. Mimo że jest wsią, w badaniu i klasyfikacji przyznano mu wyższy wynik niż miastu Łagów, ze względu na jakościową analizę wyszukiwań tego hasła. Miasto Łagów było anali-

zowane jako „Łagów świętokrzyskie”. W Pabianicach znajduje się m.in. Park im. Juliusza Słowackiego czy Dom Tkacza. Dodatkowo na liczbę zapytań może mieć wpływ bliskość miasta Łódź i inwestycje deweloperskie poczynione na terenie Pabianic. Przy stosunkowo niewielkiej liczbie mieszkańców (6876 w 2017 roku) mogło to mieć wpływ na wynik. Gminy w tym zestawieniu mają bardzo wysokie wartości gęstości przedsiębiorczości. Od pozostałej osiemnastki odstają dwaj przedstawiciele Polski wschodniej ze znacznie niższymi wynikami: Solec-Zdrój ma 579 przedsiębiorstw na 10 000 mieszkańców, a Bałtów 580. Możemy postawić zatem hipotezę, że mimo sporej rozpoznawalności i licznych zapytań w Google, gminy ze wschodu naszego kraju czerpią ze swojej marki znacznie mniejsze korzyści niż pozostałe (zwłaszcza te z Dolnego Śląska). Solina – lider Bieszczad – ma wynik 1320, natomiast Szklarska Poręba, która jest drugim ośrodkiem Karkonoszy – 1873 przedsiębiorstw na 10 000 mieszkańców. Białowieża ma 964 przedsiębiorstwa, natomiast Kazimierz Dolny – 1036. Przyczyn niższych wyników można doszukiwać się w ogólnie niższej zamożności tej części Polski, jak również gorszym skomunikowaniu drogami szybkiego ruchu z dużymi ośrodkami miejskimi. Analiza statystyczna zwraca jednak uwagę na interakcję między kapitałem ludzkim a turystyką (omówione poniżej). Bałtów i Solec-Zdrój, mimo wysokiej rozpoznawalności, nie mają dużych wyników gęstości przedsiębiorczości. Możliwe, że jest to skutkiem bardzo małego odsetka osób z wyższym wykształceniem w obu gminach, który wynosi tylko 3,6%. Można zatem postawić hipotezę do dalszych badań, że przedsiębiorczość w gminach turystycznych może się rozwinąć dopiero po osiągnięciu pewnego poziomu kapitału ludzkiego. Dla osiągnięcia sukcesu turystycznego konieczny jest potencjał ludzki, który pozwoli na dostrzeżenie szans i podjęcie ryzyka związanego z własną działalnością gospodarczą. Kluczową umiejętnością w gminach turystycznych staje się zarządzanie własną marką w internecie (zarówno po stronie gminy, jak i samych przedsiębiorców) i zdobywanie w nim klientów. Trzeba nie tylko umieć wzbudzić w kliencie zainteresowanie, ale też nawiązać z nim kontakt i dostosować ofertę do jego potrzeb. A ze względu na nowy sposób zdobywania klientów takie gminy potrzebują wykształconych ludzi z doświadczeniem marketingowym. Zadaniem samorządów skupiających się na turystyce stanie się więc umiejętne wspieranie osadnictwa, tak by pozyskać lub zatrzymać ludzi z dużym kapitałem ludzkim. Podczas badań jakościowych w gminach nadmorskich poruszany był problem „wypłukiwania” talentów i młodych ludzi do większych miast. Jest to więc trend dokładnie odwrotny od zalecanego.

Podsumowując, zmienna *turystyka* niesie ze sobą bardzo wiele obserwacji nietypowych o bardzo wysokich wartościach. W badaniach jakościowych szczególny nacisk zostanie położony na gminy nadmorskie, które osiągają bardzo wysokie wartości zarówno zmiennej wyjaśnianej, jak i turystyki. Oddzielnej analizy wymaga Karpacz, który jest gminą o największej gęstości przedsiębiorczości w Polsce.

W przypadku dwóch kolejnych zmiennych niezależnych – *kapitał ludzki* oraz *kapitał społeczny* – ich rozkłady również można uznać za prawoskośne, lecz w tym wypadku liczba obserwacji nietypowych, leżących w prawej skrajnej części rozkładu jest znacznie mniejsza niż w przypadku zmiennej turystyka. W tabelach 4.5 oraz 4.6 zaprezentowane zostały najbardziej nietypowe obserwacje dla zmiennych *kapitał ludzki* oraz *kapitał społeczny*.

Tabela 4.5. Procent osób z wyższym wykształceniem w gminie – obserwacje nietypowe

Gmina	% osób z wyższym wykształceniem
Podkowa Leśna	33,53
Sopot	25,40
M.st. Warszawa	25,33
Michałowice	23,18
Dobra Szczecińska	21,95
Piaseczno	21,62
Rzeszów	21,56
Lublin	21,29
Kraków	21,01
Suchy Las	20,86
Opole	20,79
Wrocław	20,28
Kielce	20,26
Puszczykowo	19,97
Poznań	19,93
Olsztyn	19,79
Łomianki	19,55
Lesznowola	18,98
Józefów	17,89
Gdynia	17,89

Gminy w których pojawia się największy odsetek osób z wyższym wykształceniem, to duże miasta, jak Warszawa, Poznań, Wrocław, Gdynia, Kraków. Często ośrodki te mają akademicki charakter, a absolwenci uczelni szukają szans na lokalnym rynku pracy. Dużą grupę stanowią też przedstawiciele aglomeracji warszawskiej (Michałowice, Piaseczno czy Łomianki), w mniejszym stopniu poznańskiej czy szczecińskiej (Dobra Szczecińska). W zestawieniu dwudziestu obserwacji o największym odsetku osób z wyższym wykształceniem nie ma żadnej gminy, która byłaby poza aglomeracją miasta wojewódzkiego.

Tabela 4.6. Liczba stowarzyszeń w gminie w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców – obserwacje nietypowe

Gmina	Stowarzyszenia na 10 tys. mieszkańców
Białowieża	105,22
Cisna	104,29
Sopot	96,14
Lutowiska	90,82
Krynica Morska	82,40
Mielno	78,71
Podkowa Leśna	78,02
Nowe Warpno	71,94
Karpacz	71,12
M.st. Warszawa	71,00
Pęcław	69,11
Suraż	68,86
Krempna	67,22
Sosnówka	67,14
Czarna	66,31
Szklarska Poręba	65,90
Sokolniki	65,68
Biały Bór	65,52
Płużnica	65,28
Uście Gorlickie	65,15

Nietypowe gminy, mające dużą liczbę stowarzyszeń w stosunku do liczby mieszkańców, to często gminy turystyczne, jak Białowieża czy Mielno. W tych miejscowościach stowarzyszenia, poza odwoływaniem się do tradycji „małej ojczyzny”, zajmują się też pełnieniem obowiązków zleconych przez gminę, zwłaszcza organizacją ruchu turystycznego. Co ciekawe, w tej zmiennej dominują gminy powiązane z turystyką górską, nie nadmorską. Drugą widoczną grupę stanowią gminy o dużym kapitale ludzkim, jak Sopot czy Warszawa.

Kwestią empiryczną pozostaje pytanie, czy obserwacje nietypowe powyżej przedstawionych zmiennych, charakteryzujące się wartościami skrajnie odbiegającymi od wartości centralnych rozkładu, będą w sposób nieproporcjonalny wpływały na uzyskane w modelu oszacowania. Zostanie to szczegółowo zbadane po przeprowadzeniu pierwszej estymacji modelu.

W modelu uwzględniona zostanie również seria zmiennych zero-jedynkowych identyfikujących województwo, do którego przynależy dana gmina. Kate-

gorią referencyjną (nieuwzględnioną bezpośrednio w modelu) jest województwo zachodniopomorskie, charakteryzujące się najwyższym poziomem przedsiębiorczości. Uwzględnienie tych zmiennych jako zmiennych kontrolnych wynika z istnienia znaczących różnic między poszczególnymi województwami w „bazowym” poziomie przedsiębiorczości. Różnice te zaobserwować można w tabeli 4.7.

Tabela 4.7. Parametry warunkowych rozkładów zmiennej zależnej dla poszczególnych województw

województwo	średnia standard.	odchylenie	mediana	N
dolnośląskie	974.32	583.72	884.55	169
kujawsko-pomorskie	729.42	215.22	682.04	144
łódzkie	702.36	222.96	644.42	177
lubelskie	584.44	194.45	526.32	213
lubuskie	878.03	252.07	816.78	83
małopolskie	791.04	263.11	733.95	182
mazowieckie	772.17	371.97	643.65	314
opolskie	812.26	218.08	793.75	71
podkarpackie	632.09	225	567.56	159
podlaskie	591.87	203.78	524.05	118
pomorskie	957.19	497.08	819.38	123
śląskie	867.06	228.55	836.99	167
świętokrzyskie	649.16	201.01	600.47	102
warmińsko-mazurskie	686.53	217.86	638.26	116
wielkopolskie	874	288.57	804.19	226
zachodniopomorskie	1024.8	482.85	908.05	114
Total	778.27	343.66	708.48	2478

W tabeli 4.7 widać znaczne zróżnicowanie w poziomie zmiennej zależnej między poszczególnymi województwami. Województwem, w którym obserwujemy największą liczbę przedsiębiorstw w przeliczeniu na jednego mieszkańca, jest zachodniopomorskie z wynikiem 1025, za nim zaś plasuje się województwo pomorskie ze średnią 957. Najniższe wartości zmiennej zależnej obserwujemy w województwach lubelskim (584) oraz podlaskim (592). Można przypuszczać, że wysokie wartości liczby przedsiębiorstw w województwach zachodniopomorskim oraz pomorskim wynikają z walorów turystycznych tych terenów.

Z kolei w tabeli 4.8 przedstawiono warunkowe parametry rozkładów zmiennej wyjaśnianej, w zależności od tego, czy gmina przynależy do aglomeracji, czy nie.

Tabela 4.8. Parametry warunkowych rozkładów zmiennej zależnej a aglomeracja

variable	średnia	odchyl. standard.	skośność	mediana	min	max	N
Aglomeracja	1051.4	373.81	1.6687	979.26	428.25	3588	402
Nie aglomer.	725.39	311.02	7.2847	672.29	283.15	7691.5	2076

Jak wskazują dane zawarte w tabeli 4.8, gminy przynależące do aglomeracji charakteryzują się dużo wyższym poziomem przedsiębiorczości niż gminy niebędące częścią aglomeracji. W przypadku tej pierwszej grupy gmin średnia liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie wynosi 1051, zaś w drugiej grupie gmin średnia ta wynosi 725.

Relacje między ciągłymi zmiennymi niezależnymi a zmienną zależną zostały zilustrowane na rysunkach 4.5, 4.6 oraz 4.7.

Rysunek 4.5. Liczba przedsiębiorstw w gminie a kapitał ludzki

Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 4.6. Liczba przedsiębiorstw w gminie a kapitał społeczny

Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 4.7. Liczba przedsiębiorstw w gminie a turystyka

Źródło: opracowanie własne.

Wśród przedstawionych relacji dwuzmiennowych widać wyraźnie liniową relację między kapitałem ludzkim a przedsiębiorczością (rysunek 4.5). Relacje między pozostałymi zmiennymi – kapitałem społecznym oraz turystyką a przedsiębiorczością – wydają się mniej wyraźne (rysunki 4.6 oraz 4.7). W przypadku wszystkich trzech wykresów rysują się obserwacje nietypowe – daleko odstające od pozostałych jednostek obserwacji.

4.2. Oszacowania parametrów i diagnostyka modelu

Wszystkie omówione zmienne zostaną włączone do modelu regresji jako zmienne wyjaśniające liczbę przedsiębiorstw w gminie w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców. Model oszacowany zostanie w pakiecie statystycznym STATA przy zastosowaniu regresji liniowej. Tabela 4.9 przedstawia uzyskane wartości estymatorów (Model 1).

Tabela 4.9. Oszacowania parametrów modelu (Model 1)
– współczynniki niestandardyzowane

Source	SS	df	MS	Number of obs	
Model	203425643	19	10706612.8	F(19, 2458)	= 295.32
				Prob > F	= 0.0000
Residual	89114179.7	2458	36254.7517	R-squared	= 0.6954
Total	292539823	2477	118102.472	Adj R-squared	= 0.6930
				Root MSE	= 190.41

przedsiębiorstwa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
kapital_ludzki	60.76634	1.356864	44.78	0.000	58.10562 63.42705
kapital_spoleczny	1.90776	.3968183	4.81	0.000	1.129628 2.685893
aglomeracja	123.0925	11.66524	10.55	0.000	100.2178 145.9672
turystyka	72.9059	2.586622	28.19	0.000	67.83372 77.97809
dolnoslaskie	-32.45455	23.09293	-1.41	0.160	-77.73816 12.82906
kujawskopomorskie	-179.7172	24.00438	-7.49	0.000	-226.7881 -132.6463
lodzkie	-220.0017	22.92078	-9.60	0.000	-264.9478 -175.0557
lubelskie	-347.6489	22.14329	-15.70	0.000	-391.0703 -304.2275
lubuskie	-152.052	28.04037	-5.42	0.000	-207.0371 -97.06677
malopolskie	-183.87	22.85609	-8.04	0.000	-228.6892 -139.0508
mazowieckie	-200.9897	20.96051	-9.59	0.000	-242.0918 -159.8876
opolskie	-166.3133	28.85687	-5.76	0.000	-222.8996 -109.727
podkarpackie	-343.8296	23.39661	-14.70	0.000	-389.7087 -297.9505
podlaskie	-333.734	25.05469	-13.32	0.000	-382.8645 -284.6035
pomorskie	-108.6898	24.83347	-4.38	0.000	-157.3865 -59.9931
slaskie	-150.5254	23.45983	-6.42	0.000	-196.5285 -104.5223
swietokrzyskie	-314.3219	25.98339	-12.10	0.000	-365.2735 -263.3703
warminkomazurskie	-270.352	25.14278	-10.75	0.000	-319.6552 -221.0488
wielkopolskie	-72.33382	21.92543	-3.30	0.001	-115.3281 -29.3396
_cons	523.2758	22.39697	23.36	0.000	479.3569 567.1947

Zanim przejdziemy do interpretacji wyników uzyskanych w oszacowanym modelu, konieczne jest przeprowadzenie jego diagnostyki, aby upewnić się, czy uzyskane estymatory mogą być traktowane jako wiarygodne oszacowania parametrów populacyjnych. W tym celu w pierwszym kroku przeprowadzona zostanie inspekcja wartości przewidywanych zmiennej zależnej. Rysunek 4.8 pokazuje, że wartości te są zawsze dodatnie, co wskazuje, że model liniowy jest odpowiedni do przewidywania liczby przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie.

Rysunek 4.8. Rozkład wartości przewidywanych zmiennej zależnej

Źródło: opracowanie własne.

W kolejnym kroku przeprowadzona zostanie inspekcja wartości nietypowych poszczególnych zmiennych i ich możliwego (nieproporcjonalnego) wpływu na uzyskane oszacowania regresji.

Za obserwację nietypową można uznać obserwację, której cechy mierzone dla zmiennych niezależnych są nietypowe na tle pozostałych obserwacji. Obserwacje nietypowe mogą mieć znaczący wpływ na oszacowania parametrów modelu w niektórych sytuacjach, zmieniając ich wartości zasadniczo (Mycielski, 2010, s. 145). Dzieje się tak w sytuacji, gdy nietypowa obserwacja nie tylko ma nietypową wartość zmiennej niezależnej, lecz dodatkowo nie pasuje do związku między zmienną zależną a zmiennymi niezależnymi, jaki można zaobserwować dla pozostałych jednostek analizy. W takiej sytuacji włączenie nietypowej obserwacji do modelu regresji znacząco zmienia oszacowania modelu. Istnieje kilka metod statystycznych, które mogą być wykorzystane do inspekcji obserwacji nietypowych. Należy do nich tzw. dźwignia (*leverage*), reszty standaryzowane oraz odległości Cooka. Dźwignia pozwala stwierdzić, czy obserwacja jest nietypowa na tle

pozostałych jednostek analizy pod względem wartości zmiennych niezależnych. Z kolei reszty standaryzowane informują, na ile obserwacje są dopasowane do modelu. Sytuacją najbardziej niepokojącą jest występowanie wysokich reszt standaryzowanych dla obserwacji nietypowych, a więc obserwacji o wysokich wartościach dźwigni (Mycielski, 2010, s. 148). Ostatnia statystyka, odległość Cooka, mierzy wpływ pojedynczej obserwacji na wynik regresji.

Dla oszacowanego modelu obliczono wartości dźwigni oraz reszt standaryzowanych. Wartości te przedstawione zostały dla wszystkich jednostek obserwacji na rysunku 4.9. W literaturze naukowej przyjmuje się, że obserwacje, dla których wartości dźwigni przekraczają $(2 \cdot K)/N$ (gdzie K = liczba zmiennych w modelu, a N = liczba obserwacji w próbie), można uznać za nietypowe (Mycielski, 2010, s. 148). W przypadku reszt standaryzowanych uznaje się, że jeśli przekraczają one wartość 2, to mogą one mieć znaczący wpływ na oszacowania parametrów modelu (Mycielski, 2010, s. 148). Przyjmując tak zdefiniowane wartości krytyczne, oznaczone na rysunku 4.9 czerwonymi liniami, można stwierdzić, że dla oszacowanego modelu mamy do czynienia z 20 obserwacjami, dla których zarówno wartość dźwigni, jak i wartość reszt standaryzowanych są wyższe niż założone poziomy krytyczne. W przypadku większości z tych gmin obserwowane różnice nie są jednak znaczące. Jedynie trzy gminy – Karpacz, Hel i Krynica Morska – odstają znacząco od reszty badanej populacji.

Rysunek 4.9. Obserwacje nietypowe: dźwignia i reszty standaryzowane

Źródło: opracowanie własne.

Wnioski, do których można dojść na podstawie analizy wartości reszt standaryzowanych oraz dźwigni, uzyskują formalne potwierdzenie w oszacowaniach tzw. odległości Cooka. Dla trzech wspomnianych gmin osiągają one najwyższe w badanej populacji wartości. Dla Karpacza wartość tej statystyki wynosi 2,3, dla Krynicy Morskiej 0,88, a dla Helu 0,75. O skali dysproporcji między oszacowanymi dla tych gmin wartościami odległości Cooka a tymi oszacowanymi dla pozostałych jednostek obserwacji świadczy fakt, że kolejną (czwartą z kolei) najwyższą wartością odległości Cooka jest wartość obserwowana dla Łeby, która wynosi 0,11. Pozostałe gminy, dla których wartości odległości Cooka osiągają wyższe wartości niż założone poziomy krytyczne, to: Łeba, Rewal, Jastarnia, Mielno, Białowieża, Ustronie Morskie, Międzyzdroje, Łęknica, Władysławowo, Lutowiska, Lesznówola, Podkowa Leśna, Solec Zdrój, Dziwnów, Cisna, Łągów, Nowe Warpno. Uzyskane bardzo wysokie wartości odległości Cooka dla Karpacza, Helu oraz Krynicy Morskiej wskazują, że obserwacje te w sposób nieproporcjonalny wpływają na oszacowane w modelu wartości estymatorów. Z tego powodu do modelu wprowadzone zostaną zmienne zero-jedynkowe, identyfikujące trzy wspomniane obserwacje. Działanie takie ma na celu osłabienie wpływu tych obserwacji na oszacowania parametrów zmiennych niezależnych modelu. Wyniki estymacji modelu z uwzględnieniem zmiennych zero-jedynkowych dla trzech wspomnianych gmin przedstawione zostały w tabeli 4.10 (Model 2).

Tabela 4.10. Oszacowania parametrów modelu (Model 2)
– współczynniki niestandaryzowane

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	2478
Model	232444110	22	10565641.3	F(22, 2455)	=	431.62
				Prob > F	=	0.0000
Residual	60095713.1	2455	24478.9055	R-squared	=	0.7946
				Adj R-squared	=	0.7927
Total	292539823	2477	118102.472	Root MSE	=	156.46

Przedsiębiorstwa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
kapital_ludzki	59.86926	1.126302	53.16	0.000	57.66066 62.07786
kapital_spoleczny	1.392425	.3276755	4.25	0.000	.749876 2.034974
aglomeracja	129.5364	9.632064	13.45	0.000	110.6485 148.4242
turystyka	73.21864	3.128262	23.41	0.000	67.08433 79.35294
hel	-1564.755	181.829	-8.61	0.000	-1921.31 -1208.201
krynica_morska	-890.4516	208.3926	-4.27	0.000	-1299.095 -481.8082
karpacz	5106.581	165.5239	30.85	0.000	4782 5431.162
dolnoslaskie	-62.88333	19.00429	-3.31	0.001	-100.1494 -25.61724
kujawskopomorskie	-183.5326	19.74554	-9.29	0.000	-222.2523 -144.813

Przedsiębiorstwa	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
lodzkie	-221.57	18.85024	-11.75	0.000	-258.534 -184.606
lubelskie	-348.2668	18.21593	-19.12	0.000	-383.9869 -312.5466
lubuskie	-155.4457	23.04343	-6.75	0.000	-200.6322 -110.2591
malopolskie	-187.5301	18.78299	-9.98	0.000	-224.3622 -150.6979
mazowieckie	-204.0277	17.24805	-11.83	0.000	-237.85 -170.2055
opolskie	-168.4695	23.73858	-7.10	0.000	-215.0192 -121.9198
podkarpackie	-344.1386	19.25226	-17.88	0.000	-381.8909 -306.3862
podlaskie	-335.5074	20.59408	-16.29	0.000	-375.891 -295.1238
pomorskie	-90.50543	20.4515	-4.43	0.000	-130.6094 -50.40145
slaskie	-154.1082	19.29424	-7.99	0.000	-191.9429 -116.2735
swietokrzyskie	-315.8854	21.36046	-14.79	0.000	-357.7718 -273.999
warminkomazurskie	-270.0511	20.66848	-13.07	0.000	-310.5805 -229.5216
wielkopolskie	-73.3551	18.03848	-4.07	0.000	-108.7273 -37.98289
cons	543.9047	18.43619	29.50	0.000	507.7526 580.0568

Sprawdzenia wymaga, w jakim stopniu oszacowany model spełnia założenia Klasycznego Modelu Regresji Liniowej, leżące u podstaw zastosowanej procedury estymacji. Niespełnienie tych założeń może skutkować uzyskaniem obciążonych estymatorów lub/i estymatorów nieefektywnych (Greene, 2012, s. 56). Obciążony estymator to estymator, którego wartość oczekiwana nie jest równa wartości parametru w populacji. Natomiast estymator nieefektywny jest estymatorem, którego wariancja jest zbyt wysoka, co może skutkować uzyskaniem nieistotnych statystycznie wyników. Testowane założenia będą odnosić się do 1) prawidłowej specyfikacji modelu, a więc uwzględnienia w modelu wszystkich istotnych dla badanego zjawiska zmiennych oraz wyboru właściwej formy funkcyjnej, 2) homoskedastyczności składnika losowego, 3) normalnego rozkładu składnika losowego (Greene, 2012, s. 56). W dalszej części niniejszej sekcji zostaną omówione wymienione powyżej założenia.

W pierwszym kroku przetestowane zostanie założenie o poprawnej specyfikacji modelu. Przyjęcie niepoprawnej specyfikacji modelu oznacza, że relacja między zmienną zależną a zmiennymi niezależnymi, jaka istnieje w rzeczywistości, nie jest prezentowana przez model w sposób poprawny. Błąd niepoprawnej specyfikacji modelu może wynikać z kilku czynników, z czego za najważniejsze można uznać niewłączenie do modelu istotnych zmiennych niezależnych (tzw. *omitted variable bias*), uwzględnienie w modelu zmiennych nierelevantnych bądź przyjęcie niepoprawnej formy funkcyjnej modelu, np. formy log-liniowej zamiast formy liniowej (Gujarati, 2010, s. 470). Trzeba stwierdzić, że błędy specyfikacji modelu to błędy, które (w pewnym sensie) ciężko wykryć i naprawić.

W badaniach wykorzystujących dane obserwacyjne (w przeciwieństwie do randomizowanych eksperymentów), gdzie prawdziwy proces generujący dane jest najczęściej nieznany, błędy tego rodzaju wynikają najczęściej z przyjęcia niepoprawnej teorii do badania danego zjawiska bądź niemożności uwzględnienia w modelu wszystkich zmiennych niezależnych, które powinny się w nim znaleźć (Gujarati, 2010, s. 474).

Wykrycie zmiennych nierelevantnych, które nie powinny znaleźć się w modelu, jest stosunkowo prostym zadaniem. Wyniki zaprezentowane w tabeli 4.10 wskazują, że prawie wszystkie zmienne umieszczone w modelu są istotne statystycznie. Wskazuje na to również test „inflacji wariancji” (*Variance Inflation Factor*) zaprezentowany w tabeli 4.11.

Tabela 4.11. Współczynniki inflacji wariancji

Variable	VIF	1/VIF
mazowieckie	3.32	0.300937
wielkopolskie	2.72	0.367192
lubelskie	2.63	0.379782
malopolskie	2.43	0.411547
lodzkie	2.38	0.419873
slaskie	2.36	0.422961
dolnoslaskie	2.32	0.431715
podkarpackie	2.25	0.445105
kujawskopomorskie	2.16	0.463897
pomorskie	1.99	0.502916
podlaskie	1.95	0.513918
warmińsko-mazurskie	1.93	0.518683
świętokrzyskie	1.82	0.549070
lubuskie	1.74	0.574798
opolskie	1.58	0.631296
aglomeracja	1.26	0.791090
wyższe	1.24	0.803610
kapitał społeczny	1.16	0.859661
turystyka	1.11	0.904845
Mean VIF	2.02	

Jedną z konsekwencji umieszczenia w modelu nierelevantnych zmiennych jest nadmierny wzrost oszacowań błędów standardowych. Zmieszczone w tabeli 4.11

współczynniki inflacji wariancji są na niskim poziomie, co również potwierdza, że w modelu znalazły się tylko istotne predykatory przedsiębiorczości (Gujarati, 2010, s. 330). Zaprezentowane w tabeli 4.11 współczynniki inflacji wariancji wskazują również na drugą dobrą właściwość szacowanego modelu – brak wysokiej korelacji między poszczególnymi zmiennymi niezależnymi. Brak liniowej zależności między predyktorami (a więc brak pełnej korelacji) jest niekiedy uznawany za kolejne założenie Klasycznego Modelu Regresji Liniowej (Greene, 2012, s. 56). Ponadto istnienie wysokiej (nawet jeśli nie pełnej) korelacji między zmiennymi niezależnymi mogłoby generować nadmierną wariancję estymatorów, obniżając tym samym istotność statystyczną oszacowań (Gujarati, 2010, s. 330). Niskie wartości współczynników inflacji wariancji wskazują, że w oszacowanym modelu nie mamy do czynienia z taką sytuacją.

Ogólnym testem poprawności specyfikacji modelu jest test RESET (*Regression Specification Error Test*). Test ten wykorzystuje kolejne potęgi wartości przewidywanej zmiennej zależnej jako predykatory w równaniu regresji, sprawdzając tym samym, czy nie poprawiają one dopasowania modelu do danych. Hipoteza zerowa testu mówi, że nie występuje błąd specyfikacji modelu.

Tabela 4.12. Wyniki testu RESET dla oszacowanego modelu (Model 2)

Ramsey RESET test using powers of the fitted values of przedsiębiorstwa
Ho: model has no omitted variables
$F(3, 2452) = 16.36$
Prob > F = 0.0000

Wyniki testu RESET wskazują na błąd specyfikacji modelu. Z niemal zerowym prawdopodobieństwem popełnienia błędu możemy odrzucić hipotezę zerową testu. Test RESET nie wskazuje jednak, na czym konkretnie polega błąd specyfikacji szacowanego modelu. Wskazuje on raczej, że prawdopodobnie w modelu mogłyby znaleźć się jeszcze inne zmienne niezależne, które zostały pominięte. Trzeba jednak w tym kontekście pamiętać, że niewłączenie do modelu relewantnej zmiennej niezależnej, o ile nie jest ona skorelowana z pozostałymi (uwzględnionymi w modelu) zmiennymi niezależnymi, w żaden sposób nie wpływa negatywnie na uzyskane w modelu oszacowania – estymatory w dalszym ciągu są nieobciążone i efektywne (Gujarati, 2010, s. 471).

Kolejne założenie Klasycznego Modelu Regresji Liniowej dotyczy właściwości rozkładu błędu losowego. Mianowicie zakłada się, że warunkowa wariancja błędu losowego w podgrupach wyróżnionych ze względu na wartości zmiennych niezależnych, jest stała. Założenie to określa się mianem założenia o homoskedastyczności błędu losowego. Pogwałcenie tego założenia, a więc występowanie heteroskedastyczności błędu, powoduje, że uzyskane estymatory

są nieefektywne. Oznacza to, że rosną błędy standardowe uzyskanych oszacowań i uzyskane wyniki, choć poprawne co do wartości, tracą na istotności statystycznej (Gujarati, 2010, s. 330). W tabeli 4.13 przedstawiono wynik testu Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego.

Tabela 4.13. Test Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego (Model 2)

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity
Ho: Constant variance
Variables: fitted values of przedsiębiorstwa
chi2(1) = 1219.66
Prob > chi2 = 0.0000

Hipoteza zerowa przeprowadzonego testu mówi o stałości wariancji błędu losowego w podgrupach wyróżnionych ze względu na wartości zmiennych niezależnych. Uzyskana statystyka testowa jest bardzo wysoka, co przy oszacowanym poziomie istotności równym zero zmusza nas do odrzucenia hipotezy zerowej na rzecz hipotezy alternatywnej mówiącej o heteroskedastyczności wariancji błędu losowego. Przyczyn heteroskedastyczności może być wiele. Gujarati (2010, s. 367–368) wskazuje na dwa czynniki, ważne w kontekście analizowanego modelu. Po pierwsze, heteroskedastyczność może wynikać z obecności obserwacji w próbie tzw. *outlierów*, a więc wspomnianych już obserwacji nietypowych. Po drugie może ona wynikać ze skośności rozkładów zmiennych niezależnych. Przedstawione uprzednio rozkłady zmiennych zależnej i niezależnych uwiaryściły obydwie te okoliczności: występowanie obserwacji nietypowych (tzw. *outlierów*), z których niektóre (Hel, Karpacz, Krynica Morska) znacząco odstawały od pozostałych obserwacji w populacji, po drugie, znaczną prawoskośność rozkładów analizowanych zmiennych (co jest konsekwencją występowania *outlierów*). Po uwzględnieniu tych dwóch okoliczności podjęta zostanie próba transformacji zmiennych ciągłych modelu (zmienna zależna oraz zmienne niezależne: kapitał ludzki, kapitał społeczny i turystyka) do postaci zmiennych zlogarytmowanych. Wynika to z faktu, że rozkłady tych zmiennych charakteryzują się dwiema wspomnianymi cechami: wysoką prawoskośnością oraz występowaniem *outlierów*. Funkcja logarytmiczna jest przekształceniem, które zachowuje znaczne odległości między wartościami zmiennych w początkowej części rozkładu (a więc dla wartości zbliżonych do 0) oraz pomniejsza odległości między wartościami znajdującymi się w prawej części rozkładu zmiennych. W efekcie zastosowania takiego przekształcenia pomniejszone zostaną odległości między obserwacjami, które zostały uznane za *outlierów*. Rozkłady zlogarytmowanych zmiennych zamieszczone zostały na rysunku 4.10.

Rysunek 4.10. Wykresy zmiennych zlogarytmowanych: przedsiębiorstwa, kapitał ludzki, kapitał społeczny, turystyka

Źródło: opracowanie własne.

Jak widać na rysunku 4.10, rozkłady wszystkich czterech zmiennych w dużo większym stopniu niż w przypadku zmiennych źródłowych przypominają rozkład normalny, a znaczna część różnic między obserwacjami nietypowymi a resztą populacji została zniwelowana. Daje to podstawy do oczekiwania, że wprowadzenie zlogarytmowanych zmiennych do modelu regresji wpłynie pozytywnie na jakość dopasowania modelu. Wyniki z oszacowaniami parametrów zamieszczone zostały w tabeli 4.14.

Tabela 4.14. Oszacowania parametrów modelu na logarytmach (Model 3) – współczynniki niestandardyzowane

Source	SS	df	MS	Number of obs = 2478
Model	234.493766	22	10.6588075	F(22, 2455) = 344.68
Residual	75.9177676	2455	.030923734	Prob > F = 0.0000
Total	310.411534	2477	.125317535	R-squared = 0.7554
				Adj R-squared = 0.7532
				Root MSE = .17585

ln_przedsiębior-a	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
ln_ludzki	.4794946	.0086553	55.40	0.000	.4625222 .4964671
ln_spoleczny	.0756208	.0110409	6.85	0.000	.0539703 .0972712
aglomeracja	.1294518	.0107977	11.99	0.000	.1082782 .1506255
ln_turystyka	.0207121	.0037002	5.60	0.000	.0134563 .0279679
hel	.3055209	.1771875	1.72	0.085	-.0419316 .6529734
krynica_morska	.9267026	.1777555	5.21	0.000	.5781364 1.275269
karpacz	1.63965	.1769733	9.26	0.000	1.292618 1.986683
dolnoslaskie	-.0489085	.02135	-2.29	0.022	-.0907743 -.0070427
kujawskopomorskie	-.1929891	.022178	-8.70	0.000	-.2364785 -.1494996
lodzkie	-.2436181	.0211859	-11.50	0.000	-.2851622 -.2020739
lubelskie	-.4391659	.0204643	-21.46	0.000	-.479295 -.3990368
lubuskie	-.1547316	.0258805	-5.98	0.000	-.2054815 -.1039817
malopolskie	-.1908125	.0211241	-9.03	0.000	-.2322354 -.1493896
mazowieckie	-.2285004	.0193644	-11.80	0.000	-.2664726 -.1905282
opolskie	-.1957349	.0266379	-7.35	0.000	-.24797 -.1434998
podkarpackie	-.437788	.0216074	-20.26	0.000	-.4801585 -.3954174
podlaskie	-.408201	.0231601	-17.63	0.000	-.4536164 -.3627856
pomorskie	-.0885853	.0229874	-3.85	0.000	-.133662 -.0435086
slaskie	-.175176	.0217404	-8.06	0.000	-.2178074 -.1325445
swietokrzyskie	-.379606	.0239911	-15.82	0.000	-.4266509 -.3325611
warminkomazurskie	-.3060869	.0232286	-13.18	0.000	-.3516366 -.2605372
wielkopolskie	-.072992	.0202305	-3.61	0.000	-.1126627 -.0333213
_cons	5.824715	.0434177	134.16	0.000	5.739576 5.909854

Oszacowany powyżej model (Model 3) można określić jako model nieliniowy w stosunku do pierwotnie zdefiniowanych zmiennych, jednakże zależność między przekształconymi (zlogarytmowanymi) zmiennymi jest liniowa (Mycielski, 2010, s. 46). Czy model oszacowany na logarytmach jest rzeczywiście lepiej dopasowany do danych? W celu odpowiedzi na to pytanie powtórzmy test prawidłowej specyfikacji modelu (test RESET) oraz test Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego. Wyniki tych testów przedstawione zostały w tabelach 4.15 oraz 4.16.

Tabela 4.15. Wyniki testu RESET dla modelu oszacowanego na logarytmach (Model 3)

Ramsey RESET test using powers of the fitted values of ln_przedsiębiorstwa
Ho: model has no omitted variables
F(3, 2452) = 7.33
Prob > F = 0.0001

Tabela 4.16. Test Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego dla modelu oszacowanego na logarytmach (Model 3)

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg test for heteroskedasticity
Ho: Constant variance
Variables: fitted values of <i>ln_przedsiębiorstwa</i>
chi2(1) = 0.14
Prob > chi2 = 0.7050

Wyniki obydwu testów wskazują na lepsze dopasowanie modelu szacowanego na logarytmach (Model 3) niż pierwotnego modelu (Model 2), szacowanego na nieprzekształconych zmiennych. Statystyka testowa testu RESET spadła z wartości 16,36 do wartości 7,33. Z kolei wynik testu Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego wskazuje, że w modelu szacowanym na logarytmach problem heteroskedastyczności błędu losowego nie występuje. Wartość statystyki testowej spadła z 1220 do 0,14. Odrzucenie hipotezy zerowej, mówiącej o stałości warunkowej wariancji błędu losowego wiązałoby się z 71% ryzykiem popełnienia błędu, wobec czego przyjmujemy tak sformułowaną hipotezę zerową testu.

Niemniej jednak wynik testu RESET jest nadal niesatysfakcjonujący (choć stosunkowo niski). Wskazuje on najprawdopodobniej na fakt pominięcia w modelu relewantnej zmiennej niezależnej wyjaśniającej przedsiębiorczość. Wyniki przeprowadzonych analiz jakościowych pozwalają przypuszczać, że w modelu powinna znaleźć się jeszcze interakcja turystyki i kapitału ludzkiego. Istnienie interakcji między zmiennymi niezależnymi oznacza, że zmienne te wzajemnie warunkują swoje oddziaływanie na zmienną zależną. Przykładowo oszacowanie istotnego statystycznie i pozytywnego efektu interakcyjnego między turystyką a kapitałem ludzkim oznaczałoby, że wpływ kapitału ludzkiego na przedsiębiorczość jest tym wyższy, im wyższa jest wartość zmiennej *turystyka*. W związku z tym, że efekty interakcyjne są symetryczne, możliwa jest również odwrotna interpretacja, mówiąca o rosnącym wpływie turystyki na przedsiębiorczość w miarę wzrostu wartości kapitału ludzkiego. Istnienie istotnego statystycznie efektu interakcyjnego między dwiema zmiennymi niezależnymi oznacza, że ich wpływ na zmienną zależną przestaje być liniowy, co oznacza, że nie jest on stały, lecz jego wielkość zależy od wartości drugiej zmiennej wchodzącej w skład interakcji. Wyniki oszacowania modelu z uwzględnieniem takiej interakcji zamieszczone zostały w tabeli 4.17 (Model 4).

Tabela 4.17. Wyniki oszacowania modelu

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	2478
Model	235.622456	23	10.2444546	F(22, 2455)	=	336.14
				Prob > F	=	0.0000
Residual	74.7890782	2454	.030476397	R-squared	=	0.7591
				Adj R-squared	=	0.7568
Total	310.411534	2477	.125317535	Root MSE	=	.17457

	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
ln_przedsiębior-a					
ln_wyzsze	.51261	.0101706	50.40	0.000	.4926661 .5325538
ln_turystyka	-.047221	.0117517	-4.02	0.000	-.0702654 -.0241767
c.ln_wyzsze#					
c.ln_turystyka	.0451247	.007415	6.09	0.000	.0305845 .0596649
ln_spoleczny	.069571	.0110057	6.32	0.000	.0479896 .0911525
aglomeracja	.1373067	.0107968	12.72	0.000	.1161349 .1584784
hel	.1740444	.1772231	0.98	0.326	-.1734779 .5215666
krynica_morska	.8255995	.1772454	4.66	0.000	.4780334 1.173166
karpacz	1.507542	.1770246	8.52	0.000	1.160409 1.854675
dolnoslaskie	-.0499357	.0211957	-2.36	0.019	-.0914989 -.0083725
kujawskopomorskie	-.1964924	.0220245	-8.92	0.000	-.2396809 -.1533038
lodzkie	-.2440469	.0210323	-11.60	0.000	-.2852897 -.2028041
lubelskie	-.4400534	.0203163	-21.66	0.000	-.4798922 -.4002146
lubuskie	-.1533399	.0256937	-5.97	0.000	-.2037234 -.1029564
malopolskie	-.1912047	.0209708	-9.12	0.000	-.232327 -.1500823
mazowieckie	-.2327355	.0192364	-12.10	0.000	-.2704568 -.1950143
opolskie	-.1934115	.0264473	-7.31	0.000	-.2452729 -.1415502
podkarpackie	-.4365314	.0214515	-20.35	0.000	-.4785963 -.3944665
podlaskie	-.4127315	.0230041	-17.94	0.000	-.4578409 -.3676222
pomorskie	-.0914977	.0228255	-4.01	0.000	-.136257 -.0467384
slaskie	-.1712172	.0215924	-7.93	0.000	-.2135584 -.128876
swietokrzyskie	-.3756145	.023826	-15.76	0.000	-.4223356 -.3288934
warminkomazurskie	-.3103297	.0230705	-13.45	0.000	-.3555694 -.26509
wielkopolskie	-.0701849	.020089	-3.49	0.000	-.109578 -.0307919
_cons	5.78703	.0435451	132.90	0.000	5.701641 5.872419

Wyniki przeprowadzonej estymacji wskazują, że interakcja między turystyką a kapitałem ludzkim jest istotna statystycznie. Powstaje więc pytanie, czy rzeczywiście dodanie tej zmiennej niezależnej poprawiło jakość dopasowania modelu.

Wyniki testu RESET (tabela 4.18) oraz testu na homoskedastyczność wariancji składnika losowego (tabela 4.19) dają pozytywną odpowiedź na to pytanie.

Tabela 4.18. Wyniki testu RESET dla modelu oszacowanego na logarytmach (Model 4)

Ramsey RESET test using powers of the fitted values of $\ln_przedsiębiorstwa$
Ho: model has no omitted variables
$F(3, 2451) = 2.35$
Prob > F = 0.0706

Tabela 4.19. Test Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego dla modelu oszacowanego na logarytmach z interakcją (Model 4)

Breusch-Pagan/Cook-Weisberg test for heteroskedasticity
Ho: Constant variance
Variables: fitted values of $\ln_przedsiębiorstwa$
$\chi^2(1) = 0.68$
Prob > $\chi^2 = 0.4091$

Wartość statystyki testowej w teście RESET spadła zasadniczo z wartości 7,33 do wartości 2,35, a poziom istotności wzrósł do 7%. Tym samym odrzucenie hipotezy zerowej o poprawnej specyfikacji modelu wiąże się z 7% ryzykiem popełnienia błędu. W związku z tym przyjmujemy hipotezę zerową o poprawnej specyfikacji modelu. Również wyniki testu Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji składnika losowego ulegają poprawie, aczkolwiek już w modelu bez interakcji były one satysfakcjonujące. Okazuje się, że poddanie zmiennych niezależnych przekształceniu logarytmicznemu oraz wprowadzenie do modelu interakcji doprowadziło do eliminacji części problemów z obserwacjami nietypowymi. Na rysunku 4.11 przedstawiono wartości absolutne reszt standaryzowanych oraz wartości dźwigni dla poszczególnych jednostek obserwacji. Hel, Karpacz oraz Krynica Morska nadal odstają od pozostałych gmin pod względem wartości dźwigni, jednak ich wartości reszt standaryzowanych są na bardzo niskim poziomie. Dla wszystkich pozostałych gmin wartości dźwigni osiągają poziom zbliżony do wartości krytycznej tej statystyki, w niektórych przypadkach przekraczając go nieznacznie. Z kolei Jastarnia i Łeba charakteryzują się bardzo wysokimi wartościami reszt standaryzowanych, przy czym wartości dźwigni dla tych miejscowości nie przekraczają wartości krytycznej. Tym samym można uznać, że poddanie zmiennych zależnej i niezależnych przekształceniu logarytmicznemu oraz włączenie do modelu zmiennej interakcyjnej wyeliminowało problem obserwacji nietypowych, a więc takich, które zarówno charakteryzują się odstającymi od reszty wartościami zmiennych niezależnych, jak i mają znaczący wpływ na oszacowania modelu regresji.

Rysunek 4.11. Wartości reszt standaryzowanych i dźwigni na podstawie Modelu 4

Źródło: opracowanie własne.

Kolejnym testowanym założeniem jest pomocnicze założenie Klasycznego Modelu Regresji Liniowej, mówiące o normalności rozkładu składnika losowego (Greene, 2012, s. 63). W modelach szacowanych na małych próbach rozkład normalny błędu losowego jest konieczny, aby statystyki testujące istotność estymatorów parametrów miały rozkład t-Studenta. Wielkość próby, na podstawie której szacowane są przedstawiane modele, jest wystarczająco duża (2478 obserwacji), aby rozkłady tych statystyk asymptotycznie zbiegały się do rozkładu t-Studenta. Niemniej przyjrzymy się rozkładowi reszt z oszacowanego modelu. W sposób szczegółowy rozkłady te zostały zaprezentowane na rysunku 4.12.

Rysunek 4.12. Graficzna analiza reszt na podstawie modelu z interakcjami (Model 4)

Źródło: opracowanie własne.

Z wykresów zamieszczonych na rysunku 4.12 wynika, że rozkład reszt jest zbliżony do rozkładu normalnego. Uwidacznia to szczególnie histogram rozkładu reszt z naniesioną linią przedstawiającą kształt rozkładu normalnego (Panel A) oraz wykres prawdopodobieństwa przedstawiający relację między rozkładem reszt empirycznych a gęstością prawdopodobieństwa rozkładu normalnego (Panel D). Histogram rozkładu reszt wskazuje jednak na istnienie kilku daleko odstających od reszty rozkładu wartości reszt. Szczególnie uwidacznia to wykres kwantylowy (Panel C) analizujący relację – na poziomie kwantyli – między empirycznym rozkładem reszt a rozkładem normalnym o parametrach (średniej i odchyleniu standardowym) równym tym, obserwowanym w rozkładzie reszt. Wykres ten wskazuje, że kilka bądź kilkanaście obserwacji mieszczących się w najwyższym kwantylu rozkładu błędu odstaje od gęstości rozkładu normalnego. Graficzna analiza błędów przewidywania prowadzi więc do dwóch wniosków. Po pierwsze, relacja między zmienną zależną a zmiennymi niezależnymi, opisana w modelu, dla znakomitej większości obserwacji jest poprawna i generuje prawidłowe przewidywania. Widać to szczególnie na wykresie prawdopodobieństwa (Panel D), przedstawiającym ogólną relację między rozkładem reszt

a gęstością prawdopodobieństwa rozkładu normalnego. Po drugie, kilka gmin nie wpisuje się w zarysowaną relację, czego wyrazem są błędy przewidywania znacząco odstające od pozostałych błędów, uwidocznione na wykresie kwantylowym (Panel C).

Przeprowadzona diagnostyka modelu daje zadowalające wyniki. Szacowany model – z uwzględnieniem logarytmicznych zmiennych ciągłych oraz interakcji między turystyką a kapitałem ludzkim – spełnia założenia Klasycznego Modelu Regresji Liniowej. Model ma poprawną specyfikację, na co wskazują wyniki testu RESET, warunkowa wariancja składnika losowego jest stała dla wszystkich podgrup wyróżnionych ze względu na wartości zmiennych niezależnych, a błędy przewidywania mają rozkład normalny. Spełnienie powyższych założeń pozwala z dużą dozą ufności podchodzić do uzyskanych wyników.

4.3. Interpretacja wyników

Przekształcenie wszystkich ciągłych zmiennych modelu do postaci logarytmów uniemożliwia tradycyjną interpretację wyników stosowaną w przypadku modeli liniowych. W przypadku modeli log liniowych w celu interpretacji uzyskanych oszacowań wyznacza się miary elastyczności oraz semielastyczności (Mycielski, 2010, s. 49–52). Elastyczności stanowią miarę wpływu zlogarytmowanych zmiennych niezależnych na zlogarytmowaną zmienną zależną. W takim przypadku uzyskane oszacowania (przy zmiennych ciągłych zlogarytmowanych) określają, o ile procent zmieni się zmienna objaśniana, gdy zmienna objaśniająca zmieni się o jeden procent, gdy wartości pozostałych zmiennych objaśniających modelu pozostaną niezmiennione.

Większość relacji (poza wynikami gminy Hel) między zmiennymi niezależnymi modelu a przedsiębiorczością jest istotna statystycznie. Wzrost poziomu kapitału społecznego w gminie o 1% powoduje wzrost liczby przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie o 0,07% (siedem setnych procenta). W przypadku zmiennej niezależnej *aglomeracja*, aby opisać jej związek ze zmienną zależną, musimy odwołać się do pojęcia semielastyczności. Semielastyczność jest miarą wpływu niezlogarytmowanej zmiennej objaśniającej na zlogarytmowaną zmienną objaśnianą. Wartość oszacowania przy zmiennej *aglomeracja* wynosi 0,14. Oznacza to, że jeżeli zmienna ta zmieni się z wartości 0 do wartości 1, to liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie wzrośnie o 14%. Innymi słowy: średnia liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie przynależącej do aglomeracji jest o 14% wyższa niż w gminie nieprzynależącej do aglomeracji, przy niezmiennionych wartościach pozostałych zmiennych. W oszacowanym modelu obserwujemy również istotne różnice między poziomem przedsiębiorczości pomiędzy poszczególnymi województwami. Kategorią referencyjną, względem której czy-

nione są porównania, jest województwo zachodniopomorskie, charakteryzujące się najwyższym współczynnikiem przedsiębiorczości. Poziom przedsiębiorczości w pozostałych województwach odchyła się od niego w stronę ujemną, czego wyrazem są negatywne wartości oszacowań współczynników dla poszczególnych województw. Jako że województwa zostały włączone do modelu w postaci zmiennych zero-jedynkowych (bez logarytmizacji), to oceniając ich wpływ, musimy posłużyć się semielastycznościami. W tym celu wartości oszacowań przy poszczególnych zmiennych należy pomnożyć przez 100%. Województwa lubelskie i podkarpackie odchylają się najbardziej *in minus* od poziomu obserwowanego w województwie zachodniopomorskim – o 44%. Z kolei województwa dolnośląskie i wielkopolskie odchylają się najmniej *in minus* od poziomu obserwowanego w województwie zachodniopomorskim: odpowiednio o 5% i 7%. Wyniki te są w dużej części zbieżne z tym, co obserwowaliśmy w tabeli 4.7, porównując średnie warunkowe przedsiębiorczości między poszczególnymi województwami: województwo dolnośląskie miało drugą (po zachodniopomorskim) średnią liczbę przedsiębiorstw i pozostaje na drugim miejscu również w wielozmiennowej analizie regresji (tabela 4.17). Z kolei województwo pomorskie przesuwają się z miejsca trzeciego w tabeli 4.7 porównującej średnie warunkowe do miejsca piątego w analizie regresji (tabela 4.17). W wielozmiennowej analizie regresji miejsce trzecie zajmuje województwo wielkopolskie, które w tabeli 4.7 było na czwartym miejscu. Obserwowane różnice pomiędzy warunkowymi średnimi zmiennej zależnej w poszczególnych województwach a wynikami regresji są efektem uwzględniania w regresji innych relewantnych predyktorów przedsiębiorczości, takich jak kapitał ludzki, społeczny czy turystyka. Bardzo ciekawym wynikiem jest ten dla województwa mazowieckiego, który wynosi aż minus 23% w porównaniu do województwa zachodniopomorskiego. Według omawianych już badań Dominiak i Churskiego (2012) oraz Domańskiego (2012) jest to jeden z najzamożniejszych regionów całego kraju według wskaźników liczonych na mieszkańca. Wy tłumaczeniem tego wyniku, może być fakt, że w analizie wyniki dla Warszawy i całej aglomeracji są traktowane jako pojedyncze obserwacje gmin. Dlatego aglomeracji trudniej zawyżyć wyniki. Aglomeracja warszawska, w modelu, to tylko 49 gmin na 314 w całym województwie mazowieckim. Potwierdzają się więc wyniki innych badań (Smętkowski i in., 2012) o dwóch regionach: aglomeracji warszawskiej i reszcie województwa, która na tle reszty kraju jest przeciętnie rozwinięta.

Włączenie do modelu regresji interakcji między turystyką a kapitałem ludzkim uniemożliwia prostą interpretację oszacowań dla obydwu tych zmiennych. Nie można mówić o ogólnym wpływie kapitału ludzkiego na przedsiębiorczość, a jedynie o wpływie kapitału ludzkiego na przedsiębiorczość dla określonego poziomu turystyki. Podobnie należy mówić o warunkowym – uzależnionym od poziomu kapitału ludzkiego – oddziaływaniu turystyki na przedsiębiorczość. Na rysunku 4.13 zilustrowano warunkowe efekty wpływu kapitału ludzkiego na

poziom przedsiębiorczości w zależności od poziomu turystyki. Efekty te są przedstawione dla pięciu poziomów zmiennej turystyka – 5, 25, 50, 75 oraz 95 centyla. Jak widać, nachylenie poszczególnych linii – świadczące o wpływie kapitału ludzkiego na przedsiębiorczość – zmienia się wraz ze wzrostem poziomu turystyki. Jest ono najbardziej strome dla wartości odpowiadającej 95 centylowi tej zmiennej.

Rysunek 4.13. Efekty kapitału ludzkiego w zależności od poziomu turystyki

Źródło: opracowanie własne.

Ogólny opis wpływu kapitału ludzkiego i turystyki na poziom przedsiębiorczości może być dokonany na podstawie oszacowań uzyskanych w modelu bez interakcji (Model 3 przedstawiony w tabeli 4.14). W celu interpretacji oszacowań uzyskanych w tym modelu dla zmiennych *kapitał ludzki* oraz *turystyka* należy posłużyć się elastycznościami. Jeżeli zmienna niezależna odnosząca się do kapitału ludzkiego – procent osób z wyższym wykształceniem w gminie – wzrośnie o 1% (względem wartości początkowej), to liczba przedsiębiorstw w gminie wzrośnie o 0,48% (a więc pół procenta). Oszacowana zależność jest więc bardzo silna, oznacza bowiem, że kapitał ludzki ma duże przełożenie na liczbę przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie. Natomiast analogiczny efekt dla turystyki jest dużo słabszy: wzrost wartości tej zmiennej o 1% jest związany ze wzrostem liczby przedsiębiorstw o 0,02% (dwie setne procenta).

4.4. Wnioski

W przeprowadzonych analizach udało się potwierdzić pozytywną i istotną statystycznie korelację między liczbą przedsiębiorstw w gminie na 10 tys. mieszkańców a kapitałem ludzkim (H1), kapitałem społecznym (H2), atrakcyjnością turystyczną (H3), aglomeracyjnością (H4). Uzyskano również bardzo wysoką wartość współczynnika R^2 – 0,75 (maksymalna wartość to 1), przy zachowaniu rygorystycznej poprawności metodologicznej modelu. Oznacza to, że model wyjaśnia 75% wariancji zmiennej zależnej. Aby jeszcze zwiększyć wartość R^2 , należałoby wyłączyć z analizy obserwacje charakteryzujące się nietypowymi wartościami dla zmiennych wyjaśniających, bowiem zaburzenia w modelu powodują w większości gminy o skrajnych wartościach zasobów już ujętych w analizie. Dotyczy to w szczególności gmin opierających swój rozwój na turystyce. Natomiast bardzo niewiele jest gmin, które osiągają wartość przewidywaną przybliżoną do wartości obserwowanej, nie wykorzystując zarazem jednego z głównych zasobów. Do badań jakościowych zostały wybrane dwie gminy o takim profilu: Łęknica i Krasocin.

Bardzo wysoka wartość R^2 świadcząca o silnym wpływie zasobów na przedsiębiorczość oraz charakterystyka obserwacji nietypowych pozwalają przyjąć hipotezę piątą (H5), mówiącą o tym, że kreowanie przedsiębiorczości przez władze lokalne jest zjawiskiem śladowym, a jej poziom jest głównie determinowany przez zasoby danej gminy. To stwierdzenie nie odnosi się do władz, które stymulują przedsiębiorczość przy uwzględnieniu zasobów kontrolowanych, ale odnosi się do braku wpływu uniwersalnych narzędzi na przedsiębiorczość lub braku ich stosowania w polskich gminach. Inaczej rzecz ujmując, według modelu (znów odnosząc się do obserwacji nietypowych), jeśli następuje bardzo efektywne stymulowanie przedsiębiorczości w gminie, to ma ono miejsce w gminach o bardzo dużych wartościach zmiennych wyjaśniających. Na podstawie modelu można założyć, że próby pobudzania przedsiębiorczości bez uwzględnienia charakterystyki gminy i jej naturalnych zasobów dadzą nikłe efekty. O sukcesie gminy będzie decydowała przede wszystkim „renta” zasobowa (suma nagromadzonych zasobów na przestrzeni lat) oraz umiejętność zarządzania nią. Optymalną strategią dla lokalnych władz jest dostosowanie narzędzi stymulowania przedsiębiorczości do posiadanych zasobów.

Analizując wpływy poszczególnych zmiennych na przedsiębiorczość, widzimy, że uwidacznia się silna korelacja zmiennej zależnej z wyższym wykształceniem. Kapitał ludzki (bez uwzględniania interakcji z turystyką) powoduje największy przyrost przedsiębiorczości w modelu, w przeliczeniu na 1% wzrostu przedsiębiorczości. Istnieje obawa, że wpływ tej zmiennej na przedsiębiorczość może być częściowo pozorny. W badaniu starano się obniżyć jej wpływ, włączając do modelu inne potencjalnie skorelowane z kapitałem ludzkim i przedsiębiorczo-

ścią zmienne niezależne. Dalsze próby upewnienia się, czy wpływ kapitału ludzkiego na przedsiębiorczość nie jest pozorny, wymagałyby bardziej szczegółowych analiz i, być może, ich przeniesienia na poziom indywidualnych przedsiębiorstw. Jest to największy problem dla tego etapu analizy. Z drugiej strony, teoria jasno wskazuje na pozytywny wpływ kapitału ludzkiego na przedsiębiorczość. Główną wątpliwością pozostaje bardzo duża siła tej zależności. Wyjaśnieniem może być komunistyczna przeszłość Polski oraz silny związek między wykształceniem wyższym a aglomeracyjnością. W PRL nie było takiego zapotrzebowania na pracę umysłową jak w obecnej gospodarce, a transformacja i nowe metody produkcji wymusiły zmiany struktury wykształcenia. Nowe, lepiej płatne miejsca pracy spowodowały zwiększenie popytu na edukację. Równocześnie nastąpiły gwałtowne przeobrażenia gospodarcze, zaczęto prywatyzować i likwidować zakłady przemysłowe. Blisko 41% zakładów przemysłowych wybudowanych w czasie PRL uległo likwidacji po zmianie systemowej; proces ten dotknął zwłaszcza zakłady duże, o zatrudnieniu ponad 1000 osób, które stanowiły 37% wszystkich likwidacji i miały 78% udziału w całej stracie miejsc pracy w zakładach zlikwidowanych (Karpiński i in., 2013). Zmniejszyła się również liczba osób pracujących w rolnictwie. Skala zmian była tak ogromna, że spowodowała olbrzymie zmiany w gospodarce, na rynku pracy, w tym nadpodaż pracowników. Przemiany systemowe uwolniły całą masę zasobów i spowodowały ich relokację, co dotknęło Polskę w aspekcie regionalnym i jeszcze bardziej wzmocniło wzrost znaczenia aglomeracji. Likwidacja dawnych miejsc pracy, takich jak lokalne zakłady przemysłowe, czy Państwowe Gospodarstwa Rolne, spowodowała odpływ ludzi z mniejszych miejscowości do miast i ich aglomeracji. Aby uzmysłowić sobie skalę zmian, warto przytoczyć wypowiedź wójta Lesznowoli:

„Jeżeli ludzi było około 7 tys. czy 8 tys. z kawałkiem, a budżet wynosił 11 mln, (...) no to jeżeli dzisiaj spojrzymy na tę liczbę, 35 tys. mieszkających, czy 23 tys. zameldowanych i 35 tys. mieszkających i 170 mln budżet, to wtedy były 23 gospodarstwa rolne, które właśnie profesjonalnie zajmowały się ogrodnictwem, a teraz mamy ponad 5 tys. podmiotów gospodarczych. To pokazuje, gdzie jesteśmy i co udało się, przez te prawie 20 lat, osiągnąć” (Lesznowola, r1).

Gmina ta w czasie rządów pani wójt zwiększyła liczebność swojej ludności blisko pięciokrotnie i całkowicie zmieniła swój charakter, z rolniczego na inwestycyjny. Biorąc pod uwagę olbrzymie zmiany w polskiej gospodarce, jak i trendy obecne w gospodarce globalnej, można postawić tezę, że wyniki związane z kapitałem ludzkim są tak wysokie na skutek wzajemnego wspierania się trendów światowych i krajowych. Olbrzymia masa uwolnionych zasobów z przemian strukturalnych stała się bardzo mobilna i plastyczna, dlatego wypełniła pojawiające się równocześnie miejsca pracy wymagające wyższego wykształcenia i kompetencji z nim związanych. Pozostaje pytanie, czy nie wystąpiła w konsekwencji nadpodaż osób z wyższym wykształceniem w stosunku do potrzeb rynku

pracy i czy nie spowodowało to zahamowania wzrostu wynagrodzeń. Zastanawiającą jest również rola wyższego wykształcenia jako miary kapitału ludzkiego. W początkowych latach intensywnych przemian regionalnych (według wywiadów jakościowych są to lata 1996–2004) wyższe wykształcenie było silnym nośnikiem kompetencji zawodowych, ze względu na opisywane przemiany. W późniejszych latach rola wyższego wykształcenia powinna ulegać zmianom i, prawdopodobnie, stawać się pierwszym poziomem kapitału ludzkiego związanym z kapitałem kulturowym i podstawowymi umiejętnościami zawodowymi.

Duża rola kapitału ludzkiego jest zgodna z badaniami światowymi, jednak obecnie kluczową rolę w analizach przestrzennych gospodarki odgrywają wiedza oraz aglomeracyjność (Zaucha i in., 2015, s. 113–120). W dalszych badaniach autor planuje dodać do modelu zmienną *wiedza*.

Wzrost wartości zmiennej *turystyka* o 1% jest związany ze wzrostem liczby przedsiębiorstw o 0,02% (dwie setne procenta). Jest to w porównaniu z kapitałem ludzkim znacznie słabsza, lecz również zauważalna, zależność. Ta zmienna pozwala jednak znacznie zwiększyć liczbę obserwacji wyjaśnianych przez model, ponieważ bardzo wiele obserwacji nietypowych (trzy najważniejsze, czyli Karpacz, Krynica Morska i Hel) to gminy związane z turystyką, a 11 z nich znajduje się wśród 20 gmin o największej liczbie przedsiębiorstw w przeliczeniu na 10 000 mieszkańców. Zmienna ta ma bardzo duży wpływ w kontekście poprawności metodologicznej modelu. Charakterystyka atrakcyjności turystycznej jako zmiennej jest taka, że wartość powyżej 2 osiągają tylko 133 gminy na 2478, a powyżej 5 wyszukań hasła na osobę tylko 35 gmin. Może świadczyć to o tym, że gmin opartych na przedsiębiorczości turystycznej jest w kraju niewiele, szacunkowo na podstawie powyższych danych między 1,5% a 5%. Gminy o charakterystyce turystycznej mają bardzo silne marki, budowane przez lata. Próby przejścia potencjalnych klientów przez inne gminy będą bardzo trudne i wymagające dużych nakładów finansowych, lub budowy wielkich atrakcji turystycznych (przykłady: Bałtów czy termy w Uniejowie – około 7 wyszukań na mieszkańca). Posiadanie statusu gminy atrakcyjnej turystycznie na tle kraju jest więc strategią optymalną tylko dla szczególnych przypadków. Należy także pamiętać o bardzo silnym nasileniu przedsiębiorczości w gminach, które już są popularne u odwiedzających. Świadczą o tym zwłaszcza przypadki gmin nadmorskich (Krynica Morska, Łeba, Rewal). Kwestia ta zostanie szczegółowo omówiona w części jakościowej. Warto jednak zwrócić uwagę – w odniesieniu do analiz powyższych danych – na dwa problemy poruszane przez respondentów. Pierwszy to dominująca iluzoryczna dwu-trzymiesięczna przedsiębiorczość, w której skład wchodzi przedsiębiorcy przyjeżdżający tylko na sezon – wynajmujący pokoje, sprzedający napoje, lody itp. Poza latem większość miejscowości nadmorskich to co najwyżej w połowie zamieszkałe osady. Drugi problem to możliwa przyczyna takiego stanu rzeczy, czyli dwumiesięczny sezon i niewielka liczba klientów poza nim. Dla porówna-

nia gminy górskie szacowały sezon na około 8 miesięcy w roku. Sezonowość ruchu turystycznego i decyzje o inwestycji w edukację dzieci (kwestia poruszana w wywiadach) prowadzą do odpływu z miejscowości nadmorskich osób o wysokich kwalifikacjach. Równocześnie interakcja zamieszczona w modelu wskazuje na to, że przedsiębiorczość turystyczna do rozwoju potrzebuje ludzi z wysokim kapitałem ludzkim. Może to być skutkiem nowych sposobów zdobywania klientów, głównie przez internet, co wymaga pozycjonowania się na tle konkurencji, umiejętności korzystania z serwisów rezerwacji pokoi czy budowania własnej marki. Inną przyczyną interakcji jest obsługa klientów zagranicznych. W klientach spoza Polski władze gmin nadmorskich doszukiwały się największej szansy na możliwość przekształcenia się w całoroczny kurort (tu podawany przykład to Kołobrzeg). Inną kluczową kompetencją, którą poruszano, np. podczas wywiadów w Mielnie, jest umiejętność organizowania wydarzeń przedłużających sezon, jak np. imprezy dla morsów czy studentów, co także wymaga odpowiedniego podejścia do klienta. Podsumowując, wydaje się, że by rozwiązać największy problem tych gmin, konieczne jest utrzymanie lub pozyskanie osób z wysokim kapitałem ludzkim.

Zmienna *aglomeracyjność* jest niezwykle istotna z teoretycznego punktu widzenia. W modelu wzięto pod uwagę wszystkie gminy znajdujące się w aglomeracjach wojewódzkich. Średnia liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie przynależącej do aglomeracji jest o 14% wyższa niż w gminie nieprzynależącej do aglomeracji, przy niezmiennych wartościach pozostałych zmiennych. Jest to wysoki wynik. W dalszych badaniach bardzo cenne byłoby wprowadzenie zmiennej ciągłej dla aglomeracyjności, jednak jest to trudne na poziomie gminnym. Na tle kraju wyróżniają się gminy znajdujące się zwłaszcza w aglomeracji warszawskiej i poznańskiej (jako obserwacje nietypowe). Bardzo niepokojące stają się szczególnie różnice między aglomeracją warszawską a resztą województwa. Potwierdza to możliwe scenariusze wskazywane przez zespół EUROREG-u (Smętkowski i in., 2012, s. 265), mówiące o pogłębianiu różnic między regionem centralnym a peryferyjnym. Czynniki mające hamować ten proces, takie jak przenoszenie produkcji z Warszawy, odbywają się raczej w ramach aglomeracji. Dla wielu gmin czynnikiem rozwojowym staje się na przykład bliskość autostrady. W przyszłości należy oczekiwać, że województwo mazowieckie będzie jednym z najbardziej podzielonych regionów naszego kraju.

Dla kapitału społecznego wzrost wartości tej zmiennej o 1% jest związany ze wzrostem liczby przedsiębiorstw o 0,07% (siedem setnych procenta). Jest to ponad trzykrotnie wyższy wynik niż dla zmiennej *turystyka*. W części gmin stowarzyszenia są wykorzystywane przez władze do realizacji zadań związanych właśnie z turystyką i promocją. W innych miejscowościach pojawiają się organizacje związane z kultywowaniem lokalnych tradycji, realizacją budżetu partycypacyjnego czy rozwojem relacji z gminami z innymi państwami. Oczywiście środki unijne

także mają wpływ na rozwój stowarzyszeń. Odnosząc do teorii kapitału społecznego, w gminach o dużej liczbie stowarzyszeń, powinno być wyższe zaufanie między mieszkańcami, a tym samym niższe koszty transakcyjne. Podczas badań jakościowych dostrzeżono też inny czynnik związany z przedsiębiorczością, czyli wysoką proaktywność obywateli, ich zdolność i chęć do organizowania i realizacji własnych przedsięwzięć i pomysłów. Pojawia się swego rodzaju doświadczenie projektowe, które może być wykorzystywane do rozwoju własnej firmy.

Rozdział 5

BADANIE JAKOŚCIOWE

5.1. Dobór próby

Dobór gmin do badania jakościowego miał charakter celowy. Jego rezultatem, według zamierzeń, miało być jak najlepsze zgłębienie badanych przypadków oraz charakteru zależności między poszczególnymi zmiennymi a przedsiębiorczością. Główny nacisk położono na przypadki ekstremalne (skrajne), co jest jednym ze standardowych zastosowań doboru celowego (Flick, 2012, s. 59). W badaniu jakościowym skupiono się na gminach o największym zagęszczeniu przedsiębiorczości. Analiza nakierowana była na uchwycenie uwarunkowań zasobowych funkcjonowania firm w gminach. Skupiono się na odpowiedzi na pytania:

- Jak poszczególne zasoby wpływały na przedsiębiorczość?
- Jaki był charakter tej zależności?

Wyniki zostały przedstawione na schematach ukazujących wpływ poszczególnych zasobów i czynników na wzrost przedsiębiorczości na danym terenie gminy.

Gminy do badania jakościowego dobrano według czterech głównych zmiennych wyjaśniających, czyli: *atrakcyjności turystycznej*, *obecności w aglomeracji*, *wysokiego poziomu kapitału społecznego* oraz *kapitału ludzkiego*. Pierwszym ważnym kryterium wyboru było objęcie ich obserwacją nietypową dla danej zmiennej wyjaśnianej (zestawienia były prezentowane w rozdziale czwartym). Drugim kryterium wyboru były znacznie wyższe wyniki rzeczywiste gminy niż te przewidywane przez model (duża reszta). Wyniki poszczególnych zmiennych dla wybranych gmin zaprezentowane są w tabeli 5.1.

Tabela 5.1. Wyniki poszczególnych zmiennych dla wybranych gmin

Ludność	Miejsce na liście gmin z najwyższą resztą	Wyniki reszt z modelu zlogarytmizowanego	Atrakcyjność turystyczna	Bycie w aglomeracji	Województwo	Kapitał społeczny	Kapitał ludzki	Miejsce w skali kraju pod względem gęstości przedsiębiorczości	Podmioty wpisane do REGON na 10000	Nazwa gminy
4921	zbyt duży wpływ na model oddzielna zmienna zero jedynkowa	zbyt duży wpływ na model oddzielna zmienna zero jedynkowa	18,39	Nie	dolnośląskie	71,1	0,1	1	7691,5	Karpacz
3836	2	0,95	15,77	Nie	pomorskie	62,6	0,1	4	3480,2	Łeba
5082	13	0,61	9,74	Nie	zachodniopomorskie	78,7	0,1	6	2855,2	Mielno
15456	7	0,73	3,91	Nie	pomorskie	33	0,1	10	2406,2	Władysławowo
16209	673	0,095	0,41	Tak	wielkopolskie	36,4	0,2	16	2155,6	Suchy Las
23985	204	0,23	0,5	Tak	wielkopolskie	35	0,1	19	2045,9	Tarnowo Podgórne
23581	14	0,6	0,19	Tak	mazowieckie	33,5	0,2	8	2703,5	Lesznów
3845	1969	-0,136	1,72	Tak	mazowieckie	78	0,3	13	2252,3	Podkowa Leśna
10768	10	0,63	0,15	Nie	świętokrzyskie	24,2	0	383	1034,6	Krasocin
2578	3	0,83	0,93	Nie	lubuskie	46,6	0,1	26	1858	Łęknica

Źródło: opracowanie własne.

Trzecim wymienionym na wstępie elementem doboru próby był bardzo wysoki poziom przedsiębiorczości. Prawie wszystkie wybrane jednostki znajdują się w pierwszej trzydziestce gmin o najwyższej gęstości przedsiębiorczości (wyjątek stanowi Krasocin).

Podsumowanie kryteriów wyboru zostało przedstawione na rysunku 5.1.

Rysunek 5.1. Kryteria wyboru do badania jakościowego

Źródło: opracowanie własne.

Za pomocą przedstawionych powyżej kryteriów wybrano do badania osiem gmin. Dodatkowo wybrano dwie gminy, których bardzo wysoki poziom przedsiębiorczości nie daje się wyjaśnić za pomocą wybranych zasobów. Taki zabieg przeprowadzono w celu potwierdzenia poprawności modelu oraz wskazania dróg jego dalszego rozwoju. Po pierwsze, by sprawdzić, czy rzeczywiście poziom przedsiębiorczości w tych dwóch gminach nie jest wynikiem analizowanych zasobów, a po drugie, by przekonać się, jakie czynniki mogą w przyszłości zostać uwzględnione w modelu.

Wybrane do badania gminy o bardzo wysokim poziomie przedsiębiorczości, mające duże reszty oraz będące obserwacjami nietypowymi dla zmiennej *atrakcyjność turystyczna*, to Mielno, Łeba, Władysławowo i Karpacz. Wszystkie te gminy znajdują się wśród dwudziestu gmin, które mają najwyższy wynik przedsiębiorstw w stosunku do liczby mieszkańców. Mają również bardzo wysokie wyniki dla zmiennej *atrakcyjność turystyczna* (liczba wyszukikań w Google na mieszkańca gminy). Gmina Władysławowo osiągnęła najniższy wynik spośród wybranych gmin, choć i tak jest to wynik bardzo wysoki w skali kraju, bo dający 45. miejsce w zestawieniu wszystkich jednostek. Pozostałe gminy znajdują się wśród dwudziestu o najwyższych wynikach zapytań w Google na osobę. W przypadku gmin nadmorskich celem było również uchwycenie spojrzenia respondentów z róż-

nych części wybrzeża. Wszystkie gminy turystyczne, poza Władysławowem, są gminami wyróżniającymi się także pod kątem kapitału społecznego na tle kraju. W dalszej części książki przeanalizowano wykorzystanie stowarzyszeń w celu wzmacniania marki gminy oraz obsługi ruchu turystycznego.

Podczas analizy obserwacji nietypowych dla gmin aglomeracyjnych, oraz tych o wysokim kapitale ludzkim, zauważono, że jednostki wybrane do analiz są przedstawicielami zarówno jednej, jak i drugiej kategorii. Wszystkie gminy z dwudziestu o największych wynikach dla kapitału ludzkiego są częścią którejś z aglomeracji wojewódzkich. Zdecydowano się na wybór gmin z największej aglomeracji, czyli warszawskiej, oraz z aglomeracji wyróżniającej się pod względem liczby przedsiębiorstw na mieszkańca, czyli poznańskiej. Wybrano zatem Tarnowo Podgórne oraz Suchy Las z Wielkopolski, a także Podkowę Leśną oraz Lesznowolę z Mazowsza. Wszystkie te gminy, oprócz powyższych zmiennych, miały również wysoki odsetek ludzi z wyższym wykształceniem. Suchy Las w tej kategorii zajmuje dziesiąte miejsce w kraju, natomiast Tarnowo Podgórne osiągnęło 64. lokatę. Gminy z Wielkopolski osiągnęły też wyższy wynik rzeczywisty niż przewidywany przez model. Najwyższy wynik reszt ze wszystkich gmin znajdujących się w aglomeracji (14. w całym kraju) i 8. pod względem przedsiębiorstw wpisanych do rejestru REGON w przeliczeniu na mieszkańca osiągnęła gmina Lesznowola. Podkowa Leśna jest natomiast gminą o największym odsetku ludzi z wyższym wykształceniem w kraju. Ma też wysoki poziom gęstości przedsiębiorczości – 13. wynik w kraju. Mimo tego wynik reszt jest ujemny, czyli gmina ta nie spełnia jednego z kryterium wyboru. Jest to spowodowane olbrzymią nadreprezentacją kapitału ludzkiego w tej gminie, która osiągnęła wynik 33%. Dla porównania, druga w zestawieniu gmina Sopot może poszczycić się wynikiem na poziomie 25%. Ze względu na tak skrajny wynik, uzyskany przez gminę Podkowa Leśna, mimo ujemnego wyniku przewidywania, zdecydowano się na przeprowadzenie analizy tej gminy, mając na uwadze dużą wartość wyjaśniającą tego przypadku. Przypadki gmin Podkowa Leśna w województwie mazowieckim i Suchy Las w województwie wielkopolskim są też obserwacjami nietypowymi dla zmiennej *kapitał społeczny*. Dlatego też, w obydwu tych przypadkach, jak również w gminach o charakterze turystycznym (poza Władysławowem), zostanie przeanalizowany wpływ wspomnianej wyżej zmiennej na przedsiębiorczość.

W dalszej części książki analizę podzielono na dwa bloki, co ma ułatwić jej dokonanie i dalsze prace nad uzyskanymi wynikami. Pierwszy blok to gminy turystyczne, drugi – gminy aglomeracyjne z wysokim kapitałem ludzkim. Wpływ kapitału społecznego widoczny jest w obydwu tych grupach.

Przeprowadzono również analizę dwóch przypadków gmin, które miały bardzo wysoki poziom przedsiębiorczości i model nie potrafił tego wyjaśnić (przewidywane w modelu wartości były znacznie niższe). Wyniki tych dwóch gmin, Łęknicy, położonej na terenie województwa lubuskiego, oraz Krasocina z woje-

wództwa świętokrzyskiego, nie były jednak rezultatem skrajnego wykorzystania czterech głównych zasobów.

Podczas trwania badania przeprowadzano wywiady podstawowe z władzami danej gminy, zazwyczaj z wójtem lub burmistrzem (czasem z zastępcą – w przypadku rozmów w Tarnowie Podgórnym i Suchym Lesie). Wywiady uzupełniające przeprowadzono z lokalnymi przedsiębiorcami i liderami lokalnych stowarzyszeń – w sumie przeprowadzono 25 wywiadów. Część jakościowa została nasycona cytataми z wypowiedzi respondentów. Przyjęto następujący sposób kodowania respondentów: najpierw podawana jest nazwa gminy, a następnie numer rozmówcy.

5.2. Gminy turystyczne

W niniejszym podrozdziale omówione zostaną przypadki trzech gmin nadmorskich: Mielna, Łeby, Władysławowa oraz jednej gminy związanej z turystyką górską, Karpacza.

W opinii respondentów we wszystkich badanych w tej kategorii gminach dominuje drobna przedsiębiorczość, której klientami są turyści. Nie znajdują się w tych gminach zakłady przemysłowe zatrudniające dużą liczbę pracowników. Na terenie wskazanych na początku podrozdziału miejscowości dominują więc drobni przedsiębiorcy, walczący ze sobą o każdego klienta, ale należy mieć na uwadze, że znajdują się tam również hotele całoroczne oraz atrakcje turystyczne, takie jak np. parki miniatur, wesołe miasteczka, komercyjne muzea (np. zabawek), park dinozaurów. Część z tych atrakcji znajduje się na terenach gmin sąsiadujących. Pod względem liczby obiektów wyróżnia się zwłaszcza gmina Karpacz, na terenie której można znaleźć Hotel Gołębiwski z aquaparkiem oraz kilka innych, dużych hoteli, jak m.in. Sandra, Artus. W gminach nadmorskich hotele tego typu, tej klasy, nie są tak duże i mają mniej dodatkowych atrakcji.

5.2.1. Charakterystyka przedsiębiorczości nadmorskiej i jej sezonowość

W gminach nadmorskich sezon trwa tylko dwa miesiące – lipiec i sierpień. Bardzo rzadko za początek sezonu uznawano koniec czerwca. Ruch turysty nadmorskiego jest silnie związany z rokiem szkolnym i wakacjami dla dzieci i młodzieży. Największy napływ turystów gminy odnotowują od połowy lipca do około dwudziestego sierpnia (ta data jest, według większości respondentów, uznawana za koniec sezonu). Właśnie w tym okresie działa najwięcej firm, z których większość zawiesza działalność z nadejściem ostatnich dni sierpnia. W gminach nadmorskich mamy więc do czynienia z silną przedsiębiorczością sezonową, nastawioną na minimalizację kosztów związanych z opłatami do Skarbu Państwa,

czasami balansującą na granicy prawa. Według respondentów taka sytuacja ma miejsce w przypadku zamawiania kwater, których właściciele podczas wczesnych rezerwacji mają zazwyczaj jeszcze zawieszoną działalność. Podsumowując, sezonowa przedsiębiorczość, pod względem ilościowym, jest skrajnie dominująca na terenach nadmorskich, co znajduje potwierdzenie w słowach respondentów:

Zdecydowana większość tych, którzy nie prowadzą tej działalności po wakacjach, zawiesza, to jest tak nagminnie u nas. Data trzydziestego czerwca to jest obłożenie urzędu i data trzydziestego pierwszego sierpnia, to proszę mi wierzyć, że mamy obłożenie, bo wiadomo, że tego dnia jak się nie zawieszysz, to pierwszego, drugiego to już część składek się tych zusowskich płaci za cały miesiąc, nieproporcjonalnie i to jest bardzo takie zjawisko widoczne u nas, kiedy się rzeczywiście u nas sezon rozpoczyna, wchodzi się do tego budynku i widzi się kiedy sezon trwa. (Władysławowo r1)

Poza sezonem funkcjonuje zaledwie kilka-kilkanaście procent przedsiębiorstw turystycznych działających w miesiącach wakacyjnych. Gwałtownie spada też realna liczba mieszkańców gminy. Według różnych respondentów poza sezonem na terenie gmin liczba stałych mieszkańców spada do poziomu między 30%, a 50% liczby z okresu wakacji (dotyczy to tylko osób mających meldunek lub własność posesji na terenie danej miejscowości). Sytuacja ta jest spowodowana w dużej mierze przez fakt, że domy wynajmują osoby spoza terenów gminy. Zjawiskiem tym, zdaniem respondentów, mniej dotknięte jest Mielno ze względu na bliskość Koszalina, który staje się miejscem pracy dla mieszkańców okolicznych gmin poza okresem wakacyjnym. We wszystkich badanych gminach nadmorskich brakuje dużych obiektów całorocznych, a jeśli są, to stanowią niewielki procent całości.

Sezon na przestrzeni lat skrócił się i stał się bardziej zależny od uwarunkowań pogodowych. Równocześnie organizacja ruchu turystycznego, w porównaniu z czasami komunistycznymi, stała się bardziej chaotyczna i nieprzewidywalna. Jednym z postulatów władz gmin nadmorskich jest zmiana terminów wakacji. Lokalni władarze postulują do władz centralnych, aby okres wakacyjny był ukształtowany na wzór ferii zimowych. Różne województwa miałyby wypoczynek w innym czasie. Miałoby to wydłużyć sezon tak, by nie trwał on półtora miesiąca, gdyż, zdaniem respondentów:

i tak sezon się kończy po 20 sierpnia, naprawdę jest tak, że jednego dnia jest stado ludzi, a drugiego dnia, pstryk, nie ma ludzi. Są puste. (Mielno r2)

W gminach nadmorskich napływ dużej liczby turystów związany jest z dobrą pogodą. Kiedy świeci słońce, pojawiają się ludzie. Nadal, zdaniem respondentów, większość turystów przyjeżdża nad morze, by zażyć kąpieli słonecznych i wodnych. Dodatkowo, kiedy jest dobra pogoda, klienci są bardziej zadowoleni

z pobytu i nie odwołują rezerwacji. Według respondentów pogoda utrudnia przewidywania dochodów z ruchu turystycznego i dlatego jest jednym z największych czynników ryzyka w gminach nadmorskich. Potwierdzają to słowa przedsiębiorcy, który stwierdził, że pogoda jest kluczowa:

Tyle ludzi było w ubiegłym roku na plaży i pogoda była niesamowita, i, proszę pana, pogoda decyduje o wszystkim. (Łeba r1)

Respondenci pytani o systemy rezerwacji przyznają jednak, że większość noclegów mają zarezerwowaną ze znacznym wyprzedzeniem. Dodatkowym dochodem w wakacje są wyjazdy weekendowe, rezerwowane z tygodnia na tydzień. Dlatego można przypuszczać, że pogoda ma wpływ przede wszystkim na zadowolenie klientów i dodatkowy dochód. Ryzyko związane z odwołaniem rezerwacji można ograniczyć, uniemożliwiając klientowi rezygnację po upływie określonego czasu – taką taktykę stosuje część respondentów. Szybkość i liczba rezerwacji są według przedsiębiorców związane z marką gminy. W pierwszej kolejności zajmowane są pokoje w bardziej znanych miejscowościach, nawet w tej samej gminie. Przykładem miejscowości, w której dominują takie zachowania klientów, jest Władysławowo.

5.2.2. Problemy wynikające z sezonowego charakteru przedsiębiorczości

Sezonowy charakter przedsiębiorczości w gminach nadmorskich silnie determinuje życie lokalnych mieszkańców. Gminy te stopniowo się wyludniają i wymierają. Jeden z respondentów szacował, że na przestrzeni lat w całej gminie liczba ośrodków turystycznych przekazanych dzieciom przez rodziców wyniosła pięćdziesiąt. Tyle miejsc jest prowadzonych przez biznes rodzinny, przekazywany z pokolenia na pokolenie. Reszta z funkcjonujących na terenie gmin obiektów jest sprzedawana lub wynajmowana sezonowo. Brakuje stałej pracy dla osób, które nie mają własnych ośrodków:

Powiedziałbym, że ta migracja jest związana z tym, że poza sezonem tu pracy nie ma, naprawdę jest mało ośrodków, co by zatrudniały poza sezonem i dawały stałą pracę. To, co tutaj widzimy, ten napływ ludzi, barów, to tylko sezon. Jak się tu w zimie przyjedzie, to nic nie jest otwarte. (Władysławowo r3)

W opinii respondentów populacja gmin nadmorskich podlega procesowi gwałtownego starzenia. Pojawiają się również problemy społeczne, jak np. alkoholizm, najczęściej związane z brakiem pracy i zajęcia. Jako przyczyny starzenia się populacji podawane są, po pierwsze, bardzo wysokie ceny gruntów uniemożliwiające osiedlenie się młodym, a po drugie, inwestowanie w edukację dzieci przez zamożnych rodziców, skutkujące wyprowadzką i pracą w dużych mia-

stach. Zjawisko to zależy również od odległości od większych miast, które mogą zapewnić stałą pracę. Równocześnie, ceny zakupu ośrodków są bardzo wysokie – jeden z respondentów podawał średnią kwotę w wysokości 1,5 mln zł i nie dotyczyło to nowych budynków. Według innych szacunków posiadanie własnego ośrodka wiąże się z minimum 7-tysięczną ratą kredytu miesięcznie (szacowano w złotych). Sezonowy charakter pracy, zdaniem mieszkańców, prowadzi do zerwania więzi międzyludzkich i osłabienia wzajemnego zaufania. Mieszkańcy nastawieni są na duży zysk w krótkim czasie, a codzienne konkurowanie między sobą o klienta utrudnia ich wzajemne relacje. Tak jeden z respondentów opisał samotność mieszkańców miejscowości nadmorskich, powodowaną przez sezonowy charakter przedsiębiorczości:

... że ponad średnią statystyczną niektóre osoby wpadają w takie problemy czy alkoholowe i zamykają się wewnątrz swoich domów, czyli my się po wakacjach zamykamy w domu, nie wychodzimy, nie spotykamy, ja oczywiście mówię ogólnie, nie każdy i dzięki temu jesteśmy tacy trochę zamknięci, mieszkańcy właśnie. (...) okres zimowy jak niedźwiedzie zamykamy w domach i śpimy i się budzimy na wiosnę, kiedy się sezon rozpoczyna. (Władysławowo r1)

5.2.3. Relacje z inwestorami spoza terenów gmin nadmorskich

W opinii respondentów rośnie konkurencja ze strony inwestorów z całej Polski. Co ciekawe, przedsiębiorcy biorący udział w badaniu znacznie bardziej pozytywnie wypowiadali się o hotelach całorocznych niż sezonowych właścicielach domów. Wielkie hotele są chwalone za tworzenie stałych miejsc pracy czy budowanie atrakcji turystycznych. Rozmówcy nie postrzegają ich jako konkurencji, ze względu na bardzo wysoki standard tych obiektów. Drobnii właściciele domów na wynajem, którzy nie są stałymi mieszkańcami gminy, uznawani są natomiast za duży problem. Poniższa wypowiedź respondenta dotyczy wielkiego boomu turystycznego, który wybuchł w latach 90. w Łebie:

Wokół Łeby, jak był ten boom taki turystyczny, wokół Łeby urosła nie do końca prawdziwa historia gospodarcza. Brzmi to mniej więcej tak: przyjeżdż do Łeby, kup działkę, wybuduj dom na dwa miesiące, bo mamy sezonowość, w dwa miesiące zarobisz na kolejną działkę i dom, na nowy samochód, dzieciom kupisz mieszkanie w Trójmieście lub w Warszawie i jeszcze starczy ci na życie na cały rok. (Łeba r1)

Intensyfikacja działań budowlanych nie była regulowana ani w jakikolwiek sposób zarządzana przez lokalnych włodarzy. Plany zagospodarowania przestrzennego pojawiły się w tych gminach znacznie później. Równocześnie pano-

wało przekonanie wśród mieszkańców, że nie należy przeszkadzać innym w interesach. Dlatego sprzedawano duże liczby działek budowlanych i stawiano domy pod wynajem kwater dla turystów. W okresie powakacyjnym takie domy stoją puste. Dochodzi do sytuacji, w której w małej miejscowości poza sezonem duża jej część jest niezamieszkała:

... całe osiedla stoją i tam jest pusto. Tam się światła zapalają proszę Pana tylko w sezonie, a po sezonie wszystko gaśnie i na takiej ulicy mieszka jedna, dwie osoby. (Łeba r1)

To zjawisko dotyczy nawet 50% domów w niektórych gminach, a w każdej z badanych gmin ma ono natomiast charakter znaczący i jest bardzo odczuwalne przez mieszkańców. Wynajmujący domy spoza gminy są oskarżani o zaniżanie cen, dumping czy zabieranie najcenniejszych klientów. Równocześnie przedsiębiorcy spoza gminy, w opinii respondentów, zabierają podatki do swojej miejscowości, co uszczupla budżety lokalnego samorządu. Działalność inwestorów z innych stron Polski jest bardzo mocno sezonowa, nastawiona na maksymalne wykorzystanie bardzo dużego ruchu turystycznego w okresie wakacji i bardzo często zamknięta nawet w tzw. długie weekendy. Można przypuszczać, że ze względu na skrajne nastawienie na sezon przedsiębiorcy spoza terenów gminy umacniają tendencję do sezonowości w miejscowościach nadmorskich. Jednym ze skutków ich działalności jest wrażenie „wyludnienia” tych gmin po wakacjach. Bardzo wiele restauracji i barów również jest zamkniętych. Po przestawieniu pracy w jednej z restauracji na całoroczną, wzrósł w całej gminie ruch turystyczny w miesiącach powakacyjnych. Posezonowe braki w infrastrukturze są także kojarzone z zewnętrznymi podmiotami gospodarczymi, które oskarżane są m.in. o brak dbałości o estetykę czy porządek:

... a po sezonie wszystko jest zabite dechami, no to jednak ten wystrój nie jest ładny. (...) bo każdy turysta powie: bez problemu zjadłem rybkę, bez problemu pływałem na bananie po morzu, bez problemu pożyczyłem sobie auto, czy motor, bo to wszystko tutaj na sezon jest. Po sezonie tego nie ma (...). (Władysławowo r3)

Pojawiają się też oskarżenia o spekulacje gruntami. Dotyczą one zwłaszcza okolic Trójmiasta, gdzie zamożne osoby kupiły olbrzymie liczby działek, a obecnie windują ceny. To zjawisko hamuje rozwój osadnictwa w gminach nadmorskich.

Konkludując: mieszkańcy miejscowości nadmorskich dostrzegają w przedsiębiorcach spoza terenów swojej gminy zagrożenie i często nieuczciwą konkurencję. Aprobują i doceniają jednak przedsiębiorczość o charakterze całorocznym.

5.2.4. Relacje z gminami sąsiadującymi z miejscowościami nadmorskimi

Rozmówcy poruszają również problem „przybliżenia” miejscowości okolicznych do badanych miejscowości, czego skrajnym przykładem jest Łeba. Tam, sąsiadująca z Łebą miejscowość Nowęcín, po prostu „zniknęła z map”:

Proszę Pana, jest tutaj miejscowość Nowęcín. Pan jej nie znajdzie, a wie Pan dlaczego? Bo z jednej i z drugiej strony zmieniają, jak my stawiamy napis Nowęcín, bo to jest inna gmina to w nocy ten napis Nowęcín znika i piszą Łeba, z jednej i z drugiej strony. (Łeba r1)

To humorystyczne wydarzenie świadczy z jednej strony o silnej marce Łeby (podobne sytuacje pojawiały się również Mielnie), z drugiej zaś, przysparza dużych problemów administracyjnych. Mieszkańcy Nowęcína, zamieszczając ogłoszenia w internecie, oznaczają się jako Łeba. W obydwu miejscowościach mamy kilka takich samych nazw ulic i turysta może być przekonany, że wykupił bardzo taną kwaterę w centrum Łeby, podczas gdy pokój wynajął w Nowęcínie. Gminy sąsiadujące z miejscowościami nadmorskimi rozwijają się wzdłuż granicy z badaną jednostką – otaczając ją. Przyciągają nowych mieszkańców, oferując przede wszystkim tańsze działki, dzięki czemu przenosi się tam część lokalnych przedsiębiorców i mieszkańców okolicznych gmin, co zwiększa jeszcze trend starzenia się populacji w badanych gminach nadmorskich.

5.2.5. Ewolucja przedsiębiorców nadmorskich

Respondenci postrzegają przedsiębiorców pochodzących spoza gminy, a trudniących się wynajmem, jako zagrożenie. Ich zdaniem nowi przybysze powodują nadmierny rozrost miejscowości i wzrost konkurencji. Nie wspominają jednak o przejawach agresji wobec takich osób lub wrogości, choć wiedzą, że osoby te wynajmują firmy ochroniarskie. Bezpośredni konkurenci traktowali taki stan rzeczy jako coś normalnego i oczywistego. Znacznie bardziej akcentowali skalę zjawiska. Jeden z respondentów podał przyczynę takiego zachowania. Według niego obecnie coraz mniej osób pochodzących z badanych miejscowości otwiera nowe pensjonaty i nową działalność. Lokalni przedsiębiorcy skupiają się na wynajmie własnej przestrzeni przedsiębiorcom spoza terenów gminy. Przyczyną takiego zachowania może być minimalizowanie ryzyka i próba budowania bezpiecznego stałego dochodu, możliwego do osiągnięcia przy mniejszym nakładzie pracy. Kolejną przyczyną takiego charakteru przedsiębiorczości jest to, że jest on atrakcyjny i możliwy do realizacji dla osób starszych lub mieszkających w dużych miastach, które odziedziczyły tereny w miejscowości nadmorskiej. Tak jeden z respondentów opisał wynajem powierzchni lub terenów na działalność gospodarczą:

Bo większość ludzi ma działkę i może woli sobie wynająć tę działkę, nie pracując, dostając dzierżawę z tej działki, ale jest drugi ten myk, że dużo osób, które dzierżawią te działki, nie są stąd, mieszkają gdzieś tam w Trójmieście, czy na drugim końcu Polski i biorą pieniądze z tej dzierżawy, bo nie chce im się prowadzić tych punktów. (Władysławowo r3)

Również w tym aspekcie działalności dużą liczbę przedsiębiorców trudniących się tego typu pracą stanowią inwestorzy zewnętrzni. Jak wiele punktów z pamiątkami lub usługowych prowadzi lokalni mieszkańcy? Jeden z respondentów oszacował skalę zjawiska wynajmu przedsiębiorcom spoza gminy:

Proszę Pana, większość. Myślę, że koło dziewięćdziesięciu procent ludzi odnajmuje, podnajmuje. (Łeba r1)

Reasumując: według respondentów lokalni przedsiębiorcy przede wszystkim starają się zarabiać na wynajmie pokoi. Tylko niewielki procent z nich zajmuje się handlem na stoiskach z pamiątkami – sezonowych straganach stawianych na fragmentach działek przyległych do domów. Innym typem działalności jest wynajem powierzchni przy trasie prowadzącej na plażę. Oczywiście zarówno lokalni przedsiębiorcy, jak i wynajmujący, starają się maksymalnie wykorzystać powierzchnię, co potęguje chaos urbanistyczny. Jeden z respondentów, który miał stragan i sam uznawał się za Kaszuba, oprowadził badacza po swojej okolicy. Według jego wiedzy, nikt z prowadzących działalność w tym miejscu, nie był stałym mieszkańcem miejscowości. Była to grupa ludzi przyjeżdżających z całego kraju, by sobie „dorobić”. Niektórzy sprzedający przyjeżdżali już od kilkunastu lat w to samo miejsce. Przykładem działalności tego typu jest przypadek nauczyciela prowadzącego w czasie wakacji szkolnych wypożyczalnię rowerów. Z przeprowadzonej z respondentem rozmowy można wywnioskować, że mieszkańcy mają widoczną potrzebę całorocznej, nie tylko dorywczej, pracy. Równocześnie, nadmorscy przedsiębiorcy szacują ryzyko związane z prowadzeniem takiego punktu i mają wątpliwości związane z osiągnięciem dużego zysku. Dlatego właśnie decydują się na wynajmowanie swojej przestrzeni przybyszom z zewnątrz.

Podsumowując rozważania dotyczące charakteru przedsiębiorczości nadmorskiej, warto odwołać się do koncepcji Sauteta (2013) zestawiającej przedsiębiorczość ze wzrostem gospodarczym. Firmy powstające w badanych gminach miały skrajnie lokalny charakter działania i w zasadzie opierały się na wykorzystaniu miejscowych możliwości i uwarunkowań zasobowych. Po pewnym czasie nastąpiła jednak stagnacja rozwoju. Jest to doskonały opis tego, co Sautet (2013) określa mianem przedsiębiorczości lokalnej – przeciwieństwo do przedsiębiorczości systemowej, opartej między innymi na akumulacji kapitału i innowacjach oraz wyjściu poza lokalną społeczność. W badanych gminach nadmorskich brakuje przedsiębiorców działających międzynarodowo i innowacyjnie, co może

stanowiąc przeszkodę w dalszym rozwoju gmin. Również to, co Hindle (2010) klasyfikuje jako bazę podstawowych zasobów ludzkich, czyli demografia i kapitał ludzki, ulega pogorszeniu. Biorąc pod uwagę obie te teorie, można stwierdzić, że dalszy rozwój gmin nadmorskich może być znacznie słabszy, niż oczekują tego lokalne władze.

5.2.6. Statystyki i szara strefa

Przedsiębiorczość nadmorska charakteryzuje się tym, że intensywnie funkcjonuje przede wszystkim przez dwa letnie miesiące. Niestety, nie oddaje tego rejestr REGON i nie jest to jedyny element, w którym realna przedsiębiorczość różni się od obrazu przedstawianego przez statystyki. Są jeszcze dwa bardzo ważne zjawiska, wpływające na lokalny rynek. Pierwszym z nich jest olbrzymi ruch turystyczny, który pojawia się na polskim wybrzeżu. Taki przypływ klientów powoduje, że trzeba ich gdzieś pomieścić. Dlatego jednym z elementów, wpływających na decyzje turystów o wyborze danej miejscowości, staje się plaża i jej wielkość. Jest to kluczowy zasób gminy nadmorskiej:

No najważniejsza to jest plaża, przyjeżdżają turyści, są świetne plaże. Przede wszystkim to jest 25 kilometrów plaż. (Mielno r1.1)

Można przypuszczać, że wielkość i jakość plaży mają bardzo silny wpływ na markę danej gminy. To sprzyja powstawaniu inwestycji finansowanych przez ludzi spoza terenów gminy. Ruch jest tak olbrzymi, że autochtoni i tak sami zapewne nie byliby w stanie go obsłużyć, zwłaszcza przy tak gwałtownym tempie wzrostu. W początkowych etapach rozwoju gmin nadmorskich bardzo często to klienci sami z siebie pojawiali się w danych miejscowościach. Nie było żadnej promocji czy strategii kreowania marki:

Najpierw byli turyści (...) ludzie pytali się, gdzie przenocować, no to ludzie zakładali firmy i budowali pokoje, przerabiali pokoje, dobudowali, nadbudowywali. U nas, pączkowanie, widać było co se [sic!] zrobił nadbudówkę, w następnym roku w nadbudówce dobudówkę i potem coś tam jeszcze. Tu jakaś, jeszcze jakieś domki drewniane, jeszcze jakaś przyczepa kempingowa, a jeszcze się wezmę wyprowadzę na ogródki działkowe i wynajmę także to, w ten sposób jakby (...) jest jednak magia tego, tej plaży. (Łeba r1)

W kolejnych latach napływ turystów jeszcze się nasilił. Dlatego wiele działalności przejęły firmy zewnętrzne, które nie funkcjonują w statystkach gminnych. W przypadku wynajmu pokoi około 50% obiektów oferujących noclegi mają właściciele pochodzący z innych gmin. Przybysze z zewnątrz dominują zwłaszcza w sprzedaży na straganach i stoiskach tymczasowych (około 90%). W kwestii sklepów i restauracji, mieszczących się w murowanych budynkach, skala jest

podobna jak w przypadku kwater. W Łebie próbowano ocenić realną liczbę podmiotów funkcjonujących na terenie gminy po ilości wydanych koncesji na alkohol: w momencie przeprowadzania badania 38% koncesji było wydanych dla osób pochodzących z pozostałych terenów Polski, 34% – z Łeby, a 28% – z powiatu okolicznego. W przypadku gmin nadmorskich skala obecności przedsiębiorców zewnętrznych na terenie gminy jest olbrzymia i bardzo zależna od typu prowadzonej działalności gospodarczej. Kluczowym elementem różnicującym staje się konieczność obecności lub jej brak na terenie gminy, w sezonie i poza nim. Budki i stragany działają sezonowo, ale działalność kwater i restauracji jest znacznie bardziej zróżnicowana. W przypadku koncesji na alkohol należałoby oczekiwać, że powinni dominować mieszkańcy lokalni, jednak w rzeczywistości tak nie jest. Kwestią sporną jest traktowanie mieszkańców okolicznych gmin. Mimo że często przez długie lata są oni związani z lokalną społecznością, to są zarejestrowani i płacą podatki w innej miejscowości. Według respondentów to omawiane gminy nadmorskie mają pozytywny wpływ na powiat, a nie odwrotnie.

Konkludując, realna liczba firm funkcjonujących w miejscowościach nadmorskich w sezonie jest znacznie wyższa niż ta podawana przez statystyki. Według niektórych respondentów latem liczba firm zwiększa się dwukrotnie, według innych nawet trzykrotnie (wyniki zbliżone do poziomu gęstości przedsiębiorczości w Karpaczu). Tak duży ruch turystyczny bardzo silnie determinuje charakter przedsiębiorczości lokalnej.

Na zafałszowanie obrazu przedstawianego przez dane statystyczne może mieć również wpływ szara strefa. Według opinii ankietowanych jest ona większa niż w innych częściach kraju. Dotyczy zarówno wynajmu pokoi, jak i sprzedaży w punktach usytuowanych przy ważniejszych ulicach miejscowości nadmorskich. Kontrole w jednej z miejscowości co roku wykazują kilkanaście przypadków niezarejestrowanej działalności gospodarczej. Część władz gminnych włącza w szarą strefę również opłatę klimatyczną, która ma niską ściągalskość. Urzędy pozyskują około 30–40% kwoty wynikającej z szacunków; w Karpaczu podawano ściągalskość na poziomie 75%.

Szara strefa dotyka przede wszystkim dochodów gminy:

Jak zostałem burmistrzem, to proszę pana bardzo szybko udało mi się uszczelnić zajęcie pasa drogowego, dzierżawy i pobieralność wszelkich opłat. Wie pan, w przeciągu roku, o ile mi wzrosły dochody gminy? O trzy miliony złotych. (Łeba r1)

Duży problem stanowi również nielegalna sprzedaż na deptakach i w okolicach plaż, odbywająca się z samochodu lub na prowizorycznych straganach. Podczas pobytu badacza w jednej miejscowości zlikwidowano całą uliczkę prowizorycznych sklepów.

5.2.7. Chaos urbanistyczny

Szara strefa powstaje głównie w sezonie. Przyczyn tego zjawiska można doszukiwać się w ogromnym ruchu turystycznym, który jest olbrzymim obciążeniem dla infrastruktury miejskiej – dla wysypisk i oczyszczalni ścieków. Kolejnym problemem jest brak służb miejskich do obsługi tak dużej liczby turystów. Te braki widoczne są zwłaszcza w liczbie pracowników straży miejskiej i trudnościach w pozyskaniu dodatkowych sił policji. W gminach brakuje również ludzi do kontroli pasów drogowych i nielegalnych straganów. Innym wytłumaczeniem kwestii szarej strefy, podawanym przez jednego z respondentów biorących udział w badaniu, jest dobra organizacja nielegalnych procederów, których właściciele bądź pracownicy wypatrują stróżów prawa i zamykają interes w godzinach potencjalnych patroli. Ta nielegalna przedsiębiorczość prowadzi do rozwoju, jak określił to jeden z respondentów, „śmiesznego chaosu” wokół plaży. Inny dodał, że właśnie w wakacje rodzi się cały ten „kicz”. Jak przyznają lokalni przedsiębiorcy, wygląd ich miejscowości staje się przeszkodą w zdobywaniu bardziej zamożnych klientów. Bardzo niezadowoloną grupą są turyści zachodni, którzy w wielu miejscowościach pojawiają się częściej poza sezonem:

No z tego, co widzę, to jak przyjeżdża ten gość z zachodniej Europy, to oni... no oni tak troszkę tego... no tak jakoś nie akceptują tego, nie, bo jak tak sobie z nimi rozmawiam, to ich to jednak śmieszy, ten cały chaos. (Władysławowo r2)

Drugą grupą potencjalnych klientów, którym nie odpowiada taki charakter miejscowości, są ludzie zamożni. Decydują się coraz częściej na wypoczynek w odosobnionych ośrodkach, położonych na obrzeżach miejscowości nadmorskich, z własnym dostępem do plaży i innymi udogodnieniami.

... no dzisiaj klient idzie bardziej w kierunku takiej enklawy spokoju i u nas, ze względu na brak planów zagospodarowania przestrzennego, nastąpił taki trochę chaos architektoniczny (...). (Mielno r1)

W oczach respondentów chaos urbanistyczny gruntuje charakter ich miejscowości, jako ośrodków sezonowych. Z jednej strony, utrwała „jarmarkowo-odpustowy” wizerunek miejscowości, którego jedną z przyczyn jest nielegalna przedsiębiorczość, z drugiej zaś, jest to doświadczenie niemiłe i wyczerpujące dla samych mieszkańców. Nie zachęca także ludzi do osiedlenia się na terenie takich gmin. Problem ten szczególnie silnie akcentowany był we Władysławowie:

... to jest, uważam, największe zadanie dla nas, żeby zrobić z tego bardziej kurort, mówiąc wprost. Czyli iść w kierunku Kołobrzegu, Świnoujścia, a nie w kierunku miasta bazarowego. (Władysławowo r1)

Wątpliwości może budzić przejście z obecnego „chaosu” do kurortu. Wydaje się koniecznością ograniczenie liczby przedsiębiorstw w okolicach plaży i większy nadzór nad pasami wokół dróg. Inaczej rzecz ujmując, by nadmorskie gminy mogły mieć szansę na pozyskanie bogatego klienta, muszą usunąć nielegalną przedsiębiorczość, a tej legalnej nadać odpowiednie ramy. Równocześnie kluczowe jest pozyskanie zamożnego klienta zachodniego. Według respondentów do sukcesu Kołobrzegu i Świnoujścia w dużej mierze przyczynili się turyści niemieccy.

W gminie Władysławowo podjęte zostały działania zmierzające do ograniczenia chaosu urbanistycznego. Podobne działania w Łebie napotkały jednak nieoczekiwane trudności. W gminie tej udało się usunąć nielegalnych przedsiębiorców, ale nadal problemem jest zachowanie niektórych właścicieli firm lokalnych, którzy na dzierżawie gruntów od samorządu, starają się oszukać władze. Podczas rozmów podają inny cel działalności, niż w rzeczywistości prowadzą.

Respondenci (także przedsiębiorcy) wskazują, że lokalni właściciele firm maksymalizują wykorzystanie terenu, co potęguje wrażenie chaosu. Innym niepokojącym zachowaniem biznesmenów, opisywanym przez przedstawicieli władz lokalnych, jest rozbieżność między projektami architektonicznymi przedstawianymi przez przedsiębiorców, a tym, jakie realnie budynki powstały na danej działce. Początkowe projekty były znacznie bardziej estetyczne i kosztowne.

Z drugiej strony dzierżawa gruntu i podatki od powierzchni dają gminie dochód. Aby pozyskać bogatszego i zagranicznego klienta, konieczne jest ograniczenie chaosu urbanistycznego. W tym celu w początkowych latach zarówno gmina, jak i przedsiębiorcy będą musieli ograniczyć część swoich dochodów. Potrzebne są również większe kontrole i nadzór nad okolicami plaż. Bardzo ważną kwestią, która powinna być brana pod rozwagę, jest nakreślenie potencjalnego modelu funkcjonowania gmin: czy mają to być kurorty, czy „bazy”? Wybór pierwszego z modeli pociąga za sobą nadzór i ograniczenie części działań o charakterze przedsiębiorczym. Jednak w długotrwałej perspektywie przełoży się to na lepsze warunki do życia dla lokalnych mieszkańców i szersze perspektywy rozwojowe dla gmin.

5.2.8. Karpacz – sezonowość

Respondenci z gminy Karpacz zgodnie szacowali długość trwania sezonu na około 8–9 miesięcy w roku. Jest on zdecydowanie dłuższy niż w gminach nadmorskich i ma mniejsze szczytowe nasilenie. Sami mieszkańcy przyznają, że jest on długi i ruch turystyczny w mieście jest prawie cały rok. Nie widać tendencji do skracania sezonu, część wypowiedzi wskazuje na tendencję odwrotną:

... sezon jak długi jest w lecie od połowy czerwca, to można powiedzieć... po 11 listopada się kończy. Później jest przerwa do świąt i od świąt do końca

lutego. I później jest przerwa wiosenna taka troszeczkę dłuższa i tam po drodze są weekendy, święto.. Wielkanoc i co tam jeszcze jest? Majówka. No to tak... także całkiem długi jest sezon, można powiedzieć, że 9 miesięcy dobrego ruchu jest w Karpaczu. (Karpacz r3)

Respondenci dostrzegają znaczny wzrost liczby klientów zamożnych, przybywających na wypoczynek. W części opinii przejawia się spostrzeżenie, że odbywa się to kosztem klientów z uboższych warstw społecznych. Zauważają również, że obecnie w najgorszej sytuacji są najtańsze pensjonaty. To one silnie zabiegają o klienta i mają problemy z jego pozyskaniem. Jest to zauważalne od ostatniego kryzysu ekonomicznego:

Czyli ten okres kryzysu spowodował, że zatrzymały się takie przyjazdy osób takich średnio zamożnych, natomiast poprzez zbudowanie hotelu Sandra i Gołębiwski, zaczęli przyjeżdżać do nas ludzie, dla których nie ma problemów z ceną i chętnie do takich obiektów przyjeżdżali, czyli tutaj ci inwestorzy, Sandra i Gołębiwski, później hotel Alpejski, koło hotelu Mercury w tej chwili Skalny (Karpacz r2)

W wydłużeniu sezonu oraz pozyskaniu bardziej zamożnych klientów kluczową rolę odgrywają duże hotele. Są one w stanie stosować lepsze techniki promocji i organizować konferencje w porach roku dotąd mniej obleganych. Kwestia ta jest szerzej opisana poniżej – na przykładzie hotelu Gołębiwski. Dłuższy sezon pozwala lokalnym przedsiębiorcom na uzyskanie stosunkowo stałych dochodów. W przeciwieństwie do gmin nadmorskich wielu z nich skupionych jest na obsłudze turystów, a nie na wynajmie im pokoi. Drobną przedsiębiorczość, nastawioną na usługi, sprzedaż pamiątek czy prowadzenie restauracji, są domeną mieszkańców Karpacza. Może być to spowodowane zarówno dłuższym sezonem, jak i większym rozłożeniem ruchu turystycznego. W wypowiedziach respondentów nie pojawia się też problem zawieszania działalności gospodarczej na okres poza sezonem, tak jak to miało miejsce w przypadku gmin nadmorskich

5.2.9. Szara strefa w Karpaczu i sposoby jej ograniczania

Szara strefa w Karpaczu jest mniejsza niż w gminach nadmorskich, ale nie znaczy to, że jej nie ma. Dwa główne przejawy szarej strefy, według władz gminy, to nielegalny wynajem pokoi oraz oszukiwanie na podatkach przez właścicieli apartamentów. Jedną z metod walki z niezarejestrowanymi przedsiębiorcami są kontrole i brak możliwości reklamy na dobrze wypozycjonowanej stronie gminy. W pewnym roku udało się zlokalizować 500 przypadków nielegalnego wynajmu – baza noclegowa Karpacza wynosi 14 tys. miejsc noclegowych. Według szacunków szara strefa stanowi 3,6%, co jest bardzo niewielką wartością, a te wyniki

potwierdzają wcześniejsze wypowiedzi respondentów. Znacznie więcej emocji wśród rozmówców budzi spór gminy z właścicielami apartamentów na wynajem (typu Sun&Snow, CristianSnow). Zdaniem władz gminy, powinni oni płacić normalny podatek od działalności gospodarczej (w Karpaczu jest to 23 zł), a nie od mieszkania w wysokości 0,75 zł. Władze argumentują, że właściele mieszkają w tego typu apartamentach tylko parę tygodni w roku, a w pozostałym czasie je wynajmują. Dlatego też w Karpaczu zdecydowano się na przymusowe opodatkowanie tego typu budynków. Decyzja ta została zaskarżona, ale Karpacz wygrał sprawę:

Sun&Snow, CristianSnow itd. Czyli dosyć duże firmy, odwołali się od tych decyzji i na szczęście. Znaczy na szczęście, bo to byłoby niedobre zjawisko, samorządowe kolegium odwoławcze przyznało nam rację, więc... dzisiaj ich... podatujemy ich za prowadzenie działalności gospodarczej, a nie za mieszkanie, gdzie oni na 12 miesięcy może parę tygodni tam mieszkają, a reszta to jest wynajem krótkoterminowy. (Karpacz r1)

Zdaniem władz gminy jest to jedna z przyczyn wzrostu ilościowego przedsiębiorczości w ich gminie na przestrzeni lat. Karpacz jest jedną z pierwszych gmin, które zdecydowały się na opodatkowanie apartamentów na wynajem.

5.2.10. Przedsiębiorcy przybyli spoza terenu gminy

Napływ zewnętrznych przedsiębiorców, poza dużymi hotelami, obserwowany jest zwłaszcza wśród właścicieli pensjonatów. Są to ludzie z całej Polski, którzy porzucili swoje dotychczasowe życie dla Karpacza. Innym typem migranta przybywającego do Karpacza są pracownicy, którzy decydują się na pracę zarówno w Hotelu Gołębiowski, jak i w innych. Jeden z respondentów określił zewnętrznych właścicieli pensjonatów marzycielami:

... no są też tacy marzyciele, to gdzie pan mieszkał u tego pana, to jest jeden z takich marzycieli w sumie. (...) się zachwycił i zostawił to wszystko, rzucił, posprzedawał, super prosperującą firmę. I tak po latach mówi... kurcze, chyba wrócimy do tego Poznania. Bo nie jest wcale łatwo taki pensjonat prowadzić. (Karpacz r2)

Inny rozmówca zauważył, że właścicieli pensjonatów pochodzących spoza terenów badanej gminy cechuje determinacja w podejmowanych próbach osiągnięcia szybkiego zysku, co było szczególnie widoczne w gminach nadmorskich. Według niego tego typu przedsiębiorcy dość szybko ponoszą porażkę. Przede wszystkim nie umieją prowadzić pensjonatów i mają błędne wyobrażenia na temat tego biznesu. Trudno oszacować liczbę napływowych inwestorów. Jeden z respondentów próbował to uczynić na podstawie wystawionych na sprzedaż

pensjonatów – 100 obiektów, z czego część, według niego, została wystawiona w celu zbadania rynku i sprawdzenia, jaka jest obecnie cena danego domu. Dla porównania, w samej Jastrzębiej Górze (gmina Władysławowo) do sprzedania wystawionych było ponad 50 obiektów. Gmina ta ma około 1,5 tys. mieszkańców zarejestrowanych. Z analizy wywiadów z respondentami obydwu typów gmin wynika, że główną różnicę stanowi profil sprzedającego: w Karpaczu są to w swojej części inwestorzy zewnętrzni, natomiast w gminach nadmorskich znaczny odsetek stanowią przedsiębiorcy lokalni.

Reasumując, zdaniem badanych, w gminie leżącej w Karkonoszach przedsiębiorcy spoza terenów gminy są znacznie mniej widoczni. Mają szczególnie mały udział w prowadzeniu drobnej przedsiębiorczości, takiej jak sprzedaż pamiątek, punkty usługowe, drobne lokale gastronomiczne itp. Obecność przedsiębiorców spoza Karpacza uwidacznia się jednak w roli inwestorów kupujących i prowadzących pensjonaty. Pod względem ilościowym, zdaniem władz gminy, najwięcej z nich stanowią właściciele apartamentów.

5.2.11. Uwarunkowania urbanistyczne

W historii Karpacza dostrzegalny jest jeden moment, gdy pojawiło się zjawisko, które można nazwać „chaosem urbanistycznym”. Nastąpiło ono w okresie tuż po przemianach systemowych. Brak planów zagospodarowania przestrzennego był dużym problemem. Kluczowe okazały się również decyzje, podjęte przez ówczesne władze miasta i brzemienne w skutkach aż do dzisiaj, dotyczące polityki ochrony zabytków. Według rozmówców z powodu lenistwa urzędników do ewidencji wpisano zbyt dużo budynków:

A miasto zostało wpisane jako układ urbanistyczny tylko i wyłącznie dlatego... że na początku lat 90., nie chciało się i to wiem z pierwszej ręki, od osoby, która wpisała, nie chciało im się ewidencjonować i skatalogować poszczególnych obiektów, które to pod kuratelą konserwatora się znalazły. (Karpacz r1)

Taki stan rzeczy obecnie utrudnia remonty i zwiększa ich koszt, a co najważniejsze, znacznie wydłuża czas rozpatrywania spraw. Według rozmówców jest również ogromną przeszkodą w rozwoju dla dolnego Karpacza, jednak nie można tego porównać z „chaosem” urbanistycznym gmin nadmorskich. W Karpaczu nie ma jednego kluczowego miejsca podobnego do plaży. Jest natomiast kilka większych atrakcji, dzielących między siebie ruch turystyczny, w pobliżu których właściciele obiektów stawiają sklepy lub stragany. Nagromadzenie przedsiębiorców odczuwalne jest w okolicach deptaka, ale są to głównie lokalne firmy. Wśród mieszkańców nie ma krytyki obecnej organizacji przestrzeni. Są oni dumni z bycia mieszkańcami Karpacza i deklarują głęboko zakorzeniony lokalny

patriotyzm. Miasto jest ładne, a mieszkanie w nim – komfortowe, nawet mimo tłumów turystów. Ruch turystyczny, znacznie bardziej rozciągnięty w czasie niż w gminach nadmorskich, jest mniej uciążliwy dla mieszkańców.

Równocześnie, sami mieszkańcy zwracają uwagę na rozległy obszar, jaki zajmuje gmina i na jej „rozciągnięty” charakter. Stanowi to problem dla władz miasta, które odpowiadają za dostarczenie i zapewnienie usług komunalnych, aczkolwiek z drugiej strony pozwala na lepsze rozlokowanie ruchu turystycznego.

5.2.12. Przewagi nad konkurencją turystyczną i rola władz gminy w pozyskiwaniu klienta

Kiedy poszukujemy przewagi, jaką ma Karpacz nad innymi miejscowościami, możemy dostrzec przekonanie mieszkańców o wielkiej liczbie atrakcji i obiektów turystycznych na terenie ich gminy oraz gmin ościennych:

I ten turysta przyjeżdża i widzi tak... że to jest świetne miejsce, bo jak będzie brzydka pogoda, to ja sobie pojadę do Wang, do sztolni w Kowarach, pojadę sobie do Parku Miniatur, pojadę sobie do Ducha Gór, Muzeum Sportu i Turystyki, Muzeum Zabawek... a więc ja się nie boję, że moje dzieci będą narzekały, będą mi płakały, siedziały w pokoju hotelowym. (Karpacz r2)

Równocześnie wielu rozmówców ma problem z wybraniem jednej głównej atrakcji Karpacza – część z nich wskazuje na Śnieżkę, inni na świątynię Wang. Doceniana jest także rola dużych hoteli i mieszczących się na ich terenie aquaparków.

Wspólne działanie wielu podmiotów przekłada się na dobrą markę miasta i pozyskiwanie klientów. Hotel Gołębiowski, a także inne duże obiekty, przedłużają sezon i pozyskują bogatszego klienta dla miasta. Świątynia Wang, stanowiąca bezcenne dzieło dawnej sztuki nordyckiej, jest unikalnym zabytkiem w skali światowej i dostarcza wyjątkowych wrażeń klientom. Według informacji uzyskanych od pastora, opiekuna parafii i świątyni, odwiedza ją co roku dwieście tysięcy turystów. Jest to obiekt rozpoznawalny także w krajach zachodnich i przyciągający zagranicznych turystów. Świątynia znajduje na trasach wielu wyjazdów zorganizowanych z Niemiec. Kościół jest szczególnie istotny dla górnej części Karpacza, gdyż pozwala odciągnąć turystów od deptaka i umożliwia bardziej równomierny rozwój miasta. Śnieżka i hotel Skalny (zlokalizowany u podnóża góry) są wymieniane przez turystów jako atrakcja, przede wszystkim przyrodnicza i zapewniająca piękne widoki. Świątynia Wang i Śnieżka są w opinii respondentów kluczowymi atrakcjami turystycznymi, znacznie istotniejszymi niż muzea czy inne atrakcje. Podobne stanowisko prezentują władze gminy, choć lokalny samorząd nie ma bezpośredniego wpływu na kluczowe obiekty, pozyskujące klientów turystycznych. Świątynia Wang jest zarządzana przez pastora, władze

Karkonoskiego Parku Narodowego dbają o przyrodę w regionie, a duże ośrodki hotelowe pozostają w rękach prywatnych inwestorów. Jaka jest zatem rola władz gminy?

Przed wszystkim starają się one zarządzać przestrzenią Karpacza. Problemem dla dalszego rozwoju tego miasta może być mała liczba wolnych gruntów, która wynika z obecności na terenie gminy Karkonoskiego Parku Narodowego. Trudnością może się okazać lokowanie nowych inwestycji, a część atrakcji, jak na przykład Park Miniatur w Kowarach, powstaje w gminach sąsiednich. Lokalny samorząd wspiera także postulaty mieszkańców o ciągłym dążeniu do poprawy otoczenia i rozwoju. Jest to, według rozmówców, cecha specyficzna dla mieszkańców Karpacza.

... znaczy największym atutem jest chęć (...) wydaje mi się inwestycji, chęć poprawy tego, co jest... Zależy im bardzo na tym, żeby miasto dobrze wyglądało, żeby były drogi, elewacje, żeby dobrze wyglądały, były inwestycje także w górach. (Karpacz r2)

Władze gminy podczas wywiadu prezentowały pogląd podobny, akcentując silny nacisk mieszkańców na utrzymanie porządku i zapewnienie turystom maksymalnie dobrych warunków. Jednym z przykładów takich działań są telefony mieszkańców, którzy dzwonią natychmiast do odpowiednich służb, w przypadku, kiedy droga jest zbyt słabo odśnieżona. Może to również stanowić przykład wysokiego kapitału społecznego. Lokalny samorząd finansuje też stowarzyszenia wspierające pozyskanie nowych odwiedzających i nadzór nad ruchem turystycznym. W tym obszarze ważną rolę odgrywają też jednostki gminne, które udzielają informacji i zarządzają wizerunkiem gminy w internecie, co jest niemal najważniejszą rolą władz gminy w pozyskiwaniu ruchu turystycznego.

5.2.13. Rola internetu i zdobywanie klientów w obu typach gmin turystycznych

Internet stał się kluczową platformą pozyskania klientów dla hoteli i pensjonatów. Zarówno niniejszy podrozdział, jak i następne, porusza powyższe kwestie, a analiza dotyczy nie tylko Karpacza, lecz także gmin nadmorskich. Część osób biorących udział w badaniu zauważyła, że obecnie mają tylko dwa główne źródła klientów. Pierwszym jest polecenie od znajomych, a drugim różnego rodzaju platformy rezerwacyjne:

I ja chyba z 5 lat temu po prostu wszłam w ten sposób reklamowania się tutaj i widzę, że to ma wzięcie. Niekoniecznie osoby reklamują, rezerwują przez booking.com, ale bardzo często wylapują nasze nazwy, obiekty i potem szukają nas w internecie i dzwonią do nas bezpośrednio, rezerwują bezpośrednio. (Władysławowo r2)

Oferta większości obiektów zapewniających miejsca noclegowe zamieszczana jest jednocześnie na kilku portalach. Ważną rolę odgrywają także serwisy gminne, które zazwyczaj służą turystom za gwaranta – upewniają się na nich, czy hotel naprawdę istnieje i minimalizują ryzyko wpłacenia przedpłaty dla niesprawdzonej osoby. Takimi serwisami zajmują się lokalne stowarzyszenia i organizacje gminne, które często wspierają osoby starsze w promocji i obsłudze tego medium. Analizując wypowiedzi badanych, można dojść do wniosku, że sukces komercyjny często determinowany jest zarówno umiejętnością obsługi portali, jak i aktywnością na nich. Nawet najsłabsze pensjonaty znajdują klientów dzięki portalom rezerwacyjnym i, co ciekawe, osiągają wyższe przychody:

Tylko najgorzej mają ci, którzy w tym czasie nie prowadzili żadnych remontów swoich obiektów, nie zmieniali ich wystroju, nie umieszczali reklamy na bookingu, czy gdzieś na innym. Osoby, które prowadziły pensjonaty, nawet bez niewielkich remontów, które znalazły się na bookingu, mówią, że mają teraz gości, a przedtem nie mieli, bo byli tutaj na jakichś stronach, mówią, że już nigdzie się nie reklamują, tylko booking i mają tych gości, mówią, że nawet płacą więcej, bo obejrzą sobie zdjęcia, spokojnie się namyślą, a przedtem się targowali o ceny, teraz zapłacą, przyjeżdżają na gotowe i nie dyskutują, mimo że więcej płacą niż przedtem był wart ten pokój. (Karpacz r2)

Pozyskiwanie klienta przez internet wymaga dużej ilości pracy i systematyczności. Jeden z respondentów stwierdził, że woli prowadzić inne swoje firmy niż pensjonat, ze względu na duży nakład czasu, jaki trzeba poświęcić temu biznesowi. Platformy rezerwacyjne są tak samo popularne w Karpaczu jak w miejscowościach nadmorskich. Natomiast lokalni respondenci zauważają, że osoby spoza gminy często mają przewagę nad nimi ze względu na lepsze wykształcenie i kompetencje:

... zareklamują się, czego nasi mieszkańcy nie potrafią, wiadomo, w większych miejscach, miastach człowiek nabywa pewnych umiejętności i tak jak pan powiedział, że reklama to robi swoje. No, a tutaj rodowity Kaszub nic nie widzi poza sezonem, to dopiero w sezonie widzi... o kurczę, mogłem to zrobić i dopiero w sezonie nabywa tych umiejętności. (Władysławowo r3).

Inaczej do tej kwestii podchodzili respondenci z Karpacza, którzy wskazywali menedżerów dużych hoteli, często pochodzących z innych miejscowości, jako osoby o kluczowych kompetencjach.

Interakcja pomiędzy wyższym wykształceniem a turystyką, omawiana w rozdziale czwartym, znajduje odzwierciedlenie w wypowiedziach badanych. W ich opinii, aby konkurować w internecie, trzeba mieć pewien zbiór umiejętności, pewien zasób kapitału ludzkiego. Przedsiębiorca musi nie tylko umieć obsłużyć platformę, ale także zdecydować się na rodzaj strategii budowania przychodów. Część respondentów, wybierając taktykę minimalizowania ryzyka, decydowała się

na opcję „cała kwota za rezerwację opłacana przed przyjazdem”, ale za mniejszą kwotę. Ważna jest również umiejętność sprawnego obsługiwanie własnej strony internetowej oraz umieszczanie w ofertach dobrej jakości zdjęć. Nawet najsłabsze i niewyremontowane pensjonaty odczuwały wzrost zainteresowania dzięki portalom rezerwacyjnym. Zdaniem biorących udział w badaniu właścicieli hotelu i pensjonatów wyższe wykształcenie, niosące ze sobą pewne dodatkowe umiejętności, stało się dla nich bardzo przydatnym zbiorem kompetencji, ułatwiającym pozyskiwanie oraz obsługę klienta.

5.2.14. Próby przełamania sezonowości i nowy typ turysty – analiza porównawcza gmin nadmorskich i Karpacza

Kluczowym problemem gmin nadmorskich jest sezonowość, dotycząca przedsiębiorców i mieszkańców. Właściciele firm, w dominującej większości, prowadzą interes tylko przez dwa miesiące w roku. Dzięki temu wiele przedsiębiorstw może być prowadzone przez osoby spoza terenów gminy, np. przyjeżdżające do nadmorskich miejscowości na urlop ze swojego codziennego miejsca pracy. Poza sezonem miejscowości nadmorskie „wymierają”. Przełamanie problemu sezonowości jest kluczowe dla dalszego rozwoju gmin nadmorskich. Lokalne władze bardzo mocno starają się wydłużyć ruch turystyczny po wakacjach. Jedną z przyjętych przez nie praktyk stało się organizowanie na początku jesiennych miesięcy imprez i wydarzeń, często we współpracy z lokalnymi stowarzyszeniami i organizacjami. Część tego typu imprez organizowana jest przez samych mieszkańców i przedsiębiorców, jak na przykład Festiwal Whisky w Jastrzębiej Górze (gmina Władysławowo), który odbywa się pod koniec sierpnia i przyciąga około siedmiu tysięcy wystawców i ekspertów z całej Europy:

W tym roku ma być koło siedmiu tysięcy osób w ciągu dwóch dni, na terenie tych obiektów, dzierżawią teraz działki sąsiednie i przyjeżdżają wszystkie, kłamię, nie wszystkie, dużo osób przyjeżdża ze świata, z takich największych autorytetów w świecie Whisky, Szkocji (...). (Władysławowo r1)

W Mielnie organizowane są międzynarodowe zloty morsów, a podczas jednego z nich miał zostać pobity Rekord Guinnessa w jednoczesnej kąpieli. W gminie Mielno, w miejscowości Łazy, organizowane są we wrześniu obozy dla studentów. Innym pomysłem na wzbudzenie zainteresowania turystów jest sport, zwłaszcza rozwój sportów wodnych, w tym kitesurfingu:

Więc my tą inność pracujemy, pozyskujemy nowych przedsiębiorców, rozwijamy sporty wodne, zrobiliśmy mistrzostwa wodne w kitesurfingu, więc też pokazujemy, że oprócz tańszego pożyczenia rowerów wodnych, można też przyjść, kupić kurs z fachowcem, instruktorem kite'a na morzu, więc to też są takie. (Mielno r1.1)

W sporcie respondenci dostrzegają również sposób na dywersyfikację działalności gospodarczej. We Władysławowie do promocji wizerunku miasta lokalne władze wykorzystują ośrodek lekkoatletyczny w Cetniewie, gdzie trenuje wielu polskich sportowców, przygotowujących się do olimpiad. Co ciekawe, również w Karpaczu planowany jest rozwój obiektów lekkoatletycznych. W okresie komunizmu w gminach nadmorskich urozmaicenie działalności gospodarczej zapewniało rybołówstwo. Rozmówcy zwracają uwagę na upadek tej gałęzi gospodarki po zmianach systemowych. Dotyczy to zarówno drobnej przedsiębiorczości, jak i edukacji w tym zakresie. Obecnie przedstawiciele władz lokalnych postrzegają rybołówstwo jako szansę na rozwój gminy. We Władysławowie rozważano powołanie specjalnej strefy dla nowych przedsiębiorców niezwiązanych z turystyką. Jest to bardzo ciekawy projekt, którego celem jest różnicowanie działalności gospodarczej na terenie gminy. Znajduje się on jednak we wczesnym etapie rozwoju i potrzeba więcej czasu, by prawidłowo go ocenić.

Aby zweryfikować sposoby przełamywania sezonowości, warto odwołać się do opinii mieszkańców Karpacza. Respondenci, z jednej strony uznają, że lokalnych imprez powinno być więcej, z drugiej zaś przyznają, że miasto nie ma z nich korzyści czy dochodu, a oni mają tylko niedogodności. Często zmniejsza to przedsiębiorcom liczbę klientów, na przykład na skutek zmian organizacji ruchu drogowego:

... nie mamy turystów, bo autokary, samochody nie dojadą, tylko pieszo mogą dojść, czyli mniej więcej spadek, jak jest taka impreza mamy mniej więcej... 50% turystów. (...) To ta część jest po prostu niezadowolona, z tej imprezy, z kolei tamta część inna, gdzie ci ludzie mieszkają, hotele, parkingi, są zadowoleni, ale to nie jest tak, żeby wszyscy byli zadowoleni. Ktoś traci w pewnym momencie, żeby ktoś mógł zyskać. Tak to funkcjonuje. (Karpacz r2)

Ten rozmówca zwracał uwagę na możliwy wzrost liczby noclegów na skutek zwiększenia liczby zorganizowanych imprez. Inni respondenci nie podzielali tej opinii, a on sam nie uznał imprez jako źródła ruchu turystycznego czy czynnika istotnego dla turystów. W opinii badanych jedyne istotne z punktu widzenia całej gminy wydarzenia organizowane były przez Hotel Gołębiowski i mniejsze hotele. Ciężko uznać Karpacz za miejscowość mającą zdywersyfikowaną działalność gospodarczą. Promocja wizerunku ośrodka związanego z lekkoatletyką jest na wczesnym etapie rozwoju. Natomiast, według respondentów, sporty zimowe mają istotny wpływ na ruch turystyczny. Ważna jest zwłaszcza duża liczba dobrze przygotowanych stoków i tras. Niestety, Karpacz nie dysponuje takimi atutami, a w zimie jest bazą wypadową dla wyjazdów do Czech lub miejscem nauki narciarstwa dla dzieci:

... tak, tak, bardzo często przyjeżdżają goście, bo to jest właśnie... bardzo fajna baza noclegowa do wyjazdu na narty do Czech. (Karpacz r3)

Widać, że to jest ... tu nie przyjeżdżają ... na narty, na narty też przyjeżdżają z dziećmi, bo my mamy dużo małych wyciągów, 300-metrowych, gdzie można się uczyć, tak. Ktoś kto jeździ na nartach pojedzie do Czech, pojedzie w Alpy (Karpacz r1)

Co, w takim wypadku, jest głównym czynnikiem przełamującym sezonowość? Można by przypuszczać, że wśród kluczowych elementów jest bardzo silna marka gminy oraz baza noclegowa. Są to czynniki bardzo istotne, jeśli chodzi o liczbę przedsiębiorców, natomiast mają znacznie mniejszy wpływ na rodzaj i charakter przedsiębiorczości. Według respondentów, zwłaszcza związanych z władzami lokalnymi, kluczowym elementem wydłużającym sezon jest pozyskanie odpowiedniego typu turysty i zaspokojenie jego potrzeb. Dominującym i najbardziej dochodowym typem klienta turystycznego staje się rodzina z dziećmi, zarówno z powodu oczekiwanego wyższego dochodu, jak i ze względów organizacyjnych. W przeciwieństwie do młodych ludzi przyjeżdżających na imprezy, dorośli z dziećmi chodzą wcześniej spać oraz nie niosą ze sobą ryzyka zniszczenia pensjonatu:

... dla mnie problem, bo to przyjeżdżają młodzi ludzie, tak. Którym na niczym nie zależy kompletnie, przyjeżdżają tylko żeby się napić, pójść na balety. Dla mnie to nie jest dobry klient, bo oni niszczą, kradną, dewastują. Pieniądzy nie zostawiają, w cudzysłowie, bo tacy nie przyjdą na śniadanie, nie wykupią śniadania, tylko pójdą do Biedronki, po produkty na śniadanie. (Mielno r3)

Badani dostrzegają znaczny spadek ilości turystyki „imprezowej” w porównaniu do poprzednich lat.

Wielu respondentów zaznacza, że bardzo ważne jest również zapewnienie atrakcji dla klientów. Niezbędne jest to zwłaszcza w czasie, gdy pogoda nie dopisuje. Coraz bardziej zaczynają się liczyć doznania i doświadczenia, możliwość dotarcia do obiektów zaskakujących pod względem zarówno przyrodniczym, jak i historycznym. Jest to zgodne z tendencjami opisywanymi przez literaturę (Kozak, 2010), gdzie uwidacznia się zmiana paradygmatu turystycznego. Nowy typ turysty jest dostrzegany głównie przez przedsiębiorców obsługujących zamożniejsze osoby. Ci prowadzący tańsze pensjonaty nie zauważają zmian w potrzebach gości. Właściciele pozyskujący mniej zamożnych klientów dostrzegają przejawy tendencji do większych oszczędności, takie jak przygotowanie samemu posiłków; dlatego goście pytają o aneksy kuchenne w pokojach. Natomiast pozostali respondenci dostrzegali olbrzymie zmiany w zachowaniach turystów. Jest to szczególnie widoczne w Karpaczu, gdzie klienci nie spędzają już tak wiele czasu na wędrowce po górach, co kiedyś. Tam atrakcją jest wjazd

wyciągiem na Śnieżkę i podziwianie widoków. Długie trasy górskie są przeznaczone dla mniejszych grup, a współczesny turysta znacznie więcej czasu spędza w samym mieście, wydając więcej pieniędzy, jednocześnie poszukując nietypowych atrakcji, takich jak np. wizyta w muzeum zabawek. Turyści często decydują się na jednodniowe wycieczki zagraniczne, co jest możliwe dzięki dobremu położeniu gminy. Jednym z kluczowych elementów, który przyciągnął nowy typ klienta do Karpacza, jest Hotel Gołębiowski:

Ten turysta się zmienił, to nie jest taki łazik z plecakiem, który oczekuje nie wiem... jest dwa dni, resztę chodzi z plecakiem po górach. To nie te czasy, teraz rodziny z dziećmi, więc ta oferta musi być... i Gołębiowski, odpowiadając na pana pytanie, pomógł tak, że przyciągnął inny target do Karpacza. (Karpacz r1)

Badani opisują bardzo ciekawą tendencję. Po wybudowaniu Hotelu Gołębiowski znacznie rozwinęło się jego sąsiedztwo. Obecnie hotele oferują bardzo wiele różnych możliwości spędzania wolnego czasu (np. kino) na wypadek złej pogody, a to jest wielkim atutem przy wyborze miejsca pobytu. Dla rodzin z dziećmi niezwykle istotną atrakcją jest aquapark. Przedsiębiorcy wynajmujący pokoje w swoich ogłoszeniach podają odległość do Hotelu Gołębiowski. Dodatkowo pojawienie się tak dużego podmiotu wymusiło na konkurencji poprawę infrastruktury i rozbudowę obiektów. Konkurencja, jak hotele Sandra, Artus czy Mercury, musiały dokonać licznych inwestycji. Respondenci dużą rolę w zmianach przypisują też właśnie hotelowi Sandra – pierwszemu obiektowi z aquaparkiem i spa.

Wartością dodaną Hotelu Gołębiowski dla gminy stały się organizowane tam konferencje i wydarzenia kulturalne, często o charakterze biznesowym i w miastach o mniejszym ruchu turystycznym, co zwiększyło ruch turystyczny w miejscowości poza sezonem. Podobne techniki wykorzystują także inne większe hotele. Część klientów przyjeżdżających na konferencje do Hotelu Gołębiowski decyduje się zaoszczędzić na noclegu i wybrać ofertę pobliskich pensjonatów, co służy rozwojowi sąsiedztwa dużego obiektu.

Zarówno w gminach nadmorskich, jak i w Karpaczu, dostrzegalną zmianą są coraz częstsze przyjazdy turystów na weekend. Obecnie turysta przyjeżdża na chwilowy odpoczynek w różnych porach roku. Sezon odgrywa coraz mniejszą rolę dzięki nowemu typowi turysty, jednak decydując się na długi pobyt, osoby zamożniejsze często oczekują ciszy i spokoju. Było to widoczne szczególnie w gminie Mielno, gdzie wiele nowych ośrodków powstaje w miejscach odosobnionych, ale atrakcyjnych przyrodniczo.

Podsumowując, kluczowym elementem przełamывania sezonowości jest zaspokojenie potrzeb nowego typu turysty, który spędza znacznie więcej czasu w samej miejscowości turystycznej, oczekuje nowych doświadczeń i atrakcji, wydaje więcej pieniędzy. Bardzo często tym nowym typem jest rodzina z dziećmi

– klient nie tylko w sezonie, lecz także w weekendy poza nim. W miejscowościach nadmorskich obiekty całoroczne były nastawione na zamożniejszych turystów. To ich łatwiej jest pozyskać poza sezonem, również ze względu na przyjazdy na różnego rodzaju konferencje, warsztaty, szkolenia i odczyty. Ten typ klienta ma jednak inne potrzeby niż tradycyjny turysta. Oczekuje znacznie większego przywiązania do estetyki miejscowości, potrzebuje dodatkowych atrakcji i bodźców. Czynnikiem decydującym o wyborze miejscowości nie będą już jedynie walory przyrodnicze, a raczej możliwość korzystania z nich na odpowiednich warunkach. Jeśli miejscowości nadmorskie będą zbyt obłożone i hałaśliwe, to nowy typ klienta wybierze ofertę sieci hoteli znajdujących się na uboczu.

5.2.15. Podsumowanie

Uwarunkowania zasobowe przedsiębiorczości na terenach gmin nadmorskich i Karpacza mają wiele elementów wspólnych, ale kluczowe dla analizy są różnice między tymi jednostkami. Gmina z Karkonoszy jest znacznie mniej podatna na sezonowość i ma mniejszą szarą strefę. Na rysunku 5.2 zaprezentowano schemat podsumowujący rozważania dotyczące gminy Karpacz.

Rysunek 5.2. Uwarunkowania zasobowe przedsiębiorczości w Karpaczu

Pola zaznaczone na niebiesko mają na schemacie jedno połączenie z innymi, na pomarańczowo – 2 lub 3, na fioletowo – 4, na czerwono – 5 i więcej, a zmienna wyjaśniana jest zaznaczona na czarno.

Źródło: opracowanie własne.

Silna marka Karpacza była początkowo budowana przez dwie duże atrakcje turystyczne, czyli Śnieżkę i Świątynię Wang. To właśnie walory przyrodnicze oraz światowej klasy zabytek kreowały początkową rozpoznawalność Karpacza. Tak było już w okresie komunizmu. Silną markę wspiera duża aktywność mieszkańców w dbaniu o estetykę miasta i dogodne warunki dla turystów. Również władza lokalna jest poddawana dużej presji ze strony wyborców w celu utrzymywania estetyki gminy. Element ten można powiązać z wysokim kapitałem społecznym oraz z kontrolą społeczną. Mieszkańcy są skłonni do ciągłej poprawy swojego otoczenia oraz inwestowania w rozwój gminy. Silna kontrola społeczna sprzyja likwidacji szarej strefy. Jak można przypuszczać, wielkie hotele wybrały Karpacz na swoją lokalizację właśnie ze względu na silną markę. To one jednak dokonały głębokiej zmiany w funkcjonowaniu gminy, a przez wykwalifikowanych menedżerów zaczęły budować nowe techniki pozyskiwania klientów. Zarówno Hotel Gołębiowski, jak i inne podobne obiekty, organizują bardzo wiele konferencji i szkoleń wydłużających sezon turystyczny. Podmioty te dysponują dużymi budżetami marketingowymi, pozwalającymi na wzmacnianie marki gminy. Nowe atrakcje turystyczne, zbudowane przez hotele, wydłużają sezon – szczególną rolę odgrywają aquaparki. Duże hotele zaczynają przyciągać do Karpacza nowy typ klienta, znacznie zamożniejszego niż dotychczasowy, klienta szukającego nowych doświadczeń. Nowy typ turysty często ma dzieci, co stwarza popyt na nowe atrakcje. Zmiana profilu klienta prowadzi do kryzysu na rynku tanich kwater, mają one problemy z rentowością czy w ogóle z pozyskaniem gości. Proces zdobywania klientów obecnie odbywa się w zdecydowanej większości poprzez internet. Skuteczność tych działań zwiększają odpowiednie umiejętności, często powiązane z wyższym wykształceniem. Długi sezon prowadzi do wzrostu liczby przedsiębiorstw, a bardzo mała szara strefa umożliwia lepsze zarządzanie w gminie i wzrost liczby firm. Wspiera to również charakter sezonu, który ma przewidywalne szczyty liczby klientów w Karpaczu. Brak przyzwolenia na szarą strefę ze strony mieszkańców utrudnia działalność „weekendowych biznesmenów”. Wysoka konkurencja oraz kontrole urzędnicze bardzo utrudniają osiągnięcie rentowości przedsiębiorcom, którzy nie pracują cały sezon. Sklasyfikowanie apartamentów na wynajem, jako działalności gospodarczej, zmniejsza szarą strefę i zwiększa liczbę przedsiębiorstw. Na skutek tych zjawisk zmienia się charakter przedsiębiorczości w gminie. Spora część mieszkańców nastawia się na obsługę ruchu turystycznego, a nie tylko wynajem kwater. Jest to również wynikiem zmiany profilu klienta.

Reasumując, silna marka Karpacza przyciągnęła wielkie hotele do gminy. To one, w dużej mierze, doprowadziły do wydłużenia sezonu oraz pozyskały nowy typ klienta, kreującego popyt na nowe obszary działalności. Prowadzi to do zmiany charakteru przedsiębiorczości i wzrostu jej poziomu w omawianej gminie. Ważną rolę odgrywa też kapitał społeczny mieszkańców.

zysk. Powoduje to ograniczanie kosztów związanych z infrastrukturą straganów czy stoisk. Estetyka nie ma dużego wpływu na decyzje zakupowe ich klientów. Stragany są domeną przedsiębiorców zewnętrznych, których również przyciąga silna marka miejscowości nadmorskich. Tego typu stoiska głównie pozycjonują się ceną, oferując proste i tanie produkty, jak na przykład kebab zamiast ryby. Handlarze starają się jak najlepiej zagospodarować przestrzeń, którą wynajmują od lokalnych mieszkańców. Przedsiębiorcy zewnętrzni nastawieni są na maksymalne wykorzystanie sezonu, a po jego zakończeniu wracają do swoich miejsc zamieszkania. Ich strategia w dużej mierze wspiera sezonowość gmin nadmorskich, gdyż swoim wyjazdem budują wrażenie wyludnienia miejscowości. Turysta przyjeżdżający po sezonie ma problem z dostępem do części zapewnianych przez nich usług. Większość przedsiębiorców zewnętrznych nie jest w stanie działać w danej gminie przez cały rok, więc równomiernie rozłożony przyjazd klientów oznaczałby kres ich działalności lub znaczny jej kryzys. Wiele osób w miejscowościach nadmorskich sprzedaje na straganach nielegalnych (lub z samochodu), co potęguje ogólny chaos i szarą strefę. Lokalni mieszkańcy oczekują zmian w tym zakresie, jednak sami nie podejmują żadnych działań i nie wywierają nacisków na lokalne władze. Przyczyną takiego zachowania może być niedostatek kapitału społecznego. Równocześnie pozyskanie nowego typu turysty jest bardzo utrudnione przez opisany charakter miejscowości nadmorskich. Ten typ klienta jest gotowy odwiedzać miejscowości nadmorskie w różnych porach roku, poszukuje jednak innych doznań niż te obecnie oferowane przez badane gminy. Tę grupę turystów zdobywają sieci hoteli, oferując wielość atrakcji oraz ciszę i spokój.

Przedsiębiorczość w gminach nadmorskich jest zależna od sezonu turystycznego. Ważną rolę odgrywają w niej przedsiębiorcy zewnętrzni oraz szara strefa. Mieszkańcy gmin nadmorskich budują swoje przychody przez wynajem kwater i powierzchni handlowych. Ich aktywność przedsiębiorcza ma tendencję spadkową. Lokalni przedsiębiorcy nie generują oferty dla nowego typu klientów, który zostaje przejęty przez duże sieci hoteli. Możliwą przyczyną takiego stanu jest zatłoczony i „jarmarkowy” charakter badanych gmin nadmorskich. Nowy typ turysty spędza znaczną część swojego urlopu w kompleksie hotelowym, omijając sąsiadującą miejscowość.

5.3. Gminy aglomeracyjne oraz o wysokim kapitale ludzkim

Do badania, jako gminy aglomeracyjne i mające wysoki kapitał ludzki wybrano: Suchy Las, Tarnowo Podgórne, Lesznowolę i Podkowę Leśną. Dwie pierwsze leżą w pobliżu Poznania, dwie pozostałe w okolicach Warszawy. Tarnowo Podgórne i Lesznowola to gminy nastawione na pozyskanie inwestorów zewnętrznych, poszukujących terenów do budowy zakładów lub magazynów.

Często w tych gminach osiedlały się firmy zagraniczne. W późniejszym okresie swojego rozwoju zarówno Tarnowo Podgórne, jak i Lesznowola budowały strategię nakierowaną na pozyskanie zamożnych mieszkańców. Suchy Las jest nastawiony na pozyskanie małych oraz średnich przedsiębiorców. Tradycje inteligentne oraz bliskość kampusu uniwersyteckiego ułatwiają pozyskanie osadników o wysokim kapitale ludzkim. Natomiast Podkowa Leśna stara się być idealnym miejscem do życia dla zamożnych i wykształconych mieszkańców, w tym dla prezesów firm.

5.3.1. Gminy oferujące teren dla inwestorów

5.3.1.1. Plany zagospodarowania przestrzennego

Momentem przełomowym w historii zarówno Tarnowa Podgórniego, jak i Lesznowoli, jest uchwalenie planów zagospodarowania przestrzennego. W obu przypadkach ważne było osobiste zaangażowanie wójta w realizację tego zadania. W ustroju komunistycznym również istniały plany zagospodarowania przestrzennego, ale nie były one dostosowane do potrzeb i specyfiki działalności firm. W obydwu gminach, dzięki działaniom władz, udało się wykorzystać duże obszary ziemi, jakie były w posiadaniu mieszkańców. Nastąpiło masowe odrolnienie gruntów – w przypadku Lesznowoli były to ziemie o bardzo wysokiej klasie, gdzie wcześniej mieściły się sady. Również w Tarnowie Podgórny pierwszymi przedsiębiorcami wskazywanymi przez respondentów byli „badylarze”, czyli ogrodnicy. Kluczowym argumentem dla przyszłych inwestorów było położenie w aglomeracji miejskiej, ale nie mniej istotne było również dobre zaplecze infrastrukturalne, w tym drogowe. Posiadanie planów zagospodarowania przestrzennego dało tym gminom przewagę nad okolicznymi jednostkami samorządu terytorialnego. To one pozwoliły Tarnowowi Podgórnyemu wyróżnić się spośród innych członków aglomeracji poznańskiej, a Lesznowoli – spośród sąsiadów z aglomeracji warszawskiej. Uchwalenie planów dało możliwość wykorzystania dobrego położenia, jako zasobu gminy. W przypadku obu gmin istotne było również położenie w centrum aglomeracji. W przypadku aglomeracji warszawskiej ważnym kryterium było położenie miejscowości w części południowo-zachodniej, dające dobry dostęp do węzłów komunikacyjnych i logistyki. Tarnowo Podgórne zyskiwało natomiast dzięki położeniu po tej stronie Poznania, która znajduje się bliżej Berlina, ponieważ ułatwiało to działania logistyczne firm handlujących z Niemcami.

Propozycje nabycia terenów inwestycyjnych oraz plany zagospodarowania przestrzennego od razu były kierowane do firm i inwestorów zagranicznych. W Tarnowie Podgórny proces ten zaczął się znacznie wcześniej, niż w pozostałych gminach, bo tuż po przemianie systemowej:

Już była realizacja nowego planu, który wyznaczał strefy właśnie pod działalność gospodarczą wzdłuż drogi krajowej numer dwa, dziewięćdziesiątka dwójka. Także w dziewięćdziesiątym drugim mieliśmy już trzysta hektarów w pięciu gniazdach przy trasie, przeznaczonych pod inwestycję, czego inne gminy nie miały i to było jakby ten nasz atut. (Tarnowo Podgórne r1)

W Lesznowoli prace nad zagospodarowaniem przestrzeni rozpoczęły się w 1998 roku, a plany uchwalone zostały w roku 2000:

Natomiast mojemu zespołowi udało się wykorzystać te pięć minut i na przestrzeni 2000–2001 my podjęliśmy absolutnie kluczową decyzję, która jest też krokiem milowym, czyli uchwaliliśmy plany zagospodarowania przestrzennego, wtedy byliśmy przeświadczeni, że to jest stworzenie, stworzenie oferty dla różnorodnych inwestycji, nie tylko tych związanych z działalnością gospodarczą, ale też z mieszkaniową. (Lesznowola r1)

Plany zagospodarowania przestrzennego są kluczowym elementem strategii gmin chcących pozyskać inwestorów zewnętrznych. Istotne znaczenie mają okresy dokonywania zmian przeznaczenia gruntów, gdy prawo w tym zakresie było bardzo liberalne. W obecnym stanie prawnym w Lesznowoli tak szerokie odrośnienie pól nie byłoby możliwe. W obu gminach mieszkańcy sprzedający grunty dla inwestorów rzadko stają się później przedsiębiorcami; są określani przez respondentów jako rentierzy. Do pełnego sukcesu przedsięwzięcia konieczna była współpraca lokalnych mieszkańców – w przypadku Tarnowa Podgórnego wyraziła się ona w wspieraniu kapitałowym działań lokalnych władz, co bardzo przyspieszyło rozwój gminy:

*Jeżeli chodzi o inne media, wodę, telefon czy gaz, to na przykład było robione jakby dzięki tym aktywnym mieszkańcom, to były komitety społeczne poza-
kładane, ludzie się dokładali do tej infrastruktury, ale to powstawało bardzo
szybko. (Tarnowo Podgórne r1)*

W przypadku gminy Lesznowola ważnym elementem wdrożenia planów zagospodarowania przestrzennego było przekonanie lokalnych sadowników do takiej wizji rozwoju gminy. Udało się przekonać blisko 80% osób (dane pochodzą od wójta gminy).

5.3.1.2. Budowanie kultury urzędu przyjaznego przedsiębiorcy i polityka podatkowa

Respondenci w obydwu gminach, jako element kluczowy strategii pozyskiwania inwestorów, wymieniają bardzo przyjazny dla firm urząd gminny. W ich wypowiedziach uwidacznia się wysoka kultura pracy i podejście do przedsiębiorcy jako klienta. W obu przypadkach respondenci przypisują działaniom

wójtów dobrą pracę urzędników. W Lesznowoli respondenci mówią o Marii Batyckiej-Wąsik, w przypadku Tarnowa Podgórnego wspominany jest Waldy Dzikowski. To osobiste zaangażowanie wójta umożliwia osiągnięcie wysokiego poziomu pracy urzędników:

Mieliśmy rzeczywiście szczęście do dobrego wójta, który, co prawda, nie jest z mojej opcji politycznej, ale uznaję, że robił bardzo dużo dobrej roboty. To był Pan Waldemar Dzikowski i on naprawdę zrobił bardzo, chyba, dobrze, ustawił gminę, dobrze ona funkcjonowała, była przyjazna inwestorom i tak dalej. (Tarnowo Podgórne r2)

W Tarnowie Podgórnym wspominana jest historia z lat 90., gdy ksero, znajdujące się na wyposażeniu urzędu, zostało udostępnione do użytku każdego przedsiębiorcy. Było to wtedy znaczne wsparcie, zwłaszcza dla polskich firm.

W obu badanych gminach położono szczególny nacisk na czas obsługi inwestora. Starano się maksymalnie skrócić czas zdobywania pozwoleń i innych dokumentów. Zdarzały się sytuacje wydłużenia godzin pracy urzędników do dwudziestej drugiej, aby jak najszybciej wydać niezbędne dokumenty. W Lesznowoli za dobry sposób obsługi klienta uznano prowadzenie całego procesu przez jedną osobę:

Bo każdy inwestor był tak samo traktowany, więc my też staramy się tworzyć takie dobre warunki, jeśli chodzi o obsługę, że inwestor nie musi się płątać po wydziałach, chodzić, szukać. Tylko przychodzi do referatu inwestycji i tam dostaje kompendium wiedzy, tam się pracownik nim zajmuje od początku do końca. (Lesznowola r1)

Było to skuteczniejsze rozwiązanie, niż wyznaczenie specjalnej osoby do kierowania „krokami” inwestora w urzędzie.

Ważnym elementem jest też stabilność kadrowa urzędu i zachowanie najlepszych specjalistów. W Lesznowoli Maria Batycka-Wąsik sprawuje urząd wójta nieprzerwanie od 1998 roku. W przypadku Tarnowa Podgórnego stworzono specjalne stanowisko zastępcy wójta, którego zadaniem było zajmowanie się inwestorami. Piotr Kaczmarek zajmuje się tym obszarem tematycznym już od momentu objęcia obowiązków wójta przez Waldy Dzikowskiego. Gmina musi pokazać potencjalnym inwestorom, że jest stabilna, a działania władz są przewidywalne. Sprzyja temu niska rotacja pracowników i zachowanie ciągłości rządów, co, jak zaznaczają respondenci, pozwala budować wiarygodność w oczach przedsiębiorców. Dopiero gdy jest obopólne zaufanie, można mówić o budowaniu przyjaznego klimatu dla firm. Według respondentów to właśnie władze gminy powinny rozpoczynać dialog z przedsiębiorcami. To wójtowie, a nie właściciele firm, są stroną znacznie bardziej aktywną w tej relacji. Lokalna władza musi pokazać, że umie dotrzymać słowa. Równocześnie wójtowie omawianych gmin

umieli budować dobre relacje z prezesami spółek komunalnych tak, by, przykładowo, podłączenie wody czy prądu było maksymalnie szybkie. Warto podkreślić raz jeszcze: sprawnie działające spółki komunalne stanowią ważny element przyjaznego klimatu dla inwestora.

Przy pozyskiwaniu pierwszych firm kolejnym ważnym elementem była polityka podatkowa. Lokalne opłaty w omawianych gminach były niższe niż w gminach sąsiednich. Dopiero po jakimś czasie stawki się wyrównały. Na tę kwestię zwrócono uwagę w Lesznowoli. Obecnie, według respondentów, bardzo trudno budować przewagę w oczach inwestorów nad innymi gminami polityką fiskalną. Kluczowym argumentem stają się nowe układy komunikacyjne i infrastruktura. Wzrasta rola umiejscowienia w aglomeracji i bliskość autostrad.

5.3.1.3. Pozyskanie inwestorów

W obu gminach po wprowadzeniu planów zagospodarowania przestrzennego pojawili się inwestorzy zagraniczni. W Tarnowie Podgórnym dominowali przedstawiciele firm niemieckich. W Lesznowoli narodowość inwestorów była znacznie bardziej zróżnicowana. Pierwsze inwestycje odbywały się według podobnego schematu: pojawiał się pojedynczy inwestor, często zdobyty dzięki kontaktom jakiegoś mieszkańca gminy lub samych władz lokalnych. Następnie, bazując na jego dobrej opinii, pojawiały się kolejne firmy. W tym wypadku mamy więc do czynienia z wzajemnym przyciąganiem się inwestorów. Obecnie znacznie większą rolę odgrywają duże korporacje i to z nimi gminy muszą budować relacje:

Teraz to jest rynek tak naprawdę tych dużych, przede wszystkim korporacji, które poszukują terenów inwestycyjnych jak John, dla tych dużych firm, czy Panatonic, Goodman, którzy organizują obiekty i sami ściągają klienta, czy mają klienta i pod niego potem realizują obiekt. (Tarnowo Podgórne r1)

5.3.1.4. Kapitał ludzki i osadnictwo

Zarówno w Tarnowie Podgórnym, jak i w Lesznowoli, za jedną z głównych przyczyn sukcesów gminy uznawano wysoki potencjał ludzi:

Gminę tworzą ludzie, nie maszyny, to jeszcze może Pan pozyskać, kapitał też może Pan pozyskać, natomiast firmę tworzą ludzie i naprawdę mam też dom i tutaj rodzinę ze swojej strony na wschodzie i obserwuję, w jaki sposób oni podchodzą do działalności gospodarczej, to jest bardzo duża różnica. (Tarnowo Podgórne r2)

W gminie z aglomeracji poznańskiej zwracano także uwagę na tradycje przedsiębiorcze tego regionu, zwłaszcza w porównaniu do tzw. Ziemi Odzyska-

nych. Tereny te, w oczach respondentów, są znacznie mniej uporządkowane, co może być skutkiem dużej migracji ludności pochodzącej ze wschodnich terenów Drugiej Rzeczypospolitej po drugiej wojnie światowej.

W obu gminach kładziono silny nacisk na pozyskanie nowych mieszkańców, którzy będą stanowić wartość dla gminy i będą dysponować dużym kapitałem ludzkim. W Tarnowie Podgórnym przyjęto strategię zachęcania do osiedlania się bardzo bogatych obywateli. Skupiano się na zamożnych przedsiębiorcach i świadomie zdecydowano się na wspieranie zabudowy domów jednorodzinnych kosztem dużych osiedli mieszkaniowych. Na planach zagospodarowania przestrzennego wyodrębniono, z dala od terenów przemysłowych, przyrodniczo atrakcyjne tereny. Równocześnie gmina zaoferowała nowym mieszkańcom bardzo wysoki poziom infrastruktury i edukacji. W Tarnowie Podgórnym co roku przeprowadzana jest ankieta oceniająca potrzeby mieszkańców na próbie tysiąca osób. W ostatnich latach ankietowani znacznie mniej podkreślają rolę edukacji, a wskazują potrzebę inwestycji w rozrywkę oraz sport. Jednym ze skutków ankiety jest budowa term w samym Tarnowie. We wsi, będącej siedzibą gminy, mieści się pięć restauracji oraz dwie kawiarnie. Jest też małe centrum handlowe oraz siłownia. Według respondentów rozwój tego typu przedsiębiorczości jest oparty nie tylko na obsłudze rodzimych mieszkańców, lecz także na osobach przyjeżdżających do pracy w korporacjach zagranicznych mieszczących się na terenie gminy. Uwidacznia się wśród mieszkańców również silna tendencja do wzajemnego kopiowania pomysłów na biznes.

W Lesznowoli polityka pozyskiwania mieszkańców jest prowadzona podobnie jak w Tarnowie Podgórnym. Największą różnicą pomiędzy gminami jest silne akcentowanie w gminie Lesznowola nacisk na rozwój szkolnictwa i bardzo wysoki poziom edukacji – jeden z najwyższych w kraju. Tylko 4% szkół podstawowych i gimnazjów w kraju osiągało zbliżone wyniki do tych uzyskiwanych przez uczniów szkół z terenów omawianej gminy. Według rozmówców mieszkańcy Warszawy przywożą swoje dzieci do szkół na terenie Lesznowoli.

Gmina z aglomeracji warszawskiej, w przeciwieństwie do poznańskiej, zezwoliła na budowę bloków na swoim terenie. Proces ten jest jednak ściśle kontrolowany pod względem urbanistycznym, choć w porównaniu z Tarnowem Lesznowola ma znacznie większą liczbę osób mieszkających na terenie gminy, ale niezameldowanych w niej. Przy liczbie osób około 24 tysięcy zameldowanych, realna liczba mieszkańców oparta na deklaracjach śmieciowych to 35 tysięcy. W Lesznowoli uwidacznia się również zjawisko przybywania bardzo bogatych mieszkańców na tereny atrakcyjne przyrodniczo i oddalone od miasta. Kolejną grupą mieszkańców są osadnicy w pobliżu Wólki Kosowskiej.

5.3.1.5. Dodatkowe okoliczności

Azjatyckie centrum handlowe w Wólce Kosowskiej jest często wymieniane przez respondentów z Lesznowoli, jako ważny element wspierający wzrost przedsiębiorczości na terenie gminy. Sami władarze nie podzielają jednak tego stanowiska. Po pierwsze gwałtowny rozwój centrum handlowego nastąpił znacznie później niż rozwój pozostałych części gminy. Wzrost liczby firm w Wólce Kosowskiej uwidocznił się po zamknięciu Stadionu Dziesięciolecia, kiedy pracujący tam przedsiębiorcy zaczęli przenosić swoją działalność na tereny Lesznowoli. Władze gminy podkreślają, że wpływ ilościowy azjatyckiego centrum handlowego na przedsiębiorczość w ich gminie jest znacznie przeceniany:

Jest inaczej, mówię obiektywnie, na pewno jest to dla nas ważny partner, jeśli chodzi o dochody podatkowe, natomiast, jeśli chodzi o... liczbę firm w porównaniu do liczby firm pozaazjatyckich, to wcale ten wynik nie jest taki oszałamiający. (Lesznowola r1)

Ze względu na rosnące kontakty handlowe z Chinami możliwe jest, że centrum w Wólce Kosowskiej nabierze jeszcze większego znaczenia dla życia gminy. Obecnie na terenie Lesznowoli zaczęli osiedlać się cudzoziemcy pochodzenia azjatyckiego. Mając powyższe na uwadze, gmina rozpoczęła finansowanie nauczania języka chińskiego, jako dodatkowego języka obcego w okolicznych szkołach.

5.3.1.6. Podsumowanie

Gminy Tarnowo Podgórne i Lesznowola znajdują się w dużych aglomeracjach miejskich. Wykorzystują to położenie, by pozyskać inwestorów i cennych, w kontekście płacenia podatków, mieszkańców. Analizę zasobowych uwarunkowań przedsiębiorczości obydwu gmin prezentuje rysunek 5.4.

Kluczowymi elementami w historii rozwoju obydwu gmin jest, po pierwsze, moment uchwalenia planów zagospodarowania przestrzennego, a po drugie, osoba stojąca za tą inicjatywą, czyli ówczesny wójt. Pierwszy raz, w rozważaniach podjętych w tej książce, tak ważną, istotną rolę odgrywa samorząd. To właśnie lokalni władarze byli inicjatorami powstania planów zagospodarowania przestrzennego, a działania te były wsparte przez mieszkańców gminy. Plany umożliwiły wykorzystanie bardzo dobrego położenia w aglomeracji miejskiej, co razem z silną marką gminy pozwoliło przyciągnąć pierwszych inwestorów.

Dobry wizerunek wśród przedsiębiorców i inwestorów bardzo silnie zależy od wójta. To lokalna władza buduje kulturę pracy urzędu gminy, a tym samym jakość i tempo świadczonych przedsiębiorcom usług, także tych świadczonych przez spółki komunalne. Równocześnie to osoba wójta buduje wiarygodność w oczach inwestorów i kształtuje politykę podatkową. Dzięki wzrostowi liczby

przedsiębiorstw rosną dochody gmin. Lesznówola i Tarnowo Podgórne inwestują w edukację i infrastrukturę, co pozwala pozyskać mieszkańców o wysokim kapitale ludzkim, którzy często osiedlają się na terenach atrakcyjnych przyrodniczo. Taką zabudowę umożliwiają uchwalone wcześniej plany zagospodarowania przestrzennego. Mieszkańcy o wysokim kapitale ludzkim prowadzą do wzrostu liczby firm, mają wyższe aspiracje, a ich znaczniejsze dochody umożliwiają powstanie nowych rynków. W gminie pojawiają się atrakcje, takie jak siłownie, hotele, restauracje czy centra handlowe.

Rysunek 5.4. Przedsiębiorczość w gminach Lesznówola i Tarnowo Podgórne

Prostokąty mające jedno połączenie są zaznaczone kolorem pomarańczowym. Kafelki o dwóch połączeniach – zielonym, trzech połączeniach – niebieskim, czterech zaś – czerwonym. Natomiast osoba wójta, która ma aż pięć połączeń – fioletowym. Zmienna wyjaśniana jest oznaczona kolorem czarnym.

Źródło: opracowania własne.

Podsumowując rozważania dotyczące Lesznówoli i Tarnowa Podgórne, jeszcze raz należy podkreślić olbrzymi wpływ wójtów na rozwój przedsiębiorczości. To ich strategie i zarządzanie umożliwiły tak silne wyróżnienie się na tle innych gmin w aglomeracji czy nawet w skali kraju.

5.3.2. Suchy Las

Suchy Las znajduje się w aglomeracji poznańskiej i bezpośrednio sąsiaduje ze stolicą Wielkopolski. Na terenie gminy znajdują się poligon wojskowy, zajmujący większość terenów Suchego Lasu (wraz z terenami, które są wyłączone na czas ćwiczeń wojskowych). Taki kształt gminy bardzo utrudnia rozwój oraz ogranicza ilość terenów inwestycyjnych. Dlatego, w przeciwieństwie do Tarnowa Podgórnego, Suchy Las nastawiony jest na przyciągnięcie i rozwój małych i średnich przedsiębiorców. Obecność poligonu miała w przeszłości również pozytywny wpływ na funkcjonowanie gminy – wojsko dostarczało stałej kwoty podatków w wysokości około 12 mln zł (10% budżetu gminy). W momencie trwania badania przedstawiciele wojska podjęli próbę przekwalifikowania terenów poligonu na tereny leśne, co drastycznie zmniejszyłoby kwotę otrzymywanego przez Suchy Las podatku (do około 400 tysięcy rocznie). Obecność poligonu sprawia również, że od poniedziałku do piątku część lokalnych dróg i ścieżek rowerowych pozostaje zamknięta ze względu na odbywające się tam ćwiczenia. Teren wojskowy otoczony jest dużą powierzchnią lasów, co sprawia, że gmina jest „zielona” i atrakcyjna dla osób ceniących przyrodę. Odgłosy dochodzące z poligonu nie są dużym problemem w skali całej gminy. A, jak ujął to przedstawiciel lokalnych władz, dzikie zwierzęta się „przyzwyczaiły”.

5.3.2.1. Klaster samochodowy

Ze względu na brak terenów inwestycyjnych władze Suchego Lasu zdecydowały się na strategię przyciągania na swój teren małych i średnich przedsiębiorców. Obecność poligonu praktycznie uniemożliwia przyciągnięcie większych firm. Jak w takich uwarunkowaniach zbudować strategię przyciągania przedsiębiorstw? Pierwszym użytym w tym celu zasobem jest obecność w aglomeracji poznańskiej. Gmina postanowiła wykorzystać ulicę Obornicką, prowadzącą ze stolicy województwa wielkopolskiego nad Morze Bałtyckie. Szlak ten jest bardzo popularny, dlatego przedsiębiorcy ulokowani przy drodze mogą wykorzystać tak duży ruch i zdobyć dodatkowych klientów. Jest to również teren, do którego bardzo łatwo dojechać z Poznania. Gmina zdecydowała się na stworzenie czegoś podobnego do klastra opartego na salonach samochodowych. Pierwszym krokiem było wprowadzenie najniższych w aglomeracji poznańskiej podatków od środków transportu:

Tu jest najniższy podatek od środków transportowych i była to pierwsza taka polityka wprowadzona w ogóle w aglomeracji, czyli Poznań wtedy też jeszcze miał wyższe podatki niż my. (Suchy Las r1)

Wprowadzona przez gminę polityka podatkowa dała wówczas bardzo dobre efekty i udało się przyciągnąć na teren gminy właścicieli salonów. Gmina Suchy

Las prowadziła również finansowaną przez siebie kampanię marketingową, gdzie reklamowana była marka gminy, jak również lokalne salony samochodowe. Cały proces koordynowany był przez spółkę gminną – Lokalną Agencję Rozwoju Gospodarczego. Jednostka ta odpowiadała również za pozyskiwanie nowych firm transportowych i budowanie z nimi długotrwałej relacji. Władze gminy zdecydowały się na wprowadzenie ulgi od nieruchomości w przypadku, gdy wartość inwestycji wprowadzanej na teren gminy była nie mniejsza niż dwa miliony złotych. Była to oferta adresowana przede wszystkim do firm samochodowych i transportowych. Kolejnym krokiem gminnych decydentów było dofinansowanie stanowisk w starostwie powiatowym w wydziale uprawnień komunikacyjnych. Lokalni władarze uważają, że dało to firmom z Suchego Lasu korzyści:

no że to nie oznacza wprost takiego ułatwienia tak, w tej rejestracji, natomiast mimo wszystko jakieś tam jest ułatwienie. Nie oznacza to, że oczywiście, że jak przyjdzie ktoś z Suchego Lasu, to poza kolejką, natomiast to też jest takie tworzenie klimatu, tak? (Suchy Las r1)

W gminie obecne są również firmy leasingowe, które zostały przyciągnięte przez salony samochodowe.

5.3.2.2. Tradycja inteligencji i zamożność mieszkańców

Podczas rozmów z mieszkańcami z Tarnowa Podgórnego i Suchego Lasu uwiadacznia się rywalizacja między tymi dwiema gminami oraz poczucie wyższości w porównaniu do pozostałych gmin aglomeracji poznańskiej. Jeden z rozmówców określa omawiane gminy mianem lokalnych tygrysów:

Czasami nas porównują do Tarnowa Podgórnego, tak siłą rzeczy jakieś to jest porównanie, bo to są można powiedzieć takie dwa tygrysy w powietrzu – Suchy Las i Tarnowo. Cały czas gdzieś tam w jakiś rankingach się ścigamy, tak, tych ogólnopolskich. (Suchy Las r1)

Według respondentów są to dwie gminy, które konkurują między sobą o pozyskanie najbogatszych mieszkańców. Wskazują na to bardzo duże budżety i wpływy z PIT (respondent podaje przykład porównywalnej gminy – Murowanej Gośliny, gdzie wpływy z tego podatku wynosiły 12 mln zł, natomiast w Suchym Lesie jest to 28 mln zł). Wizerunek zamożnej gminy ułatwia pozyskiwanie potencjalnych mieszkańców, a dodatkowo winduje ceny gruntów. Przez wiele lat uwiadaczniał się schemat: „duże firmy inwestują w Tarnowie Podgórnym, a prezesi mieszkają w Suchym Lesie”. (Suchy Las r1). Obecnie sytuacja nie jest już tak jednoznaczna. Jest to skutkiem zaoferowania bardzo atrakcyjnych i bardzo dużych terenów budowlanych przez Tarnowo Podgórne. Taka oferta spotyka się jednak głównie z zainteresowaniem ludzi najbogatszych. Dla osób o niższych dochodach taka

propozycja może być zbyt kosztowna i wtedy ta grupa klientów wybierze Suchy Las. Dodatkowo gmina ta jest znacznie silniej kojarzona z „inteligencją” i dobrym wykształceniem niż Tarnowo Podgórne. Przewagą Suchego Lasu nad resztą gmin w aglomeracji poznańskiej jest jego silna marka miejsca elitarnego i modnego:

Więc to jest taka trochę moda, żeby mieszkać w Suchym Lesie i może to się wiąże właśnie z kwestią pewnej zamożności tych mieszkańców, że to są właśnie osoby dobrze sytuowane, dobrze wykształcone, to co jest na pewno plusem Suchego Lasu. (Suchy Las r1)

Suchy Las ma też odpowiednią ofertę, by zaspokoić potrzeby mieszkańców. Na terenie gminy znajduje się park wodny oraz bardzo duże centrum kultury z salą koncertową. Jest też centrum handlowe, a także wiele restauracji oraz kręgielnia. Są również kluby fitness, w tym jeden prowadzony przez gminny ośrodek sportu. Gmina inwestuje również w spółkę zajmującą się informatyzacją gminy, zwłaszcza poprzez budowę światłowodów. W Suchym Lesie jednym z ważniejszych obszarów działań jest edukacja, o której poziomie, według rozmówcy, świadczy to, że mieszkańcy Poznania przywożą swoje dzieci do szkół na terenie ich gminy. Suchy Las, przykładowo, opłaca dodatkowe godziny nauki angielskiego w placówkach edukacyjnych.

Wizerunek miejsca, gdzie przybywa „inteligencja” wzmacnia obecność na terenie gminy dawnych terenów Akademii Rolniczej, gdzie mieszka kadra profesorska obecnego Uniwersytetu Przyrodniczego. W gminie Suchy Las znajduje się również placówka badawcza w Złotnikach. W Suchym Lesie mieszkają też przedstawiciele innych poznańskich uczelni, w tym dawny rektor Uniwersytetu Ekonomicznego. Suchy Las praktycznie graniczy z Kampusem Morasko Uniwersytetu Adam Mickiewicza, ale obecnie badana gmina ma słabe połączenie komunikacyjne z tym obszarem Poznania. Być może dlatego cieszy się większą popularnością wśród pracowników naukowych niż u studentów.

W gminie funkcjonuje też prywatny park technologiczny, skupiony wokół firmy budowlanej Nickel. Istnieje tam możliwość wynajmu pomieszczeń z obsługą księgową.

Suchy Las jest też jedną z najlepiej skomunikowanych gmin aglomeracji. Do centrum Poznania bez problemu i szybko można dostać się transportem zbiorowym. Modernizacja linii kolejowej dodatkowo jeszcze poprawi dojazd do stolicy województwa. Cała podróż z węzła Złotnik zajmuje jedynie około 10 minut.

5.3.2.3. Pozyskiwanie mieszkańców i kapitał społeczny

Władze Suchego Lasu wskazują na ciągłe przyciąganie osadników, jako na jeden ze swoich głównych celów. Respondenci zauważają, że gminy aglomeracji poznańskiej zyskują mieszkańców głównie kosztem Poznania. Równocześnie

lokalni decydenci zwracają uwagę, że udaje im się pozyskać wartościowych obywateli o dużym kapitale ludzkim. To właśnie mieszkańców władze Suchego Lasu wskazują jako najważniejszy zasób gminy. Są to ludzie aktywni i przedsiębiorczy, którzy tworzą własne firmy, ale też przez swoją zamożność generują popyt na wiele rodzajów usług i produktów.

Według władz gminy znacznie bardziej aktywni i zmobilizowani są „starzy” mieszkańcy, żyjący na terenie gminy od pokoleń, np. we wsiach Gołęczewo i Chludowa. To oni są nośnikami kapitału społecznego spajającego gminę (wewnątrzgrupowego). Gołęczewo podkreśla tradycję niemieckich osadników, a Chludowa związki z Romanem Dmowskim, od którego majątek odkupili księża werbiści i stworzyli na terenie gminy bardzo prężnie działający ośrodek religijny. Biedrusko jest natomiast była jednostką wojskową, gdzie mieszka wielu emerytowanych wojskowych. Wsie otaczające Suchy Las nadają gminie charakter i budują jej tożsamość:

Takie wsie z charakterem i dlatego mówię, że to nie zawsze jest tak, że tylko patrzymy przez pryzmat tych nowych ludzi, którzy tu zamieszkali, tych inteligentów, wielkich przesów, nie? Tylko ludzi takich z charakterem, tutaj tradycyjnie gdzieś tam osiadłych. (Suchy Las r1)

W gminie bardzo widoczne jest działanie stowarzyszeń i organizacji, takich jak np. orkiestra dęta z Chludowa; w tej samej miejscowości jest też zespół taneczny. Na terenie gminy działa także Stowarzyszenie Przyjaciół Suchego Lasu, organizujące np. imprezy rowerowe. W Suchym Lesie organizowane są też dni tej miejscowości, nawiązujące do tradycji Zakonu Maltańskiego. Gmina wspiera i finansuje działania stowarzyszeń i organizacji kulturalnych:

to widać chociażby przy konstruowaniu budżetu, wspieranie takich działań, stowarzyszeń i takich działań oddolnych mieszkańców, jest cała masa tej takiej właśnie aktywności wynikającej gdzieś tam z dołu, niekoniecznie gdzieś tam przez gminę inicjowanej. (Suchy Las r1)

Wielka aktywność stowarzyszeń wspiera wizerunek miasta „inteligentnego” choć same władze gminy uważają, że znacznie częściej postrzegane są pod kątem swojej zamożności. Respondenci zwracają uwagę na bardzo dużą liczbę boisk ze sztuczną nawierzchnią oraz siłowni przy nich. Z gminnych obiektów sportowych korzystają lokalne kluby i organizacje.

W Suchym Lesie nie ma budżetu partycypacyjnego. Funkcjonuje zamiast tego „fundusz jednostek pomocniczych”, który finansuje działania osiedli i sołectw znajdujących się na terenie gminy. Jednostki pomocnicze otrzymują kwoty pieniędzy wynikające z liczby mieszkańców. Cała pula środków wynosi według władz gminy około 1 mln zł. Coraz częściej wnioski kierowane przez mieszkańców dotyczą sfery społecznej, kosztem infrastrukturalnej, która dominowała dawniej.

5.3.2.4. Podsumowanie Suchy Las

Gmina Suchy Las jest położona w aglomeracji poznańskiej. Ze względu na brak terenów inwestycyjnych ma jednak ograniczone możliwości pozyskiwania inwestorów zewnętrznych. Dlatego też władze gminy skoncentrowały się na przyciągnięciu małych i średnich firm oraz zamożnych mieszkańców płacących wysoki podatek PIT.

Rysunek 5.5. Przedsiębiorczość w gminie Suchy Las

Prostokąty mające jedno połączenie są zaznaczone kolorem pomarańczowym. Te, które posiadają dwa połączenia – zielonym, trzy połączenia – niebieskim, cztery i pięć połączeń – czerwonym, natomiast te posiadające sześć połączeń – fioletowym. Zmienna wyjaśniania oznaczona jest kolorem czarnym.

Źródło: opracowanie własne.

Suchy Las znajduje się blisko Poznania i ma dobre połączenie komunikacyjne ze stolicą województwa. Ten właśnie zasób postanowił wykorzystać wójt opisywanej gminy do przyciągnięcia na jej teren właścicieli salonów samochodowych. Stworzył dzięki temu coś przypominającego klastr transportowy. Pierwszym krokiem było obniżenie podatków od środków transportu i nieruchomości do najniższych stawek w całej aglomeracji. Następnie została powołana spółka Lokalna Agencja Rozwoju Gospodarczego, która miała za zadanie budować relacje z firmami transportowymi i przyciągnąć je na teren Suchego Lasu. Drugim celem spółki gminnej było reklamowanie samego klastra, jak również jego członków na koszt gminy. Wójt zdecydował się dofinansować stanowiska w starostwie powiatowym w celu poprawy obsługi klientów. Na terenie gminy pojawiły się też firmy leasingowe. Klastr transportowy jest w tym wypadku czynnikiem sprzyjającym wzrostowi lokalnej przedsiębiorczości oraz dochodów gminy. Suchy Las zaczął dzięki temu inwestować w infrastrukturę i edukację. Powstał park wodny i centrum kultury. Coraz bardziej utrwalał się wizerunek Suchego Lasu jako gminy zamożnej i elitarnej, co przekładało się na pozyskiwanie cennych mieszkańców o wysokim kapitale ludzkim. Drugim kluczowym elementem, obok klastra transportowego, była historia gminy jako ośrodka inteligencji. Na terenie Suchego Lasu od lat mieszkają profesorowie i kadra akademicka Uniwersytetu Przyrodniczego. Gmina sąsiaduje też z kampusem Uniwersytetu imienia Adama Mickiewicza. Tradycję inteligentką umacnia duża aktywność społeczna mieszkańców oraz wsie dbające o swoje dziedzictwo historyczne. Gmina, dzięki obecności na swoim terenie poligonu wojskowego, ma zieloną okolicę, co również jest atutem dla przyszłych mieszkańców.

5.3.3. Podkowa Leśna

Podkowa Leśna jest jednym z najbardziej skrajnych przypadków analizowanych w tej książce. Jest to gmina wyróżniająca się pod wieloma aspektami, np. odsetka ludzi z wyższym wykształceniem czy liczbą stowarzyszeń na osobę. Istotne te kwestie podkreślają również władze gminy:

Tak statystycznie jesteśmy najlepiej wykształceni, statystycznie jesteśmy najstarsi, statystycznie jesteśmy najzamożniejsi i statystycznie jesteśmy najlepiej uświadomieni obywatelsko. Zużywamy też najwięcej energii w Polsce w przeliczeniu na osobę, poza miejscowościami turystycznymi, (...) zużywamy najwięcej wody i gazu. Mamy też największą powierzchnię do życia, statystycznie. (Podkowa Leśna r1)

Podkowa Leśna wyróżnia się również pod względem liczby zarejestrowanych firm na osobę, prowadzących działalność na terenie gminy i to pomimo braku gruntów, na których przedsiębiorstwa mogłyby stawiać swoje siedziby. Miasto

ma charakter parku, gdzie jak wyspy, pojawiają się duże domy z przestronnymi ogrodami. Działki, na których stoją posesje mają około 2 tysiące metrów i więcej. Jest to celowy zabieg założycieli miasta, które ma charakter prawie niezmienny od 1925 roku. Od początku swojego istnienia Podkowa Leśna jest miejscem przeznaczonym dla bogatych i zamożnych mieszkańców, mających lepsze wykształcenie i poczucie elitarności. W planach założycieli miasto miało być miejscem spotkań kultury i biznesu.

Obecnie na terenie gminy mieszka wielu prezesów i członków zarządów firm. Mieszkańcy ci rejestrują firmy na terenie gminy, choć faktycznie działają one gdzie indziej. Podsumowując, strategią Podkowy Leśnej jest przyciągnięcie i osiedlenie na swoim terenie przedsiębiorców, przez stworzenie im idealnych warunków do życia.

5.3.3.1. Tradycja inteligencji i marka

Podkowa Leśna jest według respondentów miastem mającym silną markę miejsca elitarnego i inteligenckiego. Obie te cechy są ważnym elementem tożsamości tej miejscowości i są mocno osadzone w jej historii. Respondenci uważają, że miasto ma swoistą legendę i jest bardzo dobrze rozpoznawalne. Elitarność, co zaskakujące, przez samych mieszkańców nazywana jest snobizmem:

Myszę, że to nasze podkowieńskie jest, że my tak lubimy o sobie myśleć, ale przy okazji próbujemy faktycznie coś takiego robić. Bardzo typowa podkowieńska cecha, taki snobizm, który sprzyja rozwojowi miasta. Pozytywny snobizm. (Podkowa Leśna r1)

Snobizm przejawia się w czerpaniu z pozytywnych wzorców zachodnich i we wdrażaniu rozwiązań podpatrzonych u innych gmin na całym świecie. Przejawia się on również w zachowaniach i postawach samych mieszkańców, np. w dbaniu o bezpieczeństwo drogowe przez rysowanie na drogach przestrzeni dla rowerów, choć nie jest ona oficjalnie zarejestrowana. Ogólne zainteresowanie mieszkańców budzą działania określane mianem „awangardowych” – noszących znamiona nowości i oryginalności. Władze gminy opisywały przypadek sponsorowania koncertów przez lokalnych przedsiębiorców. Aby pozyskać pieniądze, konieczna jest odpowiednia oprawa całego wydarzenia, ale także przekonanie o ekskluzywności danej imprezy:

Bardzo lubimy się... pewnie formuła taka, którą niedługo zaproponuję jakieś fajnego zamkniętego koncertu, to w zaproszeniach dla tych właśnie osób, właśnie bardziej otwartych w biznesie by się sprawdziło. No takie rzeczy trzeba też dopasowywać do tego naszego snobizmu, że muszą być rzeczy, które się wymykają poza standard ten podkowieński, żeby zainteresować tych, którzy mają przyjść. (Podkowa Leśna r1)

Snobizm i poczucie wyjątkowości pozwalają na związanie emocjonalne mieszkańca z danym terenem. Według respondentów więź i stosunek do miasta mają u podkowiec charakter hermetyczny, nacechowany poczuciem dumy i ekskluzywności. Mieszkańcy porównują się z Konstancinem-Jeziorną, miejscem, gdzie według nich, jest zły snobizm, przejawiający się izolacją na współmieszkańców i przywiązaniem do kultury niskiej, o czym świadczyć może kupowanie domów w sąsiedztwie celebrytów. Silna marka Podkowy Leśnej ułatwia natomiast pozyskiwanie kolejnych osób o podobnym statusie i dochodach, co z kolei zapewnia gminie dochody i pozwala na inwestycję w infrastrukturę czy edukację.

Tradycja inteligencka również wspiera wizerunek miasta jako elitarnego. Podkowa Leśna jest miejscem, w którym mieszkali i mieszkają ludzie awangardowi i sławni: artyści, poeci, literaci, naukowcy. W czasach przedwojennych było to miejsce, gdzie ludzie kultury i sztuki spotykali się z ludźmi posiadającymi duży kapitał, czyli przedsiębiorcami, funkcjonowało też wiele salonów towarzyskich. Respondenci mają problem ze zdefiniowaniem „inteligencji” jako klasy społecznej we współczesnym świecie. Zwracają uwagę na związek wyższego wykształcenia z lepszym poziomem życia, polegający na tym, że ludzie z wyższym wykształceniem i bardzo dobrze zarabiający oczekują lepszych warunków do codziennego życia.

5.3.3.2. Podkowa Leśna jako doskonałe miejsce do życia

Podkowa Leśna ma charakter miasta-parku, z dużymi domami i przestronnymi działkami, a cała gmina jest bardzo zielona. Według respondentów możliwość zamieszkania wśród dużej liczby drzew jest czynnikiem dającym wysoki komfort życia. W Podkowie Leśnej nie ma żadnego bloku, występuje jedynie niska zabudowa i przeważają domy jednorodzinne. Wiele z nich jest zbudowanych z drewna i ma historyczny charakter. Jednocześnie Podkowa Leśna jest, według respondentów, „sypialnią” podwarszawską. Mieszkańcy w zdecydowanej większości pracują w Warszawie lub Pruszkowie, tam, poza weekendami, spędzają znaczną część czasu. Uwidacznia się to w funkcjonowaniu lokalnych kawiarni i restauracji. W lokalach tych od poniedziałku do piątku głównymi klientami są emeryci, natomiast w soboty czy niedziele ciężko jest tam znaleźć wolny stół. Według respondentów część kawiarni i restauracji nie została założona dla zysku. Częściowo jest to hobby lokalnych przedsiębiorców. W kawiarniach uwidacznia się kolejny element charakterystyczny dla Podkowy Leśnej, którym, według rozmówców, jest kultura dyskusji i łatwość nawiązywania znajomości. Wystarczy wyjść na ulicę, by poznać nowych ludzi. Tak obecne grono swych znajomych opisuje jeden z mieszkańców:

ale przyjeżdżaliśmy tutaj, praktycznie nikogo nie znając, (...) bardzo szybko poznaliśmy bardzo dużo osób, także ja bym powiedział, że obecnie 80% naszych przyjaciół/znajomych jest stąd, a przeprowadzaliśmy się po czterdziestce. (Podkowa Leśna r2)

Zjawisko to dotyczy także przedsiębiorców, którzy dzięki bliskim znajomościom łatwiej mogą realizować wspólne przedsięwzięcia. Jak zauważył jeden z rozmówców, w Podkowie Leśnej „niejedna firma powstała w lokalnej kawiarni”. Dodatkowo łatwość w nawiązywaniu kontaktów z ludźmi o wysokim kapitale ludzkim przyczynia się do zdobywania użytecznej wiedzy, co według Kirznera (2010) jest szczególnie cenne dla przedsiębiorców.

Kolejnym elementem pozwalającym pozyskać wartościowych dla Podkowy mieszkańców jest wysoki poziom edukacji w lokalnych szkołach. Na terenie gminy funkcjonują dwie szkoły podstawowe i gimnazjum. Jedna ze szkół podstawowych jest samorządowa, jedna szkoła podstawowa katolicka, prowadzona przez stowarzyszenie Klub Inteligencji Katolickiej. Obie placówki należą do najlepszych w Polsce, a do szkół w Podkowie Leśnej dowożeni są uczniowie z Warszawy. Jak zauważają lokalne władze, bardzo wielu rodziców odwożących dzięki do szkoły staje się potem mieszkańcami gminy. Poza edukacją przyszli mieszkańcy zwracają uwagę na wysoki poziom bezpieczeństwa w Podkowie Leśnej. Respondenci porównują miasto do „ochronki” dla dzieci.

Równie ważnym elementem miasta umożliwiającym pozyskanie mieszkańców o wysokim kapitale ludzkim jest bardzo szeroka oferta kulturalna i wiele możliwości spędzenia wolnego czasu. Tak jeden z respondentów opisuje życie w Podkowie Leśnej:

jest cała masa różnych imprez, wydarzeń kulturalnych, jest cała masa ludzi, którzy coś mają, albo mają czym się pochwalić, zrobić wystawę malarską itd. Ze ilość profesorów, malarzy, artystów, aktorów jest duża. Jeden chór, dwa zespoły muzyczne. (Podkowa Leśna r2)

Podkowa Leśna umożliwia bardzo aktywne życie. Jednym z przejawów tej aktywności jest impreza gminna pod nazwą „Otwarte Ogrody”, gdzie każdy może zobaczyć, jak wygląda teren zielony sąsiada i co się u niego zmieniło. Samo wydarzenie umożliwia też budowanie relacji pomiędzy mieszkańcami i ich utrwalanie.

5.3.3.3. Stowarzyszenia

Podkowa Leśna jest jedną z nielicznych badanych gmin, gdzie władze miasta zdecydowanie pozytywnie wypowiadają się na temat stowarzyszeń. Aż 15 z nich, w tym 3 sportowe, zostało wskazanych jako aktywne i widoczne w przestrzeni. Wpływ organizacji pozarządowych na funkcjonowanie gminy był tak silny, że konieczne były zmiany w funkcjonowaniu rady miejskiej, co podczas wywiadu opisał burmistrz gminy:

Ja definiowałem problem Podkowy Leśnej jako organizacji stowarzyszeń. Czyli stowarzyszenia wchodziły w struktury rady miasta i członkowie tych

największych stowarzyszeń byli beneficjentami, stawali się doradcami burmistrzów. I to też była moim zdaniem sytuacja patologiczna, mimo że ja jestem też działaczem i wcześniej członkiem stowarzyszenia, to jednak to odczułem wszystko.

W radzie miejskiej również zahamowano tendencję do „grantozy”, czyli zakładania stowarzyszeń dla grantów. Obecnie sytuacja jest znacznie bardziej przejrzysta.

Jednym z najbardziej znanych stowarzyszeń jest Podkowieńskie Towarzystwo Biegowe. Organizacja ta zrzesza od 6 do 8 stałych członków. Jednak gdy organizuje swoje wydarzenia, pozyskuje wolontariuszy z lokalnych szkół – zazwyczaj jest to około 100 osób. Jednymi z najważniejszych imprez stowarzyszenia są „Podkowieńska Dycha” i „Maraton Miasta Ogrodów”. Podkowieńskie Towarzystwo Biegowe pozyskuje bardzo wielu dużych sponsorów, jak np. PKN Orlen, PKO BP czy Cisowianka. Marka wód mineralnych wspiera tę imprezę od pierwszej edycji. Stowarzyszenie zawdzięcza to miejscu zamieszkania właściciela Cisowianki:

Bo mamy, mamy wiernego sponsora w osobie firmy Cisowianka, dlatego, że właściciel Cisowianki jest z Podkowie i biega. Znaczący z Podkowie albo Owczarni... My ich przygarniamy wszystkich i Owczarnię, i Żółwin i wielu naszych znajomych mieszka po drugiej stronie drogi, to już jest inna gmina. (Podkowa Leśna r2)

Dzięki stowarzyszeniom możliwe staje się nawiązywanie kontaktów biznesowych także z przedsiębiorcami spoza terenów gminy. Wypowiedź respondenta potwierdza również opinie innych rozmówców o bardzo mocnym rozwoju terenów innych gmin graniczących z Podkowie Leśną.

Respondentom ciężko jest jednoznacznie stwierdzić, czy zaufanie w Podkowie Leśnej jest wyższe niż w całym kraju. Rozmówcy zwracają uwagę, że mieszkańcy bardzo dobrze się znają, jest tu niski poziom przestępczości, jest możliwość kupienia czegoś „na krechę”, gdy zapomni się portfela. Te zachowania oraz duża liczba stowarzyszeń, czy aktywność obywateli wskazują na duży kapitał społeczny wśród mieszkańców gminy.

5.3.3.4. Podsumowanie

Podkowa Leśna jest unikatowym projektem miasta parku w skali całego kraju, a jej mieszkańcy mają bardzo specyficzne cechy i wyróżniają się na tle Polski. Takie nagromadzenie zasobów stanowi jednak dużą wartość badawczą, pozwalającą dostrzec nowe aspekty rozwoju przedsiębiorczości w gminach. Z jednej strony, na terenie Podkowie Leśnej nie ma terenów, gdzie można by zbudować zakład przemysłowy czy średniej wielkości siedzibę dla firmy, ale mimo to przedsiębiorcy wybierają miasto-park, jako miejsce swojego życia i poprzez

identyfikację z nim rejestrują lub przerejestrowują firmy do Podkowy Leśnej. Na rysunku 5.6 zaprezentowano schemat przedstawiający uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w Podkowie Leśnej.

Rysunek 5.6. Przedsiębiorczość w gminie Podkowa Leśna

Prostokąty z jednym powiązaniem są zaznaczone kolorem pomarańczowym. Te mające dwa połączenia – zielonym, trzy połączenia – niebieskim, cztery i pięć połączeń – czerwonym, natomiast te mające sześć i więcej połączeń – fioletowym.

Źródło: opracowanie własne.

Przedsiębiorczość w Podkowie Leśnej jest w dużej mierze uwarunkowana dwoma powiązanymi ze sobą elementami: historycznymi założeniami miasta-parku oraz chęcią pozyskania wartościowych mieszkańców o wysokim kapitale ludzkim. Podkowa Leśna, zgodnie z przedwojennym projektem, jest miejscem z dużą ilością roślinności, a jej zabudowa oparta jest na domach z przestronnymi działkami. W tym mieście miały stykać się biznes i kultura. Taki charakter gminy przełożył się na poczucie elitarności (snobizmu) wśród mieszkańców, częściowo wynikający z bogatej tradycji miasta inteligenckiego. Snobizm mieszkańców jest

jednak czymś pozytywnym. Zachęca do konkurowania ze sobą i buduje przywiązanie do Podkowy Leśnej. Właśnie identyfikacja z miastem jest szczególnie istotna, ponieważ dzięki niej prezesi spółek rejestrują je w tej gminie. Lokalny elitaryzm pozwala na przyciągnięcie nowych wartościowych mieszkańców. Kolejnym elementem wyróżniającym Podkowę Leśną jest bardzo duża liczba prężnie działających i budujących ofertę kulturalną stowarzyszeń. W myśl teorii Putnama (1995a), dzięki nim wzrasta kapitał społeczny, a tym samym zaufanie międzyludzkie. Stowarzyszenia wspomagają nawiązywanie kontaktów pomiędzy mieszkańcami. Bliskie więzi wspierają nie tylko wysokie poczucie wspólnoty, ale także poczucie bezpieczeństwa w gminie, które wynika również z historii gminy i jej charakteru. Dominująca większość obywateli ma bardzo podobny, wysoki status społeczny. Zamknięta społeczność, zbudowana z osób podobnych do siebie ma łatwość w nawiązywaniu kontaktów oraz dzielenia się wiedzą, co sprzyja rozwojowi przedsiębiorczości. Zarówno poczucie bezpieczeństwa, jak i wysoki poziom edukacji przekładają się także na pozyskanie nowych mieszkańców, mających dzieci w wieku szkolnym. Rozwój szkolnictwa jest możliwy nie tylko dzięki wysokim dochodom z podatków płaconych przez przedsiębiorców, lecz także dzięki tradycji inteligenckiej, co dotyczy zwłaszcza szkół prywatnych. Bardzo wysoki poziom edukacji w Podkowie Leśnej nabiera tak dużego znaczenia ze względu na położenie tej gminy w aglomeracji warszawskiej, co umożliwia pozyskiwanie mieszkańców z Warszawy i okolic.

Podkowa Leśna nie buduje swojej strategii bezpośrednio na przedsiębiorczości. Stara się tylko pozyskać wartościowych i zamożnych mieszkańców. Pozostaje pytanie, dlaczego akurat ta miejscowość jest tak skuteczna w przyciąganiu właścicieli firm. Co sprawia, że stanowią oni tak duży odsetek mieszkańców? Podkowa Leśna ma znacznie większą gęstość (2252 podmiotów na 10 000 mieszkańców) przedsiębiorczości niż przywołany wcześniej Konstancin-Jeziorna (1608 podmiotów na 10 000 mieszkańców). Oba miasta mają bardzo zielony charakter, duże posesje, silną i ekskluzywną markę. Konstancin (24 788 mieszkańców) jest znacznie większym miastem niż Podkowa Leśna (3845 mieszkańców). Odpowiedzią na powyższe postawione pytanie wydaje się charakter Podkowy Leśnej jako miejsca aktywnego i umożliwiającego zbudowanie kontaktów międzyludzkich. Ten element najbardziej różni przywołane gminy. Możliwe więc, że w cechach psychologicznych przedsiębiorców jako grupy, jest obecna skłonność do ogólnej aktywności, nie tylko biznesowej. Kwestia ta jest na tyle frapująca, że wymagałaby dalszych badań. Innym wyjaśnieniem może być to, że łatwość nawiązywania kontaktów wspiera powstanie nowych firm, co przekłada się na statystykę.

5.4. Gminy niepasujące do modelu

5.4.1. Łęknica

Łęknica jest małą gminą położoną w województwie lubuskim, w powiecie żarskim. Liczy około 2,5 tysiąca mieszkańców. Ma ona trzeci najwyższy wynik pod względem reszt zlogarytmizowanych i bardzo wysoki poziom przedsiębiorczości (wyniki gminy to 1858 podmioty na 10 tys. mieszkańców). Jest to gmina, przez którą przebiega zachodnia granica państwa z Niemcami. Przed drugą wojną światową Łęknica początkowo była samodzielną gminą, ale 31 marca 1940 roku została przyłączona do Mużakowa, po czym do 1945 roku stanowiła jego prawobrzeżną dzielnicę. Obecnie Łęknica sąsiaduje z leżącym po drugiej stronie Nysy niemieckim Bad Muskau. Na terenie gminy znajduje się Park Mużakowski, zajmujący około 800 hektarów, wpisany na światową listę dziedzictwa UNESCO. Po niemieckiej stronie, w Bad Muskau znajduje się pałac wraz z innymi zabudowaniami, po polskiej stronie jest większość terenów zielonych.

Paradoksalnie Łęknica nie jest miejscowością turystyczną. Przedsiębiorczość w gminie gwałtownie rozwinęła się w momencie zmiany systemowej i powstania bazaru nakierowanego na pozyskanie klientów niemieckich przyjeżdżających do Bad Muskau:

Po 89. roku, kiedy granice zostały otwarte i momentalnie, w ciągu jednego roku powstał jeden z największych bazarów w Europie, który... około 3000 miejsc handlowych było, gmina miała z tego tytułu niesamowite dochody... była jednym z najbogatszych miejsc w Polsce per capita na mieszkańca. (Łęknica r1)

Łęknicki bazar zahamował jednak swój rozwój w momencie wejścia Polski do Unii Europejskiej. Nadal pozostaje największym pracodawcą w gminie, choć jego dochody systematycznie maleją i obecnie funkcjonuje tam już tylko 950 miejsc handlowych. Jest to zaledwie jedna trzecia stoisk, którymi bazar dysponował w czasach swojej świetności. Podczas obserwacji Łęknicy można dostrzec olbrzymią populację zagranicznych handlowców. Bardzo interesujące jest, że handlarze po polskiej stronie najpierw odzywają się do klienta po niemiecku. Wśród mieszkańców sąsiednich gmin często pojawia się określenie „miasto przemytników”, a jako główny towar handlu z Niemcami wymieniane są papierosy. Przechadzając się po Łęknicy, można dostrzec faktycznie olbrzymią liczbę sklepów z papierosami i alkoholem. Większość tych placówek jest położona poza terenem bazaru i obsługiwana jest przez Polaków.

Władze gminy pragnęłyby, aby miasto stało się ośrodkiem turystycznym. Problemem w tej strategii może okazać się dotychczasowa droga rozwoju miasta. Łęknicki bazar jest obszarem niezbyt estetycznym i utrudnia przejście na niemiecką stronę. Równocześnie, niemieckie Bad Muskau jest bardzo ładną miejscowością turystyczną, ale Łęknica ma ściśle handlowy charakter. Być może

dla dalszego rozwoju gminy koniecznością stanie się rezygnacja z dotychczasowego modelu rozwoju. Tym samym trzeba będzie zlikwidować część podmiotów gospodarczych funkcjonujących na terenie gminy.

Przedsiębiorczość łęknicka jest głównie wynikiem momentu w historii. Tak duża liczba firm powstała po pierwsze, dzięki położeniu bardzo blisko granicy z Niemcami, i po drugie, dzięki obecności bardzo wielu turystów w sąsiednim Bad Muskau, którzy przyjeżdżali do Polski na zakupy, przebywając po sąsiedzku na wakacjach. Można przypuszczać, że obecnie bazar będzie stopniowo zanikał.

5.4.2. Krasocin

Krasocin jest małą gminą położoną w województwie świętokrzyskim. Gmina ta ma dziesiąty najwyższy wynik pod względem zlogarytmizowanych reszt z modelu. Nie jest gminą o bardzo wysokiej gęstości przedsiębiorczości na tle kraju – osiąga 383. wynik spośród wszystkich badań. Jest to wynik ponadprzeciętny, ale nie bardzo wysoki, w porównaniu do innych badanych w tej publikacji jednostek. Biorąc jednak pod uwagę badane zasoby gminy i jej położenie w Polsce Wschodniej, bardzo trudno wyjaśnić taki poziom przedsiębiorczości. Jest to jedna z największych zagadek – zarówno dla modelu, jak i dla samego badacza. Zaskakująca jest zwłaszcza bardzo wysoka dodatnia reszta powstała z przewidywań modelu. Zastanawiające są przyczyny rozwoju przedsiębiorczości w gminie położonej w biedniejszym województwie, nieznajdującej się w żadnej aglomeracji miejskiej, niemającej dużego poziomu kapitału ludzkiego i społecznego, niebędącej też gminą turystyczną.

Krasocin jest, zdaniem respondentów, gminą przemysłowo-rolniczą, gdzie ulokowane są duże firmy zajmujące się produkcją przemysłową:

Mamy zakład Silikatów i mamy bardzo tutaj, to jest w czołówce kraju jeden z trzech największych tartaków w Polsce, tartak Olczyk. (Krasocin, r1)

To właśnie w działalności dużych firm należy doszukiwać się wyjaśnienia tak dużego poziomu przedsiębiorczości w gminie. Choć, jak się okazuje, jest ona raczej pozorna niż realna:

Do tartaku, bo tam jest nota bene właśnie nacisk na to, skąd tyle przedsiębiorców zarejestrowanych u nas, otóż zakład ten preferuje zatrudnianie pracowników nie na umowę o pracę, tylko firm. Prawo to dopuszcza, czyli nie jest to łamanie prawa. Część pracowników przypisanych jest na pewno... to właściciel pewnie by dokładniej powiedział, do tartaku, jako firmy. Natomiast około 500 z tych 600 pi razy drzwi, bo tam dokładnie nie znam, to żeby zostać przyjętym zakładają własne firmy i tu jest cały bym powiedział, cała tajemnica tego, że u nas jest tak dużo przedsiębiorstw. (Krasocin, r1)

Reasumując, głównym powodem tak wysokiej gęstości firm jest samozatrudnienie, zastępujące w tym regionie zatrudnienie na umowę o pracę. W gminie liczącej około 10 tys. mieszkańców pozorne 500 dodatkowych podmiotów znacząco zmienia zarówno wyniki pomiaru, jak i gęstość przedsiębiorczości. Należy pamiętać, że część osób samozatrudniających się w tartaku może mieszkać na terenie innej gminy i się tam rejestrować. Władze Krasocina szacują, że na 500 podmiotów 200 przypadków to osoby samozatrudnione z innych gmin. Należy przypuszczać, że przynajmniej 30–40% zarejestrowanych firm w gminie stanowią osoby samozatrudniające się. Z punktu widzenia prawa jest to przejaw przedsiębiorczości, ale jest to jednak zagadnienie znacznie bardziej skomplikowane, jeżeli analizuje się je według teorii naukowych. Samozatrudnienie nie powoduje wzrostu gospodarczego, w przeciwieństwie do innych typów przedsiębiorczości (Acs, 2006). Jest to forma prawna charakterystyczna dla regionów mniej zamożnych i powinna zmniejszać się w czasie. Respondenci zwracali uwagę na niezbyt wysoką zamożność gminy i brak możliwości zatrudnienia poza dużymi firmami. Można więc założyć, że wraz ze wzrostem gospodarczym regionu paradoksalnie poziom przedsiębiorczości w Krasocinie będzie spadał. Gmina ta, podobnie jak Łęknica, rozwinęła się dzięki innym zasobom niż te analizowane w przedstawianym modelu.

5.5. Podsumowanie analiz jakościowych

Podsumowując rozważania jakościowe, warto je zestawić z wynikami badania ilościowego. Gminy turystyczne, a w szczególności nadmorskie, bardzo silnie zakłócały przewidywanie modelu i miały bardzo wysoki poziom gęstości przedsiębiorczości. W pierwszej dwudziestce najwyższych wyników, pod względem wpisanych do rejestru REGON podmiotów gospodarczych na liczbę mieszkańców, powyższe jednostki stanowią połowę (nie licząc Sopotu). Podczas analizy jakościowej w badanych gminach nadmorskich uwidocznił się sezonowy charakter przedsiębiorczości na danym terenie – z gwałtownym przyrostem liczby firm w wakacje i ze zmniejszeniem liczby podmiotów realnie funkcjonujących we wrześniu. Taki charakter przedsiębiorczości stanowi duży problem w dalszym rozwoju polskiego wybrzeża. Może nie tylko wzmacniać tendencje do patologii społecznych wśród mieszkańców, lecz także powodować rozwój szarej strefy. Dla realnego rozwoju i poprawy warunków bytowych lokalnej społeczności konieczne wydaje się bardziej równomierne rozłożenie ruchu turystycznego. Możliwe również jest przejście do modelu gminy funkcjonującej jako kurort – jak Świnoujście czy Kołobrzeg. Najprawdopodobniej może się to przełożyć na zmniejszenie liczby przedsiębiorstw. Konkludując, charakter przedsiębiorczości jest równie ważnym aspektem analitycznym jak jej liczebność. I to kombinacja tych dwóch zmiennych

pozwala lepiej wyjaśnić przyczyny rozwoju regionalnego. Jest to zgodne z tezami literatury światowej dotyczącej związku przedsiębiorczości ze wzrostem gospodarczym (Acs, 2006; Sautet, 2013). Podobne zjawiska dostrzegamy w Krasocinie czy Łęknicy, czyli w gminach, których poziomowi przedsiębiorczości model nie był w stanie wyjaśnić. W tych miejscowościach obecny charakter przedsiębiorczości nie sprzyja dalszemu rozwojowi gminy, a być może go hamuje.

Natomiast wnioski dotyczące gmin aglomeracyjnych i tych o wysokim kapitale ludzkim są podobne dla badania jakościowego oraz ilościowego. Te jednostki wyróżniają się na terenie kraju, a wyjaśnienie ich rozwoju jest dobrze ugruntowane teoretycznie. Zarówno nowa geografia ekonomiczna, jak i nowa teoria wzrostu wymieniają aglomeracyjność i wiedzę jako kluczowe czynniki związane ze wzrostem liczby przedsiębiorstw i rozwoju regionalnego. Nowym elementem wyłaniającym się w tym badaniu jest proces powstawania gmin-liderów aglomeracji pod względem liczby przedsiębiorstw. Jest to możliwe do zaobserwowania ze względu na stosunkowo krótki czas, w jakim odbyły się gwałtowne przemiany, wynikające z przejścia z systemu komunistycznego na kapitalistyczny. Wzrost przedsiębiorczości w Tarnowie Podgórnym, Suchym Lesie czy Lesznowoli pokazuje, w jaki sposób wykorzystać lokalne uwarunkowania zasobowe. We wszystkich tych gminach określono strategię rozwoju, a kluczową osobą niezbędną do jej realizacji, według respondentów, był wójt lub burmistrz. Potwierdza to hipoteza H6, o konieczności zaangażowania głównego decydenta gminnego w realizację strategii rozwoju przedsiębiorczości lokalnej.

Odnosząc się do koncepcji procesu przedsiębiorczego według Hindle'a (2010), autor wskazuje w niej podobne czynniki jak analizowane w tej książce, wpływające na przedsiębiorczość w kontekście lokalnym, takie jak zasoby fizyczne, rola władzy, prawo, kapitały ludzki i społeczny. Stosując terminologię Hindle'a (2010) i podział na rdzenne czynniki ludzkie i strukturalne, znacznie trudniej zbudować wyjaśnienie dla rozwoju gmin turystycznych analizowanych w tej książce, niż aglomeracyjnych o wysokim kapitale ludzkim. Analizując teorię rozwoju regionalnego w kontekście wzrostu przedsiębiorczości w polskich gminach, napotkamy podobne problemy analityczne. Mogą one wskazywać, że w polskich uwarunkowaniach zasobowych gminy turystyczne były poddane specyficznym procesom, charakterystycznym dla krajów postsocjalistycznych. Wy tłumaczeniem skrajnie wysokiego poziomu przedsiębiorczości w gminach nadmorskich może być olbrzymi popyt podczas wakacji, jak również nadmierne preferowanie własnego kraju kosztem wyjazdów zagranicznych. Powyższe wnioski wymagają jednak potwierdzenia w dalszych badaniach. Możliwe jest również, że wzrost zamożności Polaków doprowadzi do zmiany w funkcjonowaniu polskiego wybrzeża. Większa liczba osób reprezentujących nowy typ turysty zapewne wpłynie na ofertę i wygląd miejscowości nadmorskich. Jeśli nie nastąpią zmiany, bardzo trudno będzie pozyskać zamożniejszych klientów. Podsumowując model

Hindle'a (2010), należałoby go uzupełnić o uwarunkowane kulturowo tendencje zakupowe klientów, mogące wyjaśnić poziom przedsiębiorczości polskich gmin nadmorskich.

Nawiązując natomiast do polskich gmin aglomeracyjnych, kluczowym czynnikiem, poza osobą wójta, jest czas i moment dokonywania zmian przeznaczenia gruntów, a zwłaszcza tworzenia planów zagospodarowania przestrzennego. Moment przemian gospodarczych jest czynnikiem silnie wpływającym na kształt procesu przedsiębiorczego i jego lokalne uwarunkowania.

Gdy weźmie się pod uwagę aplikacyjną część teorii Hindle'a (2010) i budowania programów wsparcia przedsiębiorczości regionalnej, należy zauważyć, że w przypadku gmin nadmorskich główne postulaty władz dotyczą wydłużenia wakacji, a więc działań na poziomie krajowym. Z perspektywy lokalnej kluczowe jest budowanie wizerunku w internecie oraz pozyskiwanie tam klientów. Gminy wspierają przedsiębiorców w tym zakresie przez szkolenia. Innym rodzajem pomocy jest ta udzielana osobom starszym, przez stowarzyszenia lub jednostki gminne. Kolejnym polem działań gmin turystycznych jest pozyskiwanie, po pierwsze, obywateli o wysokim kapitale ludzkim, a po drugie instytucji, które takich obywateli mogą przyciągnąć. Przykładem takich działań i osób są menedżerowie z dużych hoteli w Karpaczu, którzy wspierali przełamywanie sezonowości. W przypadku gmin aglomeracyjnych ważnym kierunkiem strategicznym jest pozyskiwanie nowych mieszkańców, zarówno pod względem jakości, jak i ilości. Badane w tej książce jednostki znajdujące się w aglomeracji są jej liderami pod względem gęstości przedsiębiorczości. Ich głównym celem może stać się zatem zachowanie osiągniętej pozycji.

PODSUMOWANIE

W niniejszej książce autor porusza kwestie uwarunkowania zasobowego przedsiębiorczość lokalnej. Całość prac nad książką podzielona została na kilka etapów. Przeprowadzono analizę literatury i przedstawiono stan wiedzy z zakresu przedsiębiorczości i rozwoju regionalnego. Na jego podstawie ustalono główny obszar analizy w książce, którym był wpływ zasobów na przedsiębiorczość w kontekście gmin. Następnie sformułowano 6 hipotez badawczych. Stworzony został również model regresji liniowej, który umożliwił ich potwierdzenie. Na podstawie badania ilościowego wybrano gminy do badania jakościowego, w którym za główną metodę badawczą przyjęto wywiady pogłębione. Niniejsza książka skupia się na analizie rozwoju regionalnego jako procesu silnie związanego z przedsiębiorczością, a ściślej ujmując, ze wzrostem działalności gospodarczej. Podstawową kategorią wyjaśnianą jest wzrost liczby firm na dziesięć tysięcy mieszkańców. Zmiennymi wyjaśniającymi w badaniu ilościowym są: *kapitał ludzki*, *kapitał społeczny*, *aglomeracyjność*, *turystyka*, *położenie w określonym województwie*. Celami poznawczymi tej publikacji są:

- 1) zidentyfikowanie i scharakteryzowanie istotnych zasobów mających wpływ na przedsiębiorczość,
- 2) opisanie relacji między zasobami wpływającymi na powstawanie firm,
- 3) zidentyfikowanie interesariuszy mających wpływ na proces przedsiębiorczy w kontekście regionalnym,

zaś celem praktycznym jest:

- 1) zwiększenie stanu wiedzy na temat czynników powodujących wzrost liczby firm, co umożliwi lepsze dopasowanie programów stymulujących przedsiębiorczość.

Autor zauważył, że nauki o rozwoju regionalnym mają bardzo szeroką podstawę teoretyczną i od wielu lat stanowią ważny element nauk ekonomicznych i subdyscyplin wchodzących w zakres nauk o zarządzaniu. Duże znaczenie, jako element analizy, ma w nich aglomeracja, a także lokalizacja przedsiębiorstw, będąca jednym z historycznych fundamentów analiz regionalnych. Autor przedstawił odwieczne dylematy rozwoju regionalnego, czyli *czy konwergencja*, *czy dywergencja* oraz, czy rozwój powinien działać „od góry”, czy „od dołu”.

Z analizy literatury wynika, że zarówno w nowej teorii wzrostu, jak i w nowej geografii ekonomicznej, znacznie większy nacisk jest kładziony na czynniki endogeniczne niż egzogeniczne. Autor zauważa, że bardzo trudno jest znaleźć publikacje wspierające tezę o dominacji konwergencji regionalnej, z wyjątkiem, wspomnianych w książce, prac Martina i Sunleya (1998). W samej nowej geografii ekonomicznej można natomiast dostrzec wiele elementów analiz wspierających tezę o dywergencji regionalnej, takich jak relacje centrum i peryferii, czy siłę aglomeracji. Jednym z głównych twórców tej teorii jest Krugman, który inspirował się modelem konkurencji monopolistycznej Dixita-Stiglitz. W wynikach badań pojawiają się wnioski wskazujące na olbrzymi wzrost znaczenia ośrodków miejskich. Próby zahamowania ich rozwoju wynikają głównie z olbrzymiego tempa rozrostu aglomeracji, wymykającego się często spod kontroli państwa. Współczesna nauka dostrzega tendencję wzrostową dywergencji regionalnej, jednocześnie jednym z głównych motorów wzrostu stają się metropolie wzmacniające różnicowanie wewnątrzpaństwowe. Nowa teoria wzrostu wskazuje na kapitał ludzki jako kluczowy czynnik wspierający rozwój regionalny. Inicjatorem tego kierunku badawczego był Lucas. Podstawowym założeniem tej generacji modeli jest przekonanie o tym, że kapitał fizyczny nie może być trwałym motorem wzrostu, natomiast kapitał ludzki może. Wzrost osiągany jest przez inwestycję rodzin w wykształcenie. Natomiast kolejne generacje modeli nowej teorii wzrostu skupiały się przede wszystkim na wyjaśnieniu postępu technologicznego, za pomocą umieszczenia w modelu sektora badawczo-rozwojowego (Zaucha i in., 2015, s. 91–92).

W kolejnych latach pojawiły się modele łączące ze sobą założenia nowej geografii ekonomicznej i teorii wzrostu endogenicznego. W takich podejściach analizowano zarówno kwestie wiedzy lub kapitału ludzkiego oraz aglomeracji. Przykładem takiego modelu jest model Baldwina-Forslida (Zaucha i in., 2015, s. 113–120). Koncepcja klasy kreatywnej Floridy zakłada natomiast, że skuteczniejsza niż budowanie kolejnych inkubatorów czy ulgi finansowe może być inwestycja w czynniki lifestylowe i kreatywne, takie jak przyciąganie artystów i zwiększenie różnorodności społecznej. Postawił on tezę, że najlepiej rozwijają się miejsca (region, aglomeracja), które skupiają wokół siebie trzy czynniki: technologię, talent, tolerancję (3t) (Florida, 2010, s. 294). Popularność ewolucyjnej geografii ekonomicznej (ewolucyjna gospodarka przestrzenna) wzrosła na skutek krytyki dotychczas dominujących paradygmatów (Capello i Nijkamp, 2009). Podstawowe kwestie poruszane przez badaczy ewolucyjnych to rola instytucji i ich relacje z wiedzą. Widoczne są nawiązania do analiz historycznych i nowego instytucjonalizmu, w tym do kategorii zależności od szlaku (Grillitsch i Sotara, 2020).

Przedsiębiorczość jest obszarem naukowym wywodzącym się z nauk ekonomicznych, ale jednocześnie jest subdyscypliną nauk o zarządzaniu (Cyfert i in.,

2014). Autor zauważa, że skala popularności analiz skupionych na tym temacie często zależy od dominujących w danym okresie teorii. W początkowym okresie założenia ekonomii klasycznej, czyli równowaga statyczna i doskonała konkurencja, utrudniały wejście przedsiębiorczości do głównego nurtu zainteresowań naukowych. Przełomem okazały się publikacje Schumpetera, odnoszące się do twórczej destrukcji i innowacyjności. W późniejszym okresie przedsiębiorczość stała się przedmiotem badań interdyscyplinarnych (socjologia i psychologia) i była równolegle rozwijana przez wiele nurtów ekonomicznych, jak na przykład szkołę austriacką (z Kirznerem na czele) czy nowy instytucjonalizm. Kluczowym wątkiem analiz stało się pojęcie szansy, w którym Shane i Venkataraman (2000) upatrują punkt łączący bardzo wiele spojrzeń na nauki o przedsiębiorczości. Charakterystyka szans i ich powstawanie staje się centralną kategorią teoretyczną. Shane i Venkataraman (2000, s. 218) odrzucają również założenie o równowadze rynkowej w modelach ekonometrycznych. Kolejnym kluczowym pojęciem staje się proces przedsiębiorczy, wyjaśniający powstawanie firm. Hindle (2010) włącza w niego kontekst lokalny. Jego zdaniem na powstawanie firm wpływają trzy rodzaje zasobów: ludzkie, fizyczne i instytucjonalne (Hindle, 2010, s. 608). W myśl schematu Hindle'a istnieją trzy filary infrastruktury lokalnych społeczności: podstawowe zasoby fizyczne, zarządzanie (w tym kapitałem) i instytucje, system praw własności. Natomiast trzy filary czynników ludzkich odnoszą się do podstawowych zasobów ludzkich, światopoglądu i sieci społecznych. Według Hindle'a proces przedsiębiorczy jest w dużej mierze determinowany przez zasoby obecne na terenie gminy, a polityka rozwoju obszarów regionalnych powinna być do nich dostosowana. W ostatnich kilkudziesięciu latach, według części badaczy (Kurczewska, 2013), przedsiębiorczość coraz częściej staje się tematem nauk o zarządzaniu. Miejsce przedsiębiorczości w strukturze nauk o zarządzaniu, jej subdyscyplinarność, przejawia się nie tylko w coraz większej liczbie publikacji naukowych poświęconych temu tematowi, ale również w coraz bardziej ustrukturyzowanej i zhierarchizowanej działalności naukowej uniwersytetów, które przeznaczają coraz więcej środków na badania nad przedsiębiorczością (Cieślik, 2015). Równocześnie wielu naukowców dostrzega wzrost znaczenia regionów w analizach ekonomicznych. Może być to skutkiem polityki Unii Europejskiej (Capello i Nijkamp, 2009) i likwidacji barier gospodarczych. Dlatego przedsiębiorczość lokalna staje się coraz istotniejszym tematem badawczym. Warty uwagi badaniem w tym zakresie była analiza determinant regionalnego procesu przedsiębiorczego dokonana przez Tamása (2006).

Przeprowadzono ilościową analizę wszystkich gmin w kraju (z wyłączeniem tych, dla których brak danych) – tak szeroki zakres badania pozwolił uchwycić nowe zjawiska oraz rozszerzyć dotychczasowy stan wiedzy. Przeprowadzając niniejsze badanie, zdecydowano się na odwołanie do nowej teorii wzrostu z wykorzystaniem modelu procesu przedsiębiorczego w kontekście regionalnym.

Książka znacząco przyczyniła się do zamknięcia ważnej luki badawczej, przejawiającej się samym zakresem badania, operacjonalizacją części zmiennych (turystryka) oraz rodzajem analiz (skupienie się na obserwacjach nietypowych i dobór do badania jakościowego na podstawie ilościowego). Pozwoliło to na analizę przedsiębiorczości lokalnej, uwzględniającą inne aspekty niż te poruszane przy dotychczasowych badaniach (na danych powiatowych czy wojewódzkich, czy wcześniejszych analizach odnoszących się do gmin, jako podstawowej jednostki obserwacji) oraz spojrzenie na nią z innej perspektywy.

Jako główną kategorię analityczną autor przyjął zasób, podobnie jak w ujęciu zasobowym (Noga, 2011) i w procesie przedsiębiorczym w ujęciu Hindle'a (2010), gdzie z punktu widzenia przedsiębiorczości regionalnej szczególnie istotna jest idea procesu przedsiębiorczego w kontekście lokalnym. Pozwala ona na połączenie perspektyw nauk o rozwoju regionalnym i przedsiębiorczości, dzięki wykorzystaniu koncepcji otoczenia bliskiego i tym samym powiązanie wymiaru krajowego z lokalnym. Idea determinant rozwojowych, rozumiana jako zasób czy zestaw zasobów, również doskonale łączy się z procesem przedsiębiorczym. We wspomnianej koncepcji procesu przedsiębiorczego według Hindle'a (2010) wskazywane są podobne czynniki jak analizowane w tej książce, wpływające na przedsiębiorczość w kontekście lokalnym, takie jak: zasoby fizyczne, rola władzy, prawo, kapitały: ludzki i społeczny.

Z uwagi na przyjęte cele i zakres książki za podstawowy sposób operacjonalizacji przedsiębiorczości uznano prowadzenie i zakładanie własnej firmy. Przyjęto również definicję zasobu osadzoną w kontekście teorii przedsiębiorczości: „Zasoby, zgodnie z aktualnym stanem wiedzy, mogą być rozumiane jako wszystko, co przyczynia się do realizacji celów przedsiębiorstwa, niezależnie od formy występowania, źródeł pochodzenia, stosunków własności. Zasoby mogą być materialne lub niematerialne, mogą być kupowane na rynku zasobów lub tworzone przez przedsiębiorstwo, mogą być własnością przedsiębiorstwa w rozumieniu praw własności lub nie” (Godziszewski i in., 2011, s. 188). Zmienne wyjaśniane zoperacjonalizowano następująco:

- kapitał ludzki – odsetek mieszkańców z wyższym wykształceniem;
- kapitał społeczny – liczba zarejestrowanych stowarzyszeń na 10 tys. mieszkańców;
- położenie w aglomeracji wojewódzkiej – zmienna zero-jedynkowa;
- atrakcyjność turystyczna – liczba wyszukiwań w Google na mieszkańca;
- położenie gminy w określonym województwie – zmienna zero-jedynkowa, gdzie kategorią referencyjną jest województwo zachodniopomorskie.

W pierwszym etapie badania został stworzony model regresji liniowej (za pomocą metody najmniejszych kwadratów), który następnie został przekształcony do postaci logarytmów. Analiza skupia się na zasobach, które pobudzają wzrost przedsiębiorczości. Zmienną wyjaśnianą w niniejszej książce jest *przed-*

siębiorczość zoperacjonalizowana przez liczbę przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10 tysięcy mieszkańców (dane z roku 2014). Rejestr ten ma wiele wad, ale jest jedynym dostępnym źródłem takich danych. Główną wadą REGON-u jest niewyrejestrowywanie firm, które już zostały zlikwidowane.

Tabela 6.1. Oszacowania parametrów modelu na logarytmach (Model 3)
– współczynniki niestandardyzowane

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	2478
Model	234.493766	22	10.6588075	F(22, 2455)	=	344.68
				Prob > F	=	0.0000
Residual	75.9177676	2455	.030923734	R-squared	=	0.7554
				Adj R-squared	=	0.7532
Total	310.411534	2477	.125317535	Root MSE	=	.17585

ln_przedsiębior-a	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
ln_ludzki	.4794946	.0086553	55.40	0.000	.4625222 .4964671
ln_spoleczny	.0756208	.0110409	6.85	0.000	.0539703 .0972712
aglomeracja	.1294518	.0107977	11.99	0.000	.1082782 .1506255
ln_turystyka	.0207121	.0037002	5.60	0.000	.0134563 .0279679
hel	.3055209	.1771875	1.72	0.085	-.0419316 .6529734
krynica_morska	.9267026	.1777555	5.21	0.000	.5781364 1.275269
karpacz	1.63965	.1769733	9.26	0.000	1.292618 1.986683
dolnoslaskie	-.0489085	.02135	-2.29	0.022	-.0907743 -.0070427
kujawkopomorskie	-.1929891	.022178	-8.70	0.000	-.2364785 -.1494996
lodzkie	-.2436181	.0211859	-11.50	0.000	-.2851622 -.2020739
lubelskie	-.4391659	.0204643	-21.46	0.000	-.479295 -.3990368
lubuskie	-.1547316	.0258805	-5.98	0.000	-.2054815 -.1039817
malopolskie	-.1908125	.0211241	-9.03	0.000	-.2322354 -.1493896
mazowieckie	-.2285004	.0193644	-11.80	0.000	-.2664726 -.1905282
opolskie	-.1957349	.0266379	-7.35	0.000	-.24797 -.1434998
podkarpackie	-.437788	.0216074	-20.26	0.000	-.4801585 -.3954174
podlaskie	-.408201	.0231601	-17.63	0.000	-.4536164 -.3627856
pomorskie	-.0885853	.0229874	-3.85	0.000	-.133662 -.0435086
slaskie	-.175176	.0217404	-8.06	0.000	-.2178074 -.1325445
swietokrzyskie	-.379606	.0239911	-15.82	0.000	-.4266509 -.3325611
warminkomazurskie	-.3060869	.0232286	-13.18	0.000	-.3516366 -.2605372
wielkopolskie	-.072992	.0202305	-3.61	0.000	-.1126627 -.0333213
_cons	5.824715	.0434177	134.16	0.000	5.739576 5.909854

Tabela 6.2. Wyniki oszacowania modelu z uwzględnieniem interakcji między kapitałem ludzkim a turystyką (Model 4)

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	2478
Model	235.622456	23	10.2444546	F(22, 2454)	=	336.14
				Prob > F	=	0.0000
Residual	74.7890782	2454	.030476397	R-squared	=	0.7591
				Adj R-squared	=	0.7568
Total	310.411534	2477	.125317535	Root MSE	=	.17457

ln_przedsiębior-a	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
ln_wyzsze	.51261	.0101706	50.40	0.000	.4926661 .5325538
ln_turystyka	-.047221	.0117517	-4.02	0.000	-.0702654 -.0241767
c.ln_wyzsze#					
c.ln_turystyka	.0451247	.007415	6.09	0.000	.0305845 .0596649
ln_spoleczny	.069571	.0110057	6.32	0.000	.0479896 .0911525
aglomeracja	.1373067	.0107968	12.72	0.000	.1161349 .1584784
hel	.1740444	.1772231	0.98	0.326	-.1734779 .5215666
krynica_morska	.8255995	.1772454	4.66	0.000	.4780334 1.173166
karpacz	1.507542	.1770246	8.52	0.000	1.160409 1.854675
dolnoslaskie	-.0499357	.0211957	-2.36	0.019	-.0914989 -.0083725
kujawskopomorskie	-.1964924	.0220245	-8.92	0.000	-.2396809 -.1533038
lodzkie	-.2440469	.0210323	-11.60	0.000	-.2852897 -.2028041
lubelskie	-.4400534	.0203163	-21.66	0.000	-.4798922 -.4002146
lubuskie	-.1533399	.0256937	-5.97	0.000	-.2037234 -.1029564
malopolskie	-.1912047	.0209708	-9.12	0.000	-.232327 -.1500823
mazowieckie	-.2327355	.0192364	-12.10	0.000	-.2704568 -.1950143
opolskie	-.1934115	.0264473	-7.31	0.000	-.2452729 -.1415502
podkarpackie	-.4365314	.0214515	-20.35	0.000	-.4785963 -.3944665
podlaskie	-.4127315	.0230041	-17.94	0.000	-.4578409 -.3676222
pomorskie	-.0914977	.0228255	-4.01	0.000	-.136257 -.0467384
slaskie	-.1712172	.0215924	-7.93	0.000	-.2135584 -.128876
swietokrzyskie	-.3756145	.023826	-15.76	0.000	-.4223356 -.3288934
warminkomazurskie	-.3103297	.0230705	-13.45	0.000	-.3555694 -.26509
wielkopolskie	-.0701849	.020089	-3.49	0.000	-.109578 -.0307919
_cons	5.78703	.0435451	132.90	0.000	5.701641 5.872419

Przekształcenie wszystkich ciągłych zmiennych modelu do postaci logarytmów spowodowało, że dominująca większość relacji między zmiennymi niezależ-

nymi modelu a przedsiębiorczością jest istotna statystycznie (wyjątek to obserwacja Hel).

Odnosząc się do głównych zmiennych wyjaśnianych, trzeba odnotować, że wzrost poziomu kapitału społecznego w gminie o 1% powoduje wzrost liczby przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie o 0,07% (siedem setnych procenta). Wartość oszacowania przy zmiennej *aglomeracja* wynosi 0,14. Oznacza to, że jeżeli zmienna ta zmieni się z wartości 0 do wartości 1, to liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie wzrośnie o 14%. W zmiennej *województwo* kategorią referencyjną, względem której czynione są porównania, jest województwo zachodniopomorskie, charakteryzujące się najwyższym współczynnikiem przedsiębiorczości. Poziom przedsiębiorczości w pozostałych województwach odchyła się od niego w stronę ujemną, czego wyrazem są negatywne wartości oszacowań współczynników dla poszczególnych województw. Województwa lubelskie i podkarpackie odchylają się najbardziej *in minus* od poziomu obserwowanego w województwie zachodniopomorskim – o 44%. Z kolei województwa dolnośląskie i wielkopolskie odchylają się najmniej *in minus* od poziomu obserwowanego w województwie zachodniopomorskim: odpowiednio o 5% i 7%. Bardzo interesującym wynikiem jest ten dla województwa mazowieckiego, który wynosi aż minus 23% w porównaniu do województwa zachodniopomorskiego. Można to traktować jako potwierdzenie innych badań (Smętkowski i in., 2012) o dwóch regionach: aglomeracji warszawskiej i reszcie województwa, która na tle reszty kraju jest przeciętnie rozwinięta. Jeżeli kapitał ludzki – procent osób z wyższym wykształceniem w gminie – wzrośnie o 1% (względem wartości początkowej), to liczba przedsiębiorstw w gminie wzrośnie o 0,48% (a więc pół procenta). Oszacowana zależność jest więc bardzo silna, oznacza bowiem, że kapitał ludzki ma duże przełożenie na liczbę przedsiębiorstw zarejestrowanych w gminie. Natomiast analogiczny efekt dla turystyki jest dużo słabszy: wzrost wartości tej zmiennej o 1% jest związany ze wzrostem liczby przedsiębiorstw o 0,02% (dwie setne procenta). W badaniu zastosowano też interakcje między kapitałem ludzkim a turystyką (zob. tabela 6.2).

Wyniki przeprowadzonej estymacji wskazują, że interakcja między turystyką a kapitałem ludzkim jest istotna statystycznie. Działanie to poprawiło jakość dopasowania modelu.

Podsumowując wyniki z badania ilościowego: udało się potwierdzić pozytywną i istotną statystycznie korelację pomiędzy liczbą przedsiębiorstw w gminie na 10 tys. mieszkańców a:

- kapitałem ludzkim (**H1**),
- kapitałem społecznym (**H2**),
- atrakcyjnością turystyczną (**H3**),
- aglomeracyjnością (**H4**).

Uzyskano również bardzo wysoką wartość współczynnika $R^2 = 0,75$ (maksymalna wartość to 1). Bardzo wysoka wartość R^2 świadcząca o silnym wpływie zasobów na przedsiębiorczość oraz charakterystyka obserwacji nietypowych, pozwalają przyjąć **hipotezę piątą (H5)**, mówiącą o tym, że kreowanie przedsiębiorczości przez władze lokalne jest zjawiskiem śladowym, a jej poziom jest głównie determinowany przez zasoby danej gminy. To stwierdzenie nie odnosi się do władz, które stymulują przedsiębiorczość przy uwzględnieniu zasobów kontrolowanych, ale odnosi do braku wpływu uniwersalnych narzędzi na przedsiębiorczość lub braku ich stosowania w polskich gminach. Inaczej rzecz ujmując, według modelu (znów odnosząc się do obserwacji nietypowych), jeśli następuje skuteczne stymulowanie przedsiębiorczości w gminie, to ma ono miejsce w gminach o bardzo dużych wartościach zmiennych wyjaśniających.

Podsumowując wnioski płynące z modelu, należy się odnieść do kapitału ludzkiego (bez uwzględniania interakcji z turystyką), który powoduje największy przyrost przedsiębiorczości w modelu, w przeliczeniu na 1% wzrostu przedsiębiorczości. Jednym z wyjaśnień takiego poziomu może być komunistyczna przeszłość Polski oraz silny związek między wykształceniem wyższym a aglomeracyjnością. W Polsce Ludowej nie było takiego zapotrzebowania na pracę umysłową, jak w obecnej gospodarce, a transformacja i nowe metody produkcji wymusiły zmiany struktury wykształcenia. Nowe, lepiej płatne miejsca pracy spowodowały zwiększenie popytu na edukację. Odnosząc się natomiast do interakcji między kapitałem ludzkim a turystyką, można stwierdzić, że wskazuje ona na to, że przedsiębiorczość turystyczna do rozwoju potrzebuje ludzi z wysokim kapitałem ludzkim. Może to być skutkiem nowych sposobów zdobywania klientów, głównie przez internet, co wymaga pozycjonowania się na tle konkurencji, umiejętności korzystania z serwisów rezerwacji pokoi czy budowania własnej marki. Inną przyczyną interakcji jest obsługa klientów zagranicznych.

Do badania jakościowego gminy zostały dobrane celowo. Trzy główne kryteria wyboru stanowiły:

- status obserwacji nietypowej dla zmiennych wyjaśniających (kapitał ludzki itd.); najlepiej w grupie dwudziestu o najwyższym wyniku.
- znacznie wyższy wynik rzeczywisty gminy, niż ten przewidywany przez model (duża reszta).
- pozostawanie wśród 30 gmin o największej gęstości przedsiębiorczości.

Na podstawie tych kryteriów do dalszego badania jakościowego wybrano następujące gminy: Karpacz, Łeba, Władysławowo, Mielno, Lesznowola, Podkowa Leśna, Suchy Las, Tarnowo Podgórne. Przeanalizowano również dwie gminy, których poziom przedsiębiorczości według modelu nie jest związany z badanymi zasobami, czyli Krasocin oraz Łęknica. Badane jednostki podzielono na kategorie analityczne. Pierwszą są gminy atrakcyjne turystycznie. Charakteryzują się bardzo wysokim poziomem przedsiębiorczości, mają duże reszty oraz

są obserwacjami nietypowymi dla zmiennej *atrakcyjność turystyczna* (Mielno, Łeba, Władysławowo i Karpacz). Drugą kategorię stanowią gminy aglomeracyjne połączone z analizą kapitału ludzkiego (Tarnowo Podgórne oraz Suchy Las z Wielkopolski, a także Podkowa Leśna oraz Lesznowola z Mazowsza). Natomiast trzecią kategorię tworzą gminy wspomniane powyżej – Krasocin i Łęknica, których poziom przedsiębiorczości według modelu nie jest związany z badanymi zasobami. Kapitał społeczny, jako zasób, analizowany był w każdej z kategorii oddzielnie. Główną metodą badania były wywiady z władzami danej gminy, zazwyczaj z wójtem lub burmistrzem. Wywiady uzupełniające przeprowadzono z lokalnymi przedsiębiorcami i liderami lokalnych stowarzyszeń. W sumie przeprowadzono 25 rozmów.

Gminy turystyczne, szczególnie nadmorskie, bardzo silnie zakłócały przewidywanie modelu i miały bardzo wysoki poziom gęstości przedsiębiorczości. W pierwszej dwudziestce najwyższych wyników, pod względem wpisanych do rejestru REGON podmiotów gospodarczych na liczbę mieszkańców, powyższe jednostki stanowiły połowę (nie licząc Sopotu). Uwarunkowania zasobowe przedsiębiorczości na terenach gmin nadmorskich i Karpacza mają wiele elementów wspólnych, ale kluczowe dla analizy są różnice między tymi jednostkami. Gmina z Karkonoszy jest znacznie mniej podatna na sezonowość i ma mniejszą szarą strefę. Sezon w gminach nadmorskich jest silnie związany z wakacjami szkolnymi, które są okresem wypoczynku, zwłaszcza tradycyjnego typu turysty. Bardzo krótki sezon i olbrzymi popyt powodują nagromadzenie gości hotelowych w przeciągu dwóch miesięcy. Kluczowymi początkowymi zasobami w latach 90. były długość i jakość plaży, co wspierało budowę marki miejscowości nadmorskich. Olbrzymi popyt klientów spowodował napływ przedsiębiorców zewnętrznych, których motywacją jest szybki zysk. Miejscowi przedsiębiorcy wynajmują im teren na prowadzenie straganów czy stoisk. Przedsiębiorcy spoza terenów gminy zajmują się też wynajmem kwater, ale po zakończeniu sezonu wracają do swoich miejscowości. Ich strategia w dużej mierze wspiera sezonowość gmin nadmorskich, gdyż swoim wyjazdem budują wrażenie wyludnienia miejscowości. Turysta przyjeżdżający po sezonie ma problem z dostępem do części zapewnianych przez nich usług. Dla realnego rozwoju i poprawy warunków bytowych lokalnej społeczności konieczne wydaje się bardziej równomierne rozłożenie ruchu turystycznego. Możliwe również jest przejście do modelu gminy funkcjonującej jako kurort. Najprawdopodobniej może się to przełożyć na zmniejszenie liczby przedsiębiorstw.

W niniejszej książce autor wykazał, że charakter przedsiębiorczości jest równie ważnym aspektem analitycznym jak jej liczebność. Kombinacja tych dwóch zmiennych pozwala lepiej wyjaśnić przyczyny rozwoju regionalnego. Jest to zgodne z tezami zawartymi w literaturze światowej, dotyczącej związku przedsiębiorczości ze wzrostem gospodarczym (Acs, 2006; Sautet, 2013). Karpacz opierał

budowę swojej marki na atrakcjach przyrodniczych i światowej klasie zabytku (Świątynia Wang). W porównaniu do gmin nadmorskich władze Karpacza podkreślają znacznie większą presję ze strony obywateli, by zadbać o wygląd miejscowości i wygodę turystów. Kluczowym elementem w funkcjonowaniu gminy stają się wielkie hotele, w tym Gołębiowski. Ich menedżerowie budują nowe techniki pozyskiwania klientów i przełamywania sezonowości. Uwidacznia się konieczność posiadania na terenie gminy turystycznej osób o wysokim kapitale ludzkim. Wielkie ośrodki dostarczają też nowych atrakcji turystycznych, takich jak aquaparki. Duże hotele zaczynają przyciągać do Karpacza nowy typ klientów, znacznie zamożniejszych niż dotychczasowi, klientów szukających odmiennych doświadczeń, co stwarza popyt na nowe atrakcje. Zmiana profilu klientów prowadzi do kryzysu na rynku tanich kwater – mają one problemy z rentowością czy w ogóle z pozyskaniem gości. Proces rezerwacji pokoi odbywa się w dominującym stopniu przez internet. Dotyczy to jednak zarówno Karpacza, jak i gmin nadmorskich. Sukces komercyjny często determinowany jest zarówno umiejętnością obsługi portali rezerwacyjnych, jak i aktywnością na nich. Skuteczność tych działań zwiększają odpowiednie umiejętności, często powiązane z wyższym wykształceniem.

Analiza literatury przeprowadzona przez autora książki wskazuje, że w polskich uwarunkowaniach zasobowych gminy turystyczne były poddane specyficznym procesom. Możliwym wytłumaczeniem jest przeszłość postsocjalistyczna. Skrajnie wysoki poziom przedsiębiorczości, zwłaszcza w gminach nadmorskich, może zatem wynikać z nadmiernego preferowania własnego kraju wobec wyjazdów zagranicznych oraz może być spowodowany specyficznymi preferencjami kulturowymi. Prawdopodobnie wzrost zamożności Polaków doprowadzi do zmiany w funkcjonowaniu polskiego wybrzeża.

Wnioski dotyczące gmin aglomeracyjnych i tych o wysokim kapitale ludzkim są zbliżone dla badania jakościowego oraz ilościowego. Te jednostki wyróżniają się na terenie kraju, a wyjaśnienie ich rozwoju jest dobrze ugruntowane teoretycznie. Zarówno nowa geografia ekonomiczna, jak i nowa teoria wzrostu wymieniają aglomeracyjność i wiedzę jako kluczowe czynniki związane ze wzrostem liczby przedsiębiorstw i rozwoju regionalnego. W książce zauważono, że nowym elementem wyłaniającym się w tym badaniu jest proces powstawania gmin-liderów aglomeracji pod względem liczby przedsiębiorstw. Szczególnie widoczne było to w przypadku Tarnowa Podgórnego i Lesznawoli, w których przyjęto strategię przyciągania na teren gminy inwestorów zewnętrznych, opierając się na planach zagospodarowania przestrzennego i dobrej pracy urzędu (nastawionego na pozyskanie inwestorów), a także wykorzystując położenie w aglomeracji. Całość dopełniał zarządzający procesem wójt. Zdaniem autora książki proces ten jest możliwy do zaobserwowania ze względu na stosunkowo krótki czas, w jakim odbyły się gwałtowne przemiany, wynikające z przejścia

z systemu komunistycznego na kapitalistyczny. W gminie Suchy Las nie było terenów inwestycyjnych. Dlatego też przyjęto tam strategię pozyskiwania małych i średnich przedsiębiorców. Skupiono się na salonach samochodowych i zastosowano w tym sektorze ulgi podatkowe oraz ułatwienia administracyjne. Powołano nawet spółkę budującą relacje z przedsiębiorcami i pozyskującą firmy transportowe. Natomiast Podkowa Leśna jest miastem-parkiem, które poprzez bardzo dobre warunki do życia pozyskuje przedsiębiorców i osoby o wysokim kapitale ludzkim. Specyficzną cechą tej miejscowości jest bardzo duża aktywność społeczna obywateli i wysoki poziom kultury gminy. W Podkowie Leśnej można zaobserwować również bardzo wysoki poziom edukacji, co ułatwia pozyskanie mieszkańców z dziećmi.

Wzrost przedsiębiorczości w gminach aglomeracyjnych województw wielkopolskiego (Tarnowo Podgórne, Suchy Las) i mazowieckiego (Lesznowola) pokazuje, w jaki sposób można wykorzystać lokalne uwarunkowania zasobowe. We wszystkich tych gminach nakreślono strategię rozwoju, a kluczową osobą niezbędną do jej realizacji, według respondentów, był wójt lub burmistrz. Powyższe potwierdza hipotezę H6, o konieczności zaangażowania głównego decydenta gminnego w realizację strategii rozwoju przedsiębiorczości lokalnej. Kluczowym czynnikiem, poza osobą wójta, jest również czas i moment dokonywania zmian przeznaczenia gruntów, a zwłaszcza tworzenia planów zagospodarowania przestrzennego. Moment przemian gospodarczych jest czynnikiem silnie wpływającym na kształt procesu przedsiębiorczego i jego lokalne uwarunkowania.

Odnosząc się do części aplikacyjnej tej monografii, można dostrzec, że w przypadku gmin nadmorskich główne postulaty władz dotyczą wydłużenia wakacji i budowania programów wsparcia przedsiębiorczości regionalnej. Z perspektywy lokalnej kluczowe jest budowanie wizerunku w internecie oraz pozyskiwanie tam klientów, zatem gminy wspierają przedsiębiorców w tym zakresie, na przykład przez szkolenia. Innym rodzajem pomocy jest ta udzielana osobom starszym, przez stowarzyszenia lub jednostki gminne, walczące z wykluczeniem społecznym. Kolejnym polem działań gmin turystycznych jest pozyskiwanie, po pierwsze, obywateli o wysokim kapitale ludzkim, a po drugie, instytucji, które takich obywateli mogą przyciągnąć. Przykładem takich działań i osób są menedżerowie dużych hoteli w Karpaczu, którzy wspierali przełamywanie sezonowości. W przypadku gmin aglomeracyjnych ważnym kierunkiem strategicznym jest pozyskiwanie nowych mieszkańców, zarówno pod względem jakości, jak i ilości. Badane w tej książce jednostki znajdujące się w aglomeracji, są jej liderami pod względem gęstości przedsiębiorczości. Ich głównym celem może stać się zatem zachowanie osiągniętej pozycji.

Niniejsza książka pozwoliła na lepsze zrozumienie procesu przedsiębiorczego w kontekście regionalnym. Przeprowadzając badanie, zdecydowano się na odwołania do nowej teorii wzrostu z wykorzystaniem modelu procesu przedsiębior-

czego w kontekście regionalnym. Dalsze kierunki badań mogą skupić się na analizie polskich gmin turystycznych w porównaniu do podmiotów światowych, zwłaszcza pod względem procesu wzrostu firm. Innym kierunkiem analiz jest uwzględnienie polskiej specyfiki historycznej, np. przez włączenie do modelu zmiennej monitorującej dawne Państwowe Gospodarstwa Rolne – może to być czynnik wyjaśniający duże zróżnicowanie wewnątrz województw. Lepsze zoperacjonalizowanie obecności w aglomeracji również może wnieść nowe walory badawcze.

BIBLIOGRAFIA

1. Acs Z. (2006). How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *Innovation*, Winter, 97–107.
2. Acs Z. (2009). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 32, 15–30.
3. Andersson M., Larsson J.P. (2016). Local entrepreneurship clusters in cities. *Journal of Economic Geography*, 16, 39–66.
4. Atroszko P.A., Atroszko B. (2014). Kompetencje w zakresie uczenia się jako korelaty postaw obywatelskich. Komunikat z badań. W: J. Osiński, J.Z. Popławska (red.), *Oblicza Społeczeństwa obywatelskiego* (s. 33–46). Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
5. Babbie E. (2009). *Podstawy badań społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
6. Baldwin R., Forslid R., Martin P., Ottaviano G.M., Nicoud F.R. (2003). *Economic Geography and Public Policy*. Princeton: Princeton University Press.
7. Barcik, R. (2006). Teoretyczne podstawy tworzenia klastrów gospodarczych. W: E. Bojar (red.), *Klasy jako narzędzia lokalnego i regionalnego rozwoju gospodarczego*. Lublin: Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej.
8. 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.
9. Baumol W.J. (2010). *The Microtheory of Innovative Entrepreneurship*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
10. Behrens K., Thisse J.F. (2007). Regional economics: A new economic geography perspective. *Regional Science and Urban Economics*, 37, 457–465.
11. Beinhocker E.D. (2006). *The Origin of Wealth. The Radical Remaking of Economics and What it Means for Business and Society*. Boston: Harvard Business Review Press.
12. Berglund K., Johansson A. (2007). Entrepreneurship, discourses and conscientization in processes of regional development. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 19, 499–525.
13. Blank S., Dorf B. (2013). *Podręcznik Start-upu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
14. Blaug M. (2000). *Teoria ekonomii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
15. Bojar E. (red.) (2006). *Klasy jako narzędzia lokalnego i regionalnego rozwoju gospodarczego*. Lublin: Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej.
16. Bończak-Kucharczyk E., Herbst K., Chmura K. (1998). *Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość*. Pobrane z: www.parp.gov.pl/files/74/81/93/Lokalne.pdf (dostęp: 15.02.2019).

17. Boschma R., Martin R. (2007). Editorial: Constructing an evolutionary economic geography. *Journal of Economic Geography*, 7, 537–548.
18. Boschma R. (2015). Towards an Evolutionary Perspective on Regional Resilience. *Regional Studies*, 49(5), 733–751.
19. Bottazzi G., Dosi G., Fagiolo G., Secchi A. (2007). Modeling industrial evolution in geographical space. *Journal of Economic Geography*, 7, 651–672.
20. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. W: J.G. Richardson (red.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York: Greenwood.
21. Boyatzis R.E. (1982). *The competent manager. A Model for Effective Performance*. New York: Wiley.
22. Bratnicki M. (2002). *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach.
23. Bratnicki M., Strużyna J. (2001). *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*. Katowice: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej.
24. Brodzicki T., Szultka S. (2002). Koncepcja klastrów a konkurencyjność przedsiębiorstw. *Organizacja i Kierowanie*, 4(110).
25. Brożyna M. i in. (2005). *Komentarz do ustawy z dnia 2 lipca 2004 o swobodzie działalności gospodarczej*. Lex [online].
26. Buczyńska G., Frączek D., Kryjom P. (2016). *Raport z inwentaryzacji klastrów w Polsce*. Warszawa: PARP.
27. Capello R., Nijkamp P. (2009). *Handbook of Regional Growth and Development Theories*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
28. Chądzyński J., Nowakowska A., Przygodzki Z. (2007). *Region i jego rozwój w warunkach globalizacji*. Warszawa: CeDeWu sp. z o.o.
29. Chmielewski P. (2011). *Homo Agens. Instytucjonalizm w naukach społecznych*. Warszawa: Poltext.
30. Chojnacka K. (2014). Rozwój regionalny w aspekcie przestrzennym – analiza czynnikowa z uwzględnieniem teorii lokalizacji Paula Krugmana. *Studia i Materiały. Miscellanea Oeconomicae*, 4, 71–90.
31. Christopherson S., Michie J., Tyler P. (2010). Regional resilience: theoretical and empirical perspectives. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3, 3–10.
32. Churski P. (2005). Czynniki rozwoju regionalnego w świetle koncepcji teoretycznych. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej we Włocławku. Nauki ekonomiczne*, XIX(3), 13–30.
33. Cieślik J. (2014). *Przedsiębiorczość polityka rozwój*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno.
34. Cieślik J. (2015). Miejsce przedsiębiorczości w strukturze nauk o zarządzaniu. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 2, 59–69.
35. Cieślik J., Koładkiewicz I. (2014). *Wspieranie rozwoju przedsiębiorczości w aglomeracjach miejskich*. Warszawa: Stołeczne Forum Przedsiębiorczości.
36. Cuaresma J.C., Doppelhofer G., Feldkircher M. (2014). The Determinants of Economic Growth in European Regions. *Regional Studies*, 48(1), 44–67.
37. Cyfert Sz., Dyduch W., Latusek-Jurczak D., Niemczyk J., Sopińska A. (2014). Subdyscypliny w naukach o zarządzaniu – logika wyodrębnienia, identyfikacja modelu koncepcyjnego oraz zawartość tematyczna. *Organizacja i Kierowanie*, 1, 37–49.

38. Czakon W. (red.) (2013). *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
39. David P.A. (1994). Why are institutions the 'carriers of history'? Path dependence and the evolution of conventions, organizations and institutions. *Structural Change and Economic Dynamics*, 5(2), 205–220.
40. Davidsson P., Honig B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 301–331.
41. Dawkins C.J. (2003). Regional Development Theory, Conceptual Foundations, Classic Works, and Recent Developments. *Journal of Planning Literature*, 18(2), 131–172.
42. De Tocqueville A. (2005). *O demokracji w Ameryce*. Warszawa: Fundacja Aletheia.
43. Delgado M., Porter M.E., Stern S. (2010). Clusters and entrepreneurship. *Journal of Economic Geography*, 10, 495–518.
44. Denzin N., Lincoln Y. (2014). *Metody badań jakościowych tom 2*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
45. Dębski J. (2002a). *Lokalne bieguny wzrostu w Polsce na przełomie XX i XXI wieku, t. 2*. Białystok: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku.
46. Dębski J. (2002b). *Przedsiębiorczość prywatna w Polsce na przełomie XX i XXI wieku, t. 1*. Białystok: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku.
47. Dmochowska H. (red.) (2014). *Polska 1989–2014*. Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.
48. Domański R. (2012). *Ewolucyjna gospodarka przestrzenna*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
49. Dominiak J., Churski P. (2012). Rola innowacji w kształtowaniu regionów wzrostu i stagnacji gospodarczej w Polsce. *Studia Regionalne i Lokalne*, 4(50), 54–77.
50. Dunford M. (2003). Theorizing Regional Economic Performance and the Changing Territorial Division of Labour. *Regional Studies*, 37(8), 839–854.
51. Eisenhardt K.M., Graebner M.E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50, 25–32.
52. Fedyszak-Radziejowska B. (2006). Kapitał społeczny wsi – w poszukiwaniu utraconego zaufania. W: K. Szafraniec (red.), *Kapitał ludzki i zasoby społeczne wsi. Ludzie – społeczność lokalna – edukacja*. Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa Polskiej Akademii Nauk.
53. Feldman M.P., Kogler D.F., Rgby D.L. (2015). Knowledge: The Spatial Diffusion and Adoption of rDNA Methods. *Regional Studies*, 49(5), 798–817.
54. Flick U. (2012). *Projektowanie badania jakościowego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
55. Florida R. (2010). *The Rise of the Creative Class (Narodziny klasy kreatywnej)*, tłum. T. Krzyżanowski, M. Penkala. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
56. Florida R., Mellander C., Stolarick K. (2008). Inside the black box of regional development – human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economics Geography*, 8, 615–649.
57. Frenken K., Boschma R.A. (2007). A theoretical framework for evolutionary economic geography: industrial dynamics and urban growth as a branching process. *Journal of Economic Geography*, 7, 635–649.

58. Friedmann J. (1967). A general theory of polarized development. *The Ford Foundation. Urban and regional advisory program in Chile*. Santiago: Ford Foundation, s. 1–79.
59. Friedmann J., Wolff G. (1982, wyd. 2003). World city formation. *EBSCO Publishing*, 309–344.
60. Fujita M., Krugman P. (2004). The new economic geography: past, present and the future. *Papers in Regional Science*, 83, 139–164.
61. Fujita M., Thisse J.F. (2009). New Economic Geography: An appraisal on the occasion of Paul Krugman's 2008 Nobel Prize in Economic Science. *Regional Science and Urban Economics*, 39, 109–119.
62. Gajda J. (2009). Modele strukturalne w ekonomii i zarządzaniu, *Problemy Zarządzania*, 4(7), 35–41.
63. Gambetta D. (1988). *Trust: Making and breaking cooperative relations*. Oxford: Blackwell.
64. Gardawski J. (red.) (2013). *Rzemieślnicy i Biznesmeni, Właściciele małych i średnich przedsiębiorstw*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
65. Gartner W.B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.
66. Gawel A. (2013). *Proces przedsiębiorczy. Tworzenie nowych przedsiębiorstw*. Warszawa: Difin.
67. Gawlikowska-Hueckel K. (2002). *Procesy rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej. Konwergencja czy polaryzacja*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
68. Gedajlovic, E., Honig, B., Moore C.B., Tyge Payne G., Wright M. (2013). Social Capital and Entrepreneurship: A schema and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), 455–478.
69. Glinka B. (2008). *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
70. Glinka B. (2013). *Przedsiębiorczość polskich imigrantów w USA. Etnicznie, lokalnie, globalnie?* Warszawa: Poltext.
71. Glinka B., Gudkova S. (2011). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
72. Glückler J. (2007). Economic geography and the evolution of networks. *Journal of Economic Geography*, 7, 619–634.
73. Godlewska-Majkowska H. (red.) (2009). *Atrakcyjność inwestycyjna regionów Polski a kształtowanie lokalnych i regionalnych specjalizacji gospodarczych*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
74. Godziszewski B. (2011) *Przedsiębiorstwo: Teoria i praktyka zarządzania*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
75. Golik D. (1999). Znaczenie rozwoju lokalnego oraz przedsiębiorczości w polityce rozwoju regionalnego, W: J. Targalski (red.) *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy* (s. 191–200). Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
76. Gorynia M., Jankowska B. (2008). *Klasy a międzynarodowa konkurencyjność i internacjonalizacja przedsiębiorstw*. Warszawa: Difin.
77. Gorzelak G. (1989). *Rozwój regionalny Polski w warunkach kryzysu i reformy*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, Instytut Gospodarki Przestrzennej.

78. Gorzelak G. (2009). Fakty i mity rozwoju regionalnego. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(36), 5–27.
79. Gorzelak G. (red.) (2007). *Polska regionalna i lokalna w świetle badań EUROREG-u*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
80. Gorzelak G., Smętkowski M. (2005). *Metropolia i jej region w gospodarce informacyjnej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
81. Grafeneder-Weissteiner T., Kubinb I., Prettner K., Prskawetz A., Wrzaczek S. (2015). Coping with inefficiencies in a New Economic Geography model: The unintended consequences of policy interventions. *Mathematical Social Sciences*, 76, 146–157.
82. Grant R.M. (2011). *Współczesna analiza strategii*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
83. Greene W. (2012). *Econometric analysis* (International edition). Pearson Education Limited.
84. Grillitsch M., Sotarauta M. (2020). Trinity of change agency, regional development paths and opportunity spaces. *Progress in Human Geography*, 44(4), 704–723.
85. Grosse T.G. (2002). Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(8), 25–48.
86. Grosse T.G. (2007). Wybrane koncepcje teoretyczne i doświadczenia praktyczne dotyczące rozwoju regionów peryferyjnych. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(27), 27–49.
87. Gudkova S. (2008). *Rozwój małych przedsiębiorstw*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne.
88. Gujarati D. (2009). *Basic econometrics*. Tata McGraw-Hill Education.
89. Gwosdz K., Sobala-Gwosdz A. (2012). Struktura funkcjonalna i powiązania miast konurbacji katowickiej po dwóch dekadach restrukturyzacji. *Przegląd Geograficzny*, 4(84), 483–507.
90. Hensel P., Glinka B. (2012). *Urzędnicy i przedsiębiorcy – Kulturowe bariery współpracy*. Warszawa: Poltext.
91. Herbst M. (2012). *Edukacja jako czynnik i wynik rozwoju regionalnego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
92. Herbst M. (red.) (2007). *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionalny*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
93. Hindle K. (2010). How community context affects entrepreneurial process: A diagnostic framework. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(7–8), 599–647.
94. Holcombe R.G. (2015). *Austriacka Szkoła Ekonomii – rozszerzone wprowadzenie*. Warszawa: Fijorr Publishing Company.
95. Holko M. (2015). Kontrowersje wokół teorii rozwoju regionalnego. *Studia Regionalne i Lokalne*, 3(61), 5–22.
96. Hryniewicz J.T. (2000). Endo- i egzogenne czynniki rozwoju gospodarczego gmin i regionów. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(2), 53–77.
97. Hryniewicz J.T. (2010). Teoria „centrum-peryferie” w epoce globalizacji. *Studia Regionalne i Lokalne*, 2(40), 5–27.
98. Huber F. (2012). Do clusters really matter for innovation practices in Information Technology? Questioning the significance of technological knowledge spillovers. *Journal of Economic Geography*, 12, 107–126.
99. Huggins R., Williams N. (2011). Entrepreneurship and regional competitiveness: The role and progression of policy. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 23, 907–932.

100. Isaksen A. (2015). Industrial development in thin regions: trapped in path extension? *Journal of Economic Geography*, 15(3), 585–600.
101. Jakubczyc J. (1987). *Współliniowość statystyczna*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne.
102. Jałowiecki B. (1999). *Metropolie*. Białystok: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania.
103. Jarczewski W. (2012) *Pozyskiwanie inwestorów do gminy*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
104. Jemielniak D. (red.) (2012). *Badania jakościowe – Podejścia i teorie tom 1*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
105. Jemielniak D. (red.) (2012). *Badania jakościowe – Podejścia i teorie tom 2*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
106. Kim P.H., Aldrich H.E., Keister L.A. (2006). Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States, *Small Business Economics*, 27, 5–22.
107. Kirzner I. (2010). *Konkurencja i przedsiębiorczość*. Warszawa: Fijorr Publishing Company.
108. Kłincewicz K. (red.) (2012). *Klasa kreatywna w Polsce. Technologia talent i tolerancja jako źródła rozwoju regionalnego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
109. Kliwer P. (2007). Ekonometryczna analiza konwergencji regionów Polski metodami panelowymi. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(27), 74–87.
110. Knop L. (2012). *Zarządzanie klastrem: koncepcje, strategie, modele*. Gliwice: Wydawnictwo Politechniki Śląskiej.
111. Kogler D.F. (2015). Editorial: Evolutionary Economic Geography – Theoretical and Empirical Progress. *Regional Studies*, 49(5), 705–711.
112. Konecki K. (2000). *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
113. Kopczuk A., Proniewski M. (red.) (2005). *Atrakcyjność inwestycyjna regionu*. Białystok: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku.
114. Korenik D. (2003). *Dysproporcje w rozwoju regionów Polski: wybrane aspekty*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu.
115. Korenik S. (2011). *Region ekonomiczny w nowych realiach społeczno-gospodarczych*. Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o.
116. Korpysa J. (2012). Postawy przedsiębiorcze młodzieży wsi popegeerowskiej – wyniki badań. *Problemy Zarządzania*, 1(2).
117. Kozak M.W. (2008). Koncepcje rozwoju turystyki. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(31), 38–59.
118. Kozak M.W. (2010). Turystyka: niewykorzystywana szansa rozwojowa regionów? *Studia Regionalne i Lokalne*, 4(42), 43–59.
119. Krajewski K., Śliwa J. (2004). *Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
120. Krugman P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*, 99(31), 483–499.
121. Krugman P. (1998). What's new about the New Economic Geography? *Oxford Review of Economic Policy*, 14(2), 7–17.

122. Krugman P. (1999). The Role of Geography in Development. *International Regional Science Review*, 22(2), 142–161.
123. Krugman P. (2011). The New Economic Geography, Now Middle-aged. *Regional Studies*, 45(1), 1–7.
124. Kryńska E., Poliwczyak I., Sobocka-Szczapa H. (2002). *Wpływ Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej na rynki pracy*. Łódź: Absolwent.
125. Kuciński K. (2010). *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*. Warszawa: Difin.
126. Kuciński K. (red.) (2009). *Geografia ekonomiczna*. Kraków: Wolters Kluwer Polska.
127. Kurczewska A. (2013). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
128. Kuźniar W. (2013). *Aktywność marketingowa gmin i jej oddziaływanie na rozwój turystyki wiejskiej*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
129. Kwiatkowski S. (2002). *Przedsiębiorczość intelektualna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
130. Leibenstein H. (1968). Entrepreneurship and Development. *The American Economic Review*, 58(2), 72–83.
131. Liao J., Welsh H. (2003). Social capital and entrepreneurial growth aspiration: a comparison of technology – and non-technology-based nascent entrepreneurs, *Journal of High Technology Management Research*, 14, 149–170.
132. Lichniak I. (red.) (2009). *Nauka o przedsiębiorstwie. Wybrane zagadnienia*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
133. Lis A., Lis A. (2013). Tożsamość struktur klastrowych – rozważania teoretyczne i praktyczne implikacje. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(51), 26–44.
134. Lounsbury M., Glynn M.A. (2001). Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. *Strategic Management Journal*, 22, 545–564.
135. Lucas R.E. (1988). On the Mechanics of Economic Development, *Journal of Monetary Economics*, 22, 3–42.
136. Majkut R. (2014). *Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych*. Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o.
137. Makiela Z. (2008). *Przedsiębiorczość regionalna*. Warszawa: Difin.
138. Malerba F., McKelvey M. (2020). Knowledge-intensive innovative entrepreneurship integrating Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems. *Small Business Economy*, 54, 503–522.
139. Malizia E.E., Feser E.J. (1999). *Understanding Local Economic Development*, Rutgers, NJ: Center for Urban Policy Research.
140. Mankiw N.G., Romer D., Weil D.N. (1992). A Contribution to the Empirics of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 107(2), 407–437.
141. Martin, R., Sunley P. (1998). Slow convergence? The new endogenous growth theory and regional development. *Economic Geography*, 74(3), 201–227.
142. Martin R., Sunley P. (2003). Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea? *Journal of Economic Geography*, 3, 5–35.
143. Martin R., Sunley P. (2007). Complexity thinking and evolutionary economic geography. *Journal of Economic Geography*, 7, 573–601.
144. Martin R., Sunley P. (2015). Towards a Developmental Turn in Evolutionary Economic Geography? *Regional Studies*, 49(5), 712–732.

145. Matejuk M. (2012). Regionalne instrumenty wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. W: A. Adamik (red.), *Współpraca małych i średnich przedsiębiorstw w regionie* (s. 82–109). Warszawa: Difin.
146. Mazzucato M. (2016). *Przedsiębiorcze państwo*. Poznań: Wydawnictwo Ekonomiczne Heterodox.
147. McGranahan D.A., Wojan T.R., Lambert D.M. (2011). The rural growth trifecta: outdoor amenities, creative class and entrepreneurial context. *Journal of Economic Geography*, 11, 529–557.
148. Murphy P.J., Liao J., Welsh H.P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12(1), 12–35.
149. Mycielski J. (2010). *Ekonometria*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski.
150. Nawojczyk M. (2009). *Przedsiębiorczość. O trudności w aplikacji i teorii*. Kraków: Nomos.
151. Noga A. (2011). *Teorie przedsiębiorstw*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
152. Nogalski B., Karpacz J., Wójcik-Karpacz A. (2004). *Funkcjonowanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw. Od czego to zależy?* Bydgoszcz: Oficyna Wydawnicza AJG.
153. Obłój K. (2006). *Strategia organizacji*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
154. Obłój K. (2010). *Pasja i dyscyplina strategii*. Warszawa: New Media.
155. Oleksyn T. (2012). Przedsiębiorczość jako kategoria złożona. Jak ją rozwijać. *Problemy Zarządzania*, 36, 8–25.
156. Ormanty A. (2008). Strategia jako determinanta rozwoju gospodarczego, W: R. Barcik (red.), *Nowoczesne kierunki w rozwoju lokalnym i regionalnym*, 32–39. Bielsko-Biała: Wydawnictwo Naukowe ATH w Bielsku-Białej.
157. Osterwalder A., Pigneur Y. (2012). *Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
158. Paczoski A. (2010). *Kreowanie regionalnej i lokalnej polityki gospodarczej na podstawie teorii i koncepcji rozwoju terytorialnego*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
159. Pasieczny J. (2006). Kreowanie marki gminy. *Problemy Zarządzania*, 3(13), 74–90.
160. Pasieczny J. (2008). *Profile gmin w Polsce – zarządzanie rozwojem i zmianami*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.
161. Pawłowski A. (red.) (2007). *Komentarz do ustawy o swobodzie działalności gospodarczej*. Lex [online].
162. Peck J. (2005). Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29, 740–770.
163. Pflüger M., Südekum J. (2008). A synthesis a footloose – entrepreneur new economic geography models: when is agglomeration smooth and easily reversible. *Journal of Economic Geography*, 8, 39–54.
164. Piasecki B. (1997). *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
165. Piętaś Ł. (2014). Teoria biegunów wzrostu François Perroux i implementacja jej założeń w Hiszpanii w latach 1964–1975. *Ekonomia XXI wieku*, 1(1), 185–206.
166. Piore, M.J., Sabel Ch.F. (1984). 1984. *The second industrial divide*. New York: Basic Books.

167. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. (2017). *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*. Warszawa: PARP.
168. Pons J., Paluzie E., Silvestre J., Tirado D. (2007). Testing the new economic geography: migrations and industrial agglomerations in Spain. *Journal of Regional Science*, 47(2), 289–313.
169. Porter M.E. (2001). *On Competition (Porter o konkurencji)*. Warszawa: PWE.
170. Pratt A.C. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 107–117.
171. Proniewski M. (2012). *Rozwój regionów peryferyjnych w Unii Europejskiej*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
172. Przygoda M. (2013). *Atrakcyjność inwestowania w regionach słabo rozwiniętych*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
173. Putnam, R.D. (1995b). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of democracy*, 6(1), 65–78.
174. Putnam, R.D., Leonardi, R., Nanetti, R.Y. (1995a). *Demokracja w działaniu: tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech*. Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy Znak.
175. Romer P. (1986). Increasing Returns and Long Run Growth, *Journal of Political Economy*, 94(2), 1002–37.
176. Rose-Ackerman, S. (2001). Trust and Honesty in Post-Socialist Societies. *Kyklos*, 54(2–3), 415–443.
177. Rotter J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28.
178. Saar M.A. (2011). *Jak samorządy lokalne mogą wspierać rozwój przedsiębiorczości?* Warszawa: Wydawnictwo Fachowe.
179. Samuelson, P.A. (1953). Prices of factors and goods in general equilibrium. *Review of Economic Studies*, 21(1), 1–20.
180. Sassen S. (1988, wyd. 2011). *The mobility of labor and capital: A study in international investment and labor flow*. Cambridge, CA: Cambridge University Press.
181. Sautet F. (2013). Local and Systemic Entrepreneurship: Solving the Puzzle of Entrepreneurship and Economic Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 387–402.
182. Saxenian, A. (1994). *Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
183. Schmutzler A. (1999). The New Economic Geography. *Journal of Economic Surveys*, 13(4), 355–379.
184. Schultz T.W. (2014). *Ekonomia kapitału ludzkiego*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
185. Schumpeter J.A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
186. Siegfried J.J. (2002). The economics of regional economics associations. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 42, 1–17.
187. Silverman D. (2010). *Qualitative Research*. Sage Publications Ltd.
188. Shane S., Venkataraman S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
189. Shapero A. (1975). The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur. *Psychology Today*, 9(6), 83–88.

190. Smętkowski M., Gorzelak G., Kozak M., Olechnicka A., Płoszaj A., Wojnar K. (2012). *Europejskie metropolie i ich regiony: Od krajobrazu gospodarczego do sieci metropolii*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
191. Sobczyk M. (2005). *Statystyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
192. Solow, R.M. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65–94.
193. Stawasz D. (2000). *Współczesne uwarunkowania rozwoju polskich regionów*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
194. Stokowska D. (2006). Nowa ekonomia instytucjonalna jako nowa perspektywa badawcza w analizowaniu procesów gospodarczych. W: E. Frejtag-Mika (red.), *Teoria i praktyka ekonomii a konkurencyjność gospodarowania*. Warszawa: Difin.
195. Storper M. (2011). From Retro to Avant-garde: A Commentary on Paul Krugman's 'The New Economic Geography, Now Middle-aged'. *Regional Studies*, 45.1, 9–15.
196. Strahl D. (2006). *Metody oceny rozwoju regionalnego*. Wrocław: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu.
197. Strużycki M. (2004). *Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce regionu*. Warszawa: PWE.
198. Strużycki M. (red.) (2011). *Przedsiębiorstwo, region, rozwój*. Warszawa: Difin.
199. Suchacka M. (2012). O przemianach kapitału ludzkiego i szansach na klasę kreatywną na przykładzie regionu przemysłowego. *Studia Regionalne i Lokalne*, 3(49), 5–21.
200. Suchecki B. (red.) (2010). *Ekonometria Przestrzenna. Metody i modele analiz danych przestrzennych*. Warszawa: C.H. Beck.
201. Sudoł S. (2008). Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące. *Problemy Zarządzania*, 2(20), 9–26.
202. Sułkowski Ł., Marjański A. (2009). *Firmy rodzinne jak osiągnąć sukces w sztafecie pokoleń*. Warszawa: Poltext.
203. Swan, T.W. (1956). Economic growth and capital accumulation. *Economic Record*, 32(44), 334–61.
204. Swianiewicz P., Klimska U. (2005). Społeczne i polityczne zróżnicowanie aglomeracji w Polsce – waniliowe centrum, mozaika przedmieść. *Prace i Studia Geograficzne*, 35, 45–70.
205. Szromnik A. (1999). Marketingowe instrumenty oddziaływania na inwestorów zagranicznych – zarys koncepcji marketing-mix gminy (regionu). W: J. Targalski (red.) *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*, (s. 401–416). Kraków: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie.
206. Ślusarz G. (2006). Zarządzanie rozwojem przez jednostki samorządu terytorialnego – specyfika, potrzeby i wyzwania, *Problemy Zarządzania*, 3(13), 39–54.
207. Świadek A. (2011). *Regionalne systemy innowacji w Polsce*. Warszawa: Difin.
208. Tabuchi T. (2014). Historical trends of agglomeration to the capital region and new economic geography. *Regional Science and Urban Economics*, 44, 50–59.
209. Tamásy Ch. (2006). Determinants of Regional Entrepreneurship Dynamics in Contemporary Germany: A Conceptual and Empirical Analysis. *Regional Studies*, 40.4, 365–384.
210. Targalski J. (red) (2014). *Przedsiębiorczość i zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*. Warszawa: Difin.

211. Tarnawa A., Węclawska D. (red.) (2016). *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2015*. Warszawa: Garmond.
212. Tarnawa A., Węclawska D., Nieć M., Zbierowski P. (2015). *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2014*. Warszawa: PARP.
213. Tarnawa A., Zadura-Lichota P. (red.) (2015). *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB.
214. Thurow L.C. (2006). *Powiększanie bogactwa. Nowe reguły w gospodarce opartej na wiedzy*. Gliwice: Wydawnictwo Helion/One Press.
215. Timmons J.A. (1999). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
216. Tomaszewski M., Burzec-Burzyńska E. (2013). Potencjały i bariery rozwojowe jednostek samorządu terytorialnego województwa zachodniopomorskiego w perspektywie finansowej 2014–2020, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 783, Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 2(22), 269–283.
217. Unger J.M., Rauch A., Frese M., Rosenbusch N., Steinmetz H. (2006). Human capital and entrepreneurial success: a meta-analytic review and path analysis. *Academy of Management Annual Meeting*, 341–358.
218. Van Der Sluis J., Van Praag M., Vijverberg W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature. *Journal of Economics Surveys*, 22(1. 5), 795–841.
219. Vaz E., de Noronha Vaz T., Galindo P.V., Nijkamp P. (2014). Modelling innovation support systems for regional development – analysis of cluster structures in innovation in Portugal, *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(1–2), 23–46.
220. Vorley T., Mould O., Lawton Smith H. (2008). Introduction to Geographical economies of creativity, enterprise and the creative industries. *Geografiska Annaler: Series B. Human Geography*, 90(2), 101–106.
221. Wach K. (2008). *Regionalne otoczenie małych i średnich przedsiębiorstw*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
222. Wach K. (2009). Mezootoczenie małych i średnich przedsiębiorstw w ujęciu czynnikowym. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*, 799, 99–113.
223. Wach K. (2015). Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego: przegląd literatury. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 24–36.
224. Wachowiak P. (2006). *Funkcjonowanie przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej*. Warszawa: Stowarzyszenie Księgowych w Polsce.
225. Wasilczuk J.E. (2005). *Wzrost małych i średnich przedsiębiorstw. Aspekty teoretyczne i badania empiryczne*. Gdańsk: Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej.
226. Welter, F., Smallbone, D. (2006). Exploring the role of trust in entrepreneurial activity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(4), 465–475.
227. Westlund H., Bolton R. (2003). Local Social Capital and Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 21, 77–113.
228. Wiatrak A. (2006). Skala regionalna i lokalna – istota, rozwój i zarządzanie. *Problemy Zarządzania*, 13, 8–22.
229. Wieczorkowska G., Wierzbński J. (2005). *Badania sondażowe i eksperymentalne*. Warszawa: Dom Wydawniczy Elipsa.
230. Wolman, H. 1996. The politics of local economic development. *Economic Development Quarterly*, 10(2), 115–50.

231. Wrigley N., Overman H. (2010). Editorial: The 10th year of the *Journal of Economic Geography*: a decade of high impact publication. *Journal of Economic Geography*, 10, 1–8.
232. Zakrzewska-Półtorak A. (2012). *Rozwój regionalny w globalizującej się gospodarce*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
233. Zalewski A. (2006). Uwarunkowania skuteczności stymulowania rozwoju lokalnego. *Problemy Zarządzania*, 13, 23–38.
234. Zarycki T. (2007). Interdyscyplinarny model stosunków centro-peryferyjnych. Propozycje teoretyczne. *Studia Regionalne i Lokalne*, 1(27), 5–26.
235. Zaucha J., Szlachta J. (red.) (2015). *Terytorialny wymiar wzrostu i rozwoju*. Warszawa: Difin.
236. Zięba K. (2016). *Przedsiębiorczość*. Warszawa: CeDeWu Sp. z o.o.

SPIS TABEL

Tabela 1.	Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w rejestrze REGON	8
Tabela 1.1.	Porównanie ekonomii kompleksowej z tradycyjną	24
Tabela 2.1.	Typologia przedsiębiorczości według Heberta i Linka	41
Tabela 2.2.	Ewolucja myślenia o przedsiębiorczości w doktrynie naukowej	42
Tabela 4.1.	Liczba przedsiębiorstw w gminie – parametry rozkładu zmiennej	89
Tabela 4.2.	Liczba przedsiębiorstw w gminie – obserwacje nietypowe	90
Tabela 4.3.	Kapitał ludzki, kapitał społeczny, turystyka – parametry rozkładów	93
Tabela 4.4.	Liczba wyszukiwań gminy na 1 mieszkańca – obserwacje nietypowe	93
Tabela 4.5.	Procent osób z wyższym wykształceniem w gminie – obserwacje nietypowe	96
Tabela 4.6.	Liczba stowarzyszeń w gminie w przeliczeniu na 10 tys. mieszkańców – obserwacje nietypowe	97
Tabela 4.7.	Parametry warunkowych rozkładów zmiennej zależnej dla poszczególnych województw	98
Tabela 4.8.	Parametry warunkowych rozkładów zmiennej zależnej a aglomeracja	99
Tabela 4.9.	Oszacowania parametrów modelu (Model 1) – współczynniki niestandardyzowane	101
Tabela 4.10.	Oszacowania parametrów modelu (Model 2) – współczynniki niestandardyzowane	104
Tabela 4.11.	Współczynniki inflacji wariancji	106
Tabela 4.12.	Wyniki testu RESET dla oszacowanego modelu (Model 2) ..	107
Tabela 4.13.	Test Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego (Model 2)	108
Tabela 4.14.	Oszacowania parametrów modelu na logarytmach (Model 3) – współczynniki niestandardyzowane	109
Tabela 4.15.	Wyniki testu RESET dla modelu oszacowanego na logarytmach (Model 3)	110

Tabela 4.16. Test Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego dla modelu oszacowanego na logarytmach (Model 3)	111
Tabela 4.17. Wyniki oszacowania modelu	112
Tabela 4.18. Wyniki testu RESET dla modelu oszacowanego na logarytmach (Model 4)	113
Tabela 4.19. Test Breuscha-Pagana na homoskedastyczność wariancji błędu losowego dla modelu oszacowanego na logarytmach z interakcją (Model 4)	113
Tabela 5.1. Wyniki poszczególnych zmiennych dla wybranych gmin	125
Tabela 6.1. Oszacowania parametrów modelu na logarytmach (Model 3) – współczynniki niestandardyzowane	181
Tabela 6.2. Wyniki oszacowania modelu z uwzględnieniem interakcji między kapitałem ludzkim a turystyką (Model 4)	182

SPIS RYSUNKÓW

Rysunek 2.1.	Prehistoryczna podstawa nauk o przedsiębiorczości	44
Rysunek 2.2.	Ekonomiczna podstawa nauk o przedsiębiorczości	44
Rysunek 2.3.	Multidyscyplinarna podstawa nauk o przedsiębiorczości	53
Rysunek 2.4.	Pole opisujące powstawanie nowych przedsiębiorstw	55
Rysunek 2.5.	Charakterystyka wpływu lokalnego kontekstu na proces przedsiębiorczy	56
Rysunek 2.6.	Model procesu przedsiębiorczego	57
Rysunek 3.1.	Schemat badania	70
Rysunek 3.2.	Proces estymacji parametrów modelu z jedną zmienną niezależną	73
Rysunek 3.3.	Błędy przewidywania, których warunkowe wartości oczekiwane są równe 0, mające stałą wariancję	75
Rysunek 3.4.	Podsumowanie operacjonalizacji	80
Rysunek 4.1.	Liczba przedsiębiorstw w gminie – rozkład zmiennej	89
Rysunek 4.2.	Kapitał ludzki – rozkład zmiennej	91
Rysunek 4.3.	Kapitał społeczny – rozkład zmiennej	92
Rysunek 4.4.	Turystyka – rozkład zmiennej	92
Rysunek 4.5.	Liczba przedsiębiorstw w gminie a kapitał ludzki	99
Rysunek 4.6.	Liczba przedsiębiorstw w gminie a kapitał społeczny	100
Rysunek 4.7.	Liczba przedsiębiorstw w gminie a turystyka	100
Rysunek 4.8.	Rozkład wartości przewidywanych zmiennej zależnej	102
Rysunek 4.9.	Obserwacje nietypowe: dźwignia i reszty standaryzowane ...	103
Rysunek 4.10.	Wykresy zmiennych zlogarytmowanych: przedsiębiorstwa, kapitał ludzki, kapitał społeczny, turystyka	109
Rysunek 4.11.	Wartości reszt standaryzowanych i dźwigni na podstawie Modelu 4	114
Rysunek 4.12.	Graficzna analiza reszt na podstawie modelu z interakcjami (Model 4)	115
Rysunek 4.13.	Efekty kapitału ludzkiego w zależności od poziomu turystyki	118
Rysunek 5.1.	Kryteria wyboru do badania jakościowego	126
Rysunek 5.2.	Uwarunkowania zasobowe przedsiębiorczości w Karpaczu ..	149
Rysunek 5.3.	Uwarunkowania zasobowe przedsiębiorczości w gminach nadmorskich	151

Rysunek 5.4.	Przedsiębiorczość w gminach Lesznowola i Tarnowo Podgórne	159
Rysunek 5.5.	Przedsiębiorczość w gminie Suchy Las	164
Rysunek 5.6.	Przedsiębiorczość w gminie Podkowa Leśna	170

Paweł Kłobukowski – dr nauk społecznych w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości, pracujący w Katedrze Przedsiębiorczości i Systemów Zarządzania na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Od wielu lat w kręgu jego zainteresowań mieszczą się kwestie związane z przedsiębiorczością lokalną, rozwojem regionalnym, modelami biznesowymi, start-upami czy przedsiębiorczością technologiczną. Tej tematyce poświęcił zarówno rozprawę doktorską, jak i pracę magisterską, która stała się przyczynkiem do prowadzonych przez niego badań.

Kontakt: pklobukowski@wz.uw.edu.pl

ISBN 978-83-66282-34-6

9 788366 282346