

**Marek Kuźmicki**

Instytut Turystyki i Rekreacji

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

## **Aspiracje zawodowe przedsiębiorców a instytucjonalno-systemowe uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw turystycznych**

### **Wstęp**

Wprowadzenie gospodarki rynkowej spowodowało powstanie i aktywną działalność wielu prywatnych podmiotów gospodarczych, świadczących usługi w zakresie zakwaterowania i wyżywienia. Po początkowym okresie gwałtownego wzrostu ostatnie lata zweryfikowały działalność podmiotów gospodarczych działających na rynku turystycznym. Wiele z nich nie wytrzymało konkurencji i uległo likwidacji.

Każde przedsiębiorstwo turystyczne funkcjonuje w pewnym otoczeniu, które w określonym stopniu wpływa na jego działalność i efektywność. Otoczenie przedsiębiorstwa można określić jako ogół aktorów i sił, które w sposób bezpośredni lub pośredni oddziałują na jego zdolność do zyskowego zaspokajania potrzeb docelowych klientów [Kotler i Armstrong 1989, s. 54]. Otoczenie, w jakim działa przedsiębiorstwo turystyczne, stanowi dla niego główne źródło szans i zagrożeń. Umożliwia także zarządzającym identyfikację atutów i słabości przedsiębiorstwa. Dokładna analiza czynników otoczenia pomaga we właściwej alokacji zasobów przedsiębiorstwa i jest podstawą wszelkich procesów decyzyjnych w firmie oraz pozycji przedsiębiorstwa na rynku [red. Gołębski 2007, s. 66]. Główną cechą otoczenia jest rosnąca złożoność i szybkie zmiany, które w porę zauważone mogą stać się powodem sukcesów wielu przedsiębiorstw turystycznych. Niezidentyfikowane lub zlekceważone mogą z kolei doprowadzić do kryzysu lub upadku firmy turystycznej.

Istotnym zbiorem determinant warunkujących rozwój każdego przedsiębiorstwa jest otoczenie instytucjonalno-systemowe. Otoczenie systemowe stanowią rynkowe mechanizmy regulujące funkcjonowanie gospodarki, polityka społeczno-gospodarcza państwa oraz kształtujące ją czynniki formalno-prawne [Angowski 2005, s. 15]. Otoczenie instytucjonalne tworzą instytucje i organizacje kształtujące warunki funkcjonowania przedsiębiorstw na szczeblu regionalnym i (lub)

lokalnym [Angowski 2005, s. 15]. Wśród instytucji funkcjonujących w otoczeniu przedsiębiorstw można wyróżnić następujące grupy: instytucje administracji państwowej i samorządowej, banki, instytucje informacyjno-szkoleniowe, instytucje promocyjno-handlowe, izby i stowarzyszenia gospodarcze, centra wspierania biznesu i inkubatory przedsiębiorczości, agencje i fundacje rozwoju regionalnego i lokalnego [red. Sobczyk 1995, s. 11]. W przypadku przedsiębiorstw turystycznych listę instytucji można rozszerzyć o organizacje branżowe mające stymulować rozwój gospodarczy i społeczny turystyki. Otoczenie instytucjonalne w branży turystycznej w Polsce kształtuje się pod wpływem polityki turystycznej państwa<sup>1</sup> i polityki turystycznej organizacji międzynarodowych (głównie Unii Europejskiej i OECD). Elementy analizowanego otoczenia mogą wspierać lub utrudniać prowadzenie działalności gospodarczej w turystyce. Mają charakter niekontrolowalny z punktu widzenia przedsiębiorstwa turystycznego. Każde przedsiębiorstwo turystyczne powinno obserwować zmiany w otoczeniu instytucjonalno-prawnym i rejestrować proces transformacji, aby lepiej dostosować swoją działalność do wymagań rozwijającej się gospodarki rynkowej.

Dotychczas nie przeprowadzono na terenie województwa lubelskiego badań określających wpływ otoczenia instytucjonalno-systemowego na powstawanie i rozwój przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne. Znalezienie odpowiedzi na pytanie: jakie elementy tego otoczenia mają wpływ na powstawanie i rozwój wspomnianych wyżej podmiotów oraz jakie jest ich znaczenie, może stanowić cenną informację dla przedsiębiorców, ale także dla instytucji finansowych, władz samorządowych oraz rządowych i pozarządowych organizacji wspierających rozwój przedsiębiorczości w zakresie turystyki.

## Cel i metoda badań

Celem opracowania jest określenie czynników wpływających na powstawanie i rozwój przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne. Szczególne miejsce w analizie zajmują elementy otoczenia instytucjonalno-systemowego badanych podmiotów. Oprócz określenia istniejącej

---

<sup>1</sup>Za politykę turystyczną państwa (rządu) można uznać jego działalność polegającą na określeniu celów społeczno-ekonomicznych i środków realizacji służących rozwojowi turystyki i gospodarki turystycznej i jednocześnie stymulujących interakcje między gospodarką turystyczną, a innymi sektorami jej otoczenia. Na politykę turystyczną państwa składają się (obok ogólnokrajowej polityki rządu) decyzje szczebla międzywojewódzkiego i wojewódzkiego, a także samorządu terytorialnego; *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce rynkowej*, pod red. A. Rapacza, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2001, s. 72.

sytuacji w wyżej wspomnianym obszarze, w artykule można znaleźć odpowiedź na pytanie: które elementy otoczenia instytucjonalno-systemowego i w jakim stopniu powinny ulec w przyszłości zmianie, aby stworzyć przedsiębiorcom działającym na rynku usług turystycznych lepsze warunki rozwoju.

Badania przeprowadzono jesienią 2007 roku przy wykorzystaniu ankiety bezpośredniej, skierowanej do właścicieli przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne na terenie województwa lubelskiego. Próba badawcza wyłoniona do dalszych badań empirycznych została ustalona przy wykorzystaniu doboru losowego, dwustopniowego. Pierwszy stopień doboru losowego był związany z określeniem obszaru badań. Przestrzenny zakres badań został podzielony z wykorzystaniem metody analizy skupień na 4 obszary. Podstawą do ustalenia skupień (grup powiatów) były wskaźniki charakteryzujące ilościowy rozwój bazy noclegowej i gastronomicznej oraz wykorzystanie bazy noclegowej analizowanego obszaru. Za podstawową jednostkę przyjęto obszar powiatu, gdyż na tym poziomie terytorialnym były dostępne niezbędne do analizy dane statystyczne dotyczące bazy noclegowej i gastronomicznej. Obszar badań, losowo dobierając określone powiaty w obrębie ustalonych skupień, sprecyzowano w sposób następujący: obszar 1 – miasta: Lublin, Zamość, obszar 2 – miasta: Biała Podlaska, Chełm, obszar 3 – powiaty: janowski, łukowski, opolski, parczewski, tomaszowski, obszar 4 – powiaty: puławski, włodawski. Drugi stopień doboru losowego jednostek do próby był związany z losowaniem konkretnych podmiotów gospodarczych w układzie rodzajowym i przestrzennym.

Liczebność próby badawczej wyniosła 281 podmiotów gospodarczych, z czego 11 (3,9%) stanowiły przedsiębiorstwa turystyczne świadczące usługi noclegowe, a 48 placówek (17,1%) to przedsiębiorstwa oferujące usługi noclegowe i gastronomiczne. Pozostałą część, tj. 222 podmioty (79,0%), tworzyły przedsiębiorstwa świadczące usługi gastronomiczne. Udział procentowy podmiotów w próbie w poszczególnych skupieniach jest proporcjonalny do udziału procentowego podmiotów w skupieniach w zbiorowości generalnej. Struktura próby badawczej uwzględnia także proporcje między grupami rodzajowymi w bazie noclegowej i bazie gastronomicznej. Są one takie same jak te, które występują w zbiorowości generalnej wynikającej z danych wtórnych.

W ujęciu szczegółowym badanymi podmiotami były obiekty tworzące bazę noclegową turystyki, to znaczy: hotele, motele, pensjonaty, inne obiekty hotelowe<sup>2</sup>, domy wycieczkowe, schroniska, schroniska młodzieżowe, szkolne schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, ośrodki kolonijne, ośrodki szkoleniowo-

---

<sup>2</sup>Obiekty noclegowe, podzielone na pokoje, podlegające jednemu zarządowi, świadczące pewne usługi, w tym przynajmniej codzienne sprzątanie pokoi, ślanie łóżek i mycie urządzeń sanitarnych (np. obiekt spełniający zadania hotelu, motelu lub pensjonatu, któremu nie została nadana kategoria); *Turystyka w 2005 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2006, s. 15.

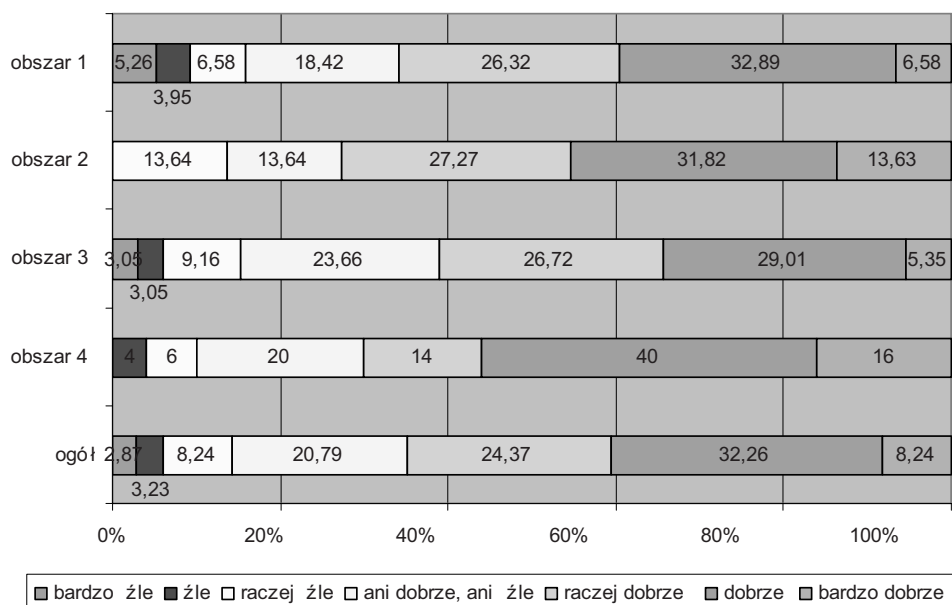
-wypoczynkowe, domy pracy twórczej, zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych, kempingi, pola biwakowe, ośrodki wypoczynku sobotnio-niedzielnego i świątecznego, zakłady uzdrowiskowe i obiekty pozostałe niesklasyfikowane<sup>3</sup>, a także zakłady i punkty tworzące bazę żywieniową turystyki, to jest: restauracje, bary (jadłodajnie, bary uniwersalne, przekąskowe, mleczne, kawowe, restauracyjne, szybkiej obsługi, pizzerie, kawiarnie, herbaciarnie, winiarnie, piwiarnie, puby), stołówki, punkty gastronomiczne (smażalnie, lodziarnie, pijalnie, bufety, przyczepy gastronomiczne, punkty małej gastronomii „kurczak z różną”).

## Wyniki badań

Zdecydowana większość przedsiębiorców (64,87%) określiła pozytywnie obecne możliwości rozwoju swoich podmiotów gospodarczych. Bardzo optymistycznych w tym względzie było 8,24% badanych, dobrze sytuację oceniło 32,26% respondentów, a raczej dobrze 24,37%. Umiarkowany w swojej ocenie był mniej więcej co piąty przedsiębiorca. Stosunkowo niewielka część respondentów (14,34%) sceptycznie widzi możliwości rozwoju swojego przedsiębiorstwa w istniejących realiach rynkowych. Analizując wyniki badań w układzie przestrzennym, można zauważyć, że najczęściej szans rozwoju dostrzegają przedsiębiorcy prowadzący swoją działalność gospodarczą na terenie powiatów puławskiego i włodawskiego. Tu aż 40% badanych oceniło obecne możliwości rozwoju swojego przedsiębiorstwa jako dobre, a 16% jako bardzo dobre. Wyniki badań można w tym wypadku łączyć z wysokim poziomem atrakcyjności turystycznej powiatów, które są chętnie odwiedzane przez turystów. Największy odsetek niezadowolonych z istniejących uwarunkowań rozwojowych usługodawców znajduje się w Lublinie i Zamościu (15,79%) oraz na obszarze powiatów: janowskiego, łukowskiego, opolskiego, parczewskiego, i tomaszowskiego (15,26%). W przypadku Lublina i Zamościa na pewno ważnym czynnikiem uwzględnianym przy ocenie był wysoki poziom konkurencji na rynku usług noclegowych, a zwłaszcza gastronomicznych. Ocena przedsiębiorców z wymienionych wyżej powiatów ziemskich może wynikać ze stosunkowo niewielkiej na tamtych terenach liczby walorów turystycznych, atrakcyjnych z perspektywy turysty. Wyniki badań dotyczące oceny możliwości rozwoju przedsiębiorstw świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne przedstawia rysunek 1.

---

<sup>3</sup>Obiekty, które w czasie niepełnego wykorzystania zgodnie z ich przeznaczeniem pełnią funkcję obiektu noclegowego dla turystów. Są to m.in. internaty, domy studenckie, hotele robotnicze, itp.; Ibidem, s. 17.



Oznaczenia: obszar 1 – miasta: Lublin, Zamość; obszar 2 – miasta: Biała Podlaska, Chełm; obszar 3 – powiaty: janowski, łukowski, opolski, parczewski, tomaszowski; obszar 4 – powiaty: puławski, włodawski.

### Rysunek 1

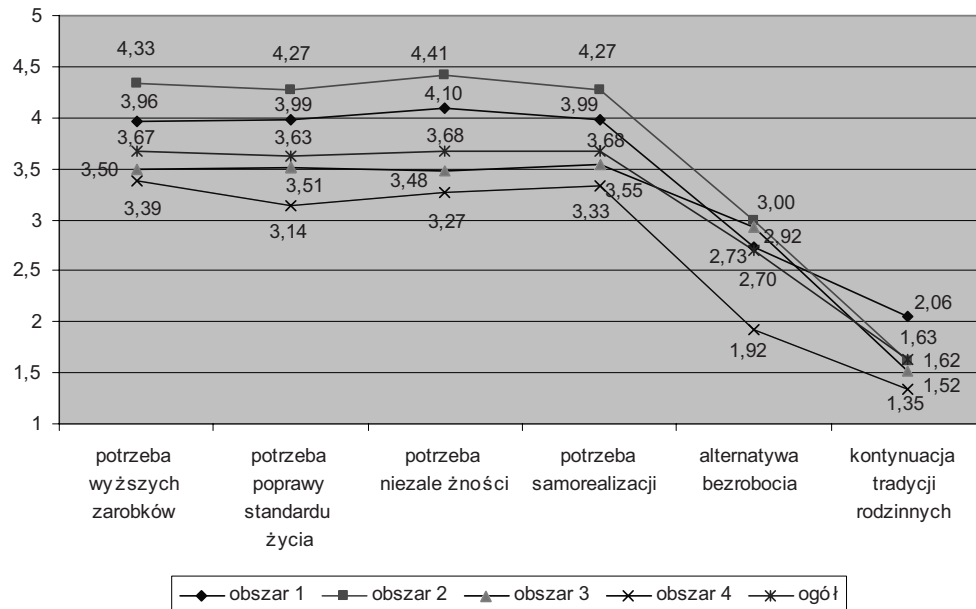
Ocena obecnych możliwości rozwoju swojego przedsiębiorstwa [%]

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W trakcie badań przedsiębiorcy określali w pięciostopniowej skali wagę motywów, które zdecydowały o podjęciu działalności gospodarczej. Okazało się, że najbardziej istotnymi są: potrzeba samorealizacji (3,68 pkt), potrzeba niezależności (3,68 pkt), potrzeba wyższych zarobków (3,67 pkt) oraz potrzeba poprawy standardu życia (3,63 pkt). Mało istotnym powodem założenia placówki noclegowej lub gastronomicznej jest kontynuowanie tradycji rodzinnych (1,62 pkt). Samozatrudnienie traktowane jako alternatywa bezrobocia tylko w umiarkowanym stopniu motywowało przedsiębiorców do założenia działalności gospodarczej (2,70 pkt). Ocenę czynników, decydujących o powstaniu przedsiębiorstw oferujących usługi noclegowe i gastronomiczne z uwzględnieniem zróżnicowania przestrzennego badań przedstawia rysunek 2.

Respondenci oceniali w skali 1–5, gdzie 1 oznaczało czynnik zdecydowanie niesprzyjający, a 5 czynnik zdecydowanie sprzyjający, wpływ czynników związanych z otoczeniem instytucjonalno-systemowym na rozwój swoich przedsiębiorstw, które znajdują się w fazie dojrzałości cyklu życia.

Najbardziej negatywnie została przez przedsiębiorców oceniona polityka rządu, która nie uwzględnia rozwiązań systemowych ułatwiających swobodne



Oznaczenia: obszar 1 – miasta: Lublin, Zamość; obszar 2 – miasta: Biała Podlaska, Chełm; obszar 3 – powiaty: janowski, łukowski, opolski, parczewski, tomaszowski; obszar 4 – powiaty: puławski, włodawski. Liczby odpowiadają wartościom skali 1–5, gdzie 1 – nieistotny motyw, 5 – bardzo istotny motyw.

### Rysunek 2

Motywy założenia przedsiębiorstwa świadczącego usługi noclegowe i (lub) gastronomiczne

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

prowadzenie działalności gospodarczej (1,98 pkt). Czynniki te zostały bardziej krytycznie ocenione przez przedsiębiorców działających na terenie powiatów ziemskich, co może świadczyć o lepszej znajomości strategii rozwoju społeczno-gospodarczego i silniejszym utożsamianiu się z nimi przez przedsiębiorców z większych miast województwa lubelskiego.

Obecnie funkcjonujący system podatkowy został uznany za czynnik niesprzyjający rozwojowi przedsiębiorstw noclegowych i gastronomicznych (2,18 pkt). Został on oceniony nieco bardziej pozytywnie w dużych miastach niż na terenie powiatów ziemskich.

Odpowiednia polityka samorządu (2,24 pkt), promocja gminy i powiatu (2,53 pkt), pomoc organizacji wspierających rozwój turystyki i przedsiębiorczości (2,52 pkt) to kolejne determinanty otoczenia instytucjonalno-systemowego, które można uznać w obecnym „kształcie” za niesprzyjające. Nieco wyżej, ale tylko jako neutralne oceniono programy pomocowe Unii Europejskiej (2,97 pkt) i dostępność kapitału (2,93 pkt), co może sugerować stosunkowo

niewielkie problemy przedsiębiorców z finansowaniem bieżącej działalności oraz działalności inwestycyjnej.

Średnie oceny obecnie funkcjonujących uwarunkowań otoczenia instytucjonalno-systemowego, z uwzględnieniem zróżnicowania przestrzennego respondentów, przedstawia tabela 1.

**Tabela 1**

Ocena czynników wpływających na rozwój przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne

Czynniki wpływające na rozwój przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne	Obszar				Średnia wartość oceny
	1	2	3	4	
System podatkowy*	2,30	2,52	2,10	2,06	2,18
Dostępność kapitału**	3,00	3,24 <sup>a</sup>	2,76 <sup>a,b</sup>	3,13 <sup>b</sup>	2,93
Odpowiednia polityka rządu***	2,28 <sup>a,b</sup>	2,60 <sup>c,d</sup>	1,79 <sup>a,c</sup>	1,75 <sup>b,d</sup>	1,98
Odpowiednia polityka samorządu****	2,57 <sup>a</sup>	2,80 <sup>b,c</sup>	1,98 <sup>a,b</sup>	2,16 <sup>c</sup>	2,24
Promocja gminy, powiatu	2,95 <sup>a</sup>	2,75	2,28 <sup>a</sup>	2,47	2,53
Programy pomocowe UE	3,27 <sup>a</sup>	3,24	2,81 <sup>a</sup>	2,80	2,97
Pomoc organizacji wspierających rozwój turystyki i przedsiębiorczości	2,86 <sup>a,b</sup>	2,80	2,37 <sup>a</sup>	2,31 <sup>b</sup>	2,52

\*System podatkowy – ogół podatków pobieranych w danym państwie, tworzących zarówno pod względem prawnym, jak i ekonomicznym logiczną całość. System podatkowy zawiera określenie przedmiotu i podstawy opodatkowania, stawek i skal podatkowych oraz elementów korygujących wymiar podatku (ulg, zwolnień, zwyżek).

\*\*Dostępność kapitału – możliwość i łatwość pozyskania kapitału z zewnętrznych źródeł finansowania, która jest uzależniona od warunków oferowanych przez instytucje finansowe, tj. przede wszystkim od wysokości stopy procentowej oraz prowizji za świadczone usługi finansowe, skomplikowanych procedur, wymaganych zabezpieczeń.

\*\*\*Polityka rządu obejmuje głównie tworzenie uregulowań systemowych i strategii społeczno-gospodarczych wspierających rozwój turystyki i przedsiębiorczości oraz stymulujących swobodny rozwój przedsiębiorstw turystycznych.

\*\*\*\*Polityka samorządu związana jest z ujmowaniem w strategiach rozwoju społeczno-gospodarczego jednostek samorządowych, priorytetów dotyczących rozwoju turystyki i przedsiębiorczości, a także wspieraniem lokalnych, turystycznych podmiotów gospodarczych w zakresie określonym w dokumentach planistycznych oraz w obszarach wynikających z ustawodawstwa.

a,b,c,d – wskazuje na istotną różnicę między daną parą średnich ( $p < 0,05$ ).

Oznaczenia: obszar 1 – miasta: Lublin, Zamość; obszar 2 – miasta: Biała Podlaska, Chełm; obszar 3 – powiaty: janowski, łukowski, opolski, parczewski, tomaszowski; obszar 4 – powiaty: puławski, włodawski.

Liczby odpowiadają wartościom skali 1–5, gdzie 1 – czynnik zdecydowanie niesprzyjający, 5 – czynnik zdecydowanie sprzyjający.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

W trakcie badań empirycznych badani przedsiębiorcy mieli możliwość zadeklarowania preferowanych zmian w otoczeniu instytucjonalno-systemowym swoich podmiotów gospodarczych. Oceniali wybrane czynniki w skali 1–5, gdzie 1 oznaczało brak potrzeby zmiany, a 5 bardzo dużą potrzebę zmiany. Przedsiębiorcy w największym stopniu oczekują na zmiany w polityce rządu (4,21). W ich opinii należy wprowadzić rozwiązania systemowe, ułatwiające funkcjonowanie przedsiębiorstw sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Przekonstruowany powinien zostać także istniejący system podatkowy. Analizując przestrzennie wyniki badań okazało się, że największą potrzebę zmian systemu fiskalnego odczuwają przedsiębiorcy z Lublina i Zamościa (4,38), nieco mniejszą z powiatów puławskiego i włodawskiego (4,15) i powiatów janowskiego, łukowskiego, opolskiego, parczewskiego, tomaszowskiego (4,06). W najmniejszym stopniu system podatkowy chcieliby zmienić właściciele placówek noclegowych i gastronomicznych z Białej Podlaskiej i Chełma (3,91).

Chęć zmiany systemu podatkowego (4,15) jest znaczna w odniesieniu do innych czynników określających możliwości rozwoju przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne. Przewyższa ona potrzeby: poprawy dostępności kapitału (3,47), poprawy polityki samorządu (4,11), aktywizacji działań promocyjnych jednostek samorządu terytorialnego (4,03), dostępności programów pomocowych Unii Europejskiej (3,67), aktywniejszej pomocy organizacji wspierających rozwój turystyki i przedsiębiorczości (3,92).

Ocenę potrzeby zmian otoczenia instytucjonalno-systemowego przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne w przyszłości, z uwzględnieniem zróżnicowania terytorialnego badań przedstawia tabela 2.

Ocena potrzeby zmian uwarunkowań instytucjonalno-systemowych waha się w przedziale od 3,67 do 4,21 punktu, co wskazuje na negatywny odbiór istniejących realiów życia gospodarczego przez przedsiębiorców działających w branży turystycznej. Jednocześnie uzyskane wyniki badań świadczą o umiejętności dostrzegania problemów przez badanych przedsiębiorców i wskazywania przez nich obszarów, które powinny podlegać przekształceniom.

## **Podsumowanie i wnioski**

Zdecydowana większość przedsiębiorców pozytywnie ocenia możliwości rozwoju przedsiębiorstw świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne, mimo identyfikacji barier instytucjonalno-systemowych. Można przypuszczać, że wiara we własne możliwości i silna motywacja do aktywności gospodarczej pozwala tak optymistycznie spoglądać w przyszłość.



**Tabela 2**

Ocena potrzeby zmian czynników rozwojowych przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne

Czynniki określające możliwości rozwoju przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne	Obszar				Średnia wartość oceny
	1	2	3	4	
System podatkowy	4,38	3,91	4,06	4,15	4,15
Dostępność kapitału	3,89 <sup>a,b</sup>	3,52	3,31 <sup>a</sup>	3,23 <sup>b</sup>	3,47
Odpowiednia polityka rządu	4,13	3,86	4,33	4,16	4,21
Odpowiednia polityka samorządu	4,08	3,95	4,18	4,04	4,11
Promocja gminy, powiatu	3,99	3,95	4,15	3,80	4,03
Programy pomocowe UE	3,74	3,91	3,70	3,35	3,67
Pomoc organizacji wspierających rozwój turystyki i przedsiębiorczości	3,86	3,57	4,00	3,94	3,92

<sup>a,b</sup> – wskazuje na istotną różnicę pomiędzy daną parą średnich ( $p < 0,05$ ).

Oznaczenia: obszar 1 – miasta: Lublin, Zamość; obszar 2 – miasta: Biała Podlaska, Chełm; obszar 3 – powiaty: janowski, łukowski, opolski, parczewski, tomaszowski; obszar 4 – powiaty: puławski, włodawski.

Liczby odpowiadają wartościom skali 1–5, gdzie 1 – brak potrzeby zmiany, 5 – bardzo duża potrzeba zmiany.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych.

Zaspokojenie potrzeb samorealizacji i niezależności, chęć wyższych zarobków i podniesienia standardu życia to najważniejsze czynniki decydujące o założeniu działalności gospodarczej przez badanych przedsiębiorców. Wymienione motywy uznawane są za szczególnie ważne przez przedsiębiorców z miast: Lublina, Zamościa, Białej Podlaskiej i Chełma. Nieco mniejsze znaczenie przypisują im właściciele badanych podmiotów usługowych z obszaru powiatów ziemskich. Zaskakujący może być fakt, że stworzenie miejsca pracy w swoim przedsiębiorstwie, przez założenie działalności gospodarczej tylko w umiarkowanym stopniu traktowane jest jako alternatywa dla bezrobocia.

Niestety istniejące uwarunkowania instytucjonalno-systemowe życia gospodarczego zostały ocenione negatywnie przez badanych przedsiębiorców. Za szczególnie niesprzyjające uznano aktualną politykę państwa, a także samorządów, które w niedostateczny sposób uwzględniają i realizują interesy przedsiębiorców sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Na podstawie badań można stwierdzić, że obecnie wysokie podatki stanowią jedną z najważniejszych barier rozwoju przedsiębiorstw turystycznych świadczących usługi noclegowe i gastronomiczne, co bezpośrednio wpływa na sytuację finansową tych podmiotów. Optymistyczny wynik badań to fakt, że przedsiębiorcy z województwa lubelskiego, działający w branży noclegowo-gastronomicznej mają stosunkowo niewielki problem z pozyskaniem kapitału.

Właściciele badanych podmiotów gospodarczych są zainteresowani zmianami w obszarach regulacji instytucjonalno-systemowych. Powinny one mieć charakter systemowy i być realizowane na szczeblu centralnym. Zmiany te powinny dotyczyć w szczególności:

- zmniejszenia obciążeń z tytułu podatku dochodowego, podatku od towarów i usług oraz podatku od majątku,
- zmniejszenia obowiązkowych narzutów na płace pracowników w postaci ubezpieczeń społecznych (składka emerytalna, rentowa, wypadkowa, zdrowotna),
- poprawy dostępności kredytów, głównie przez zmniejszenie obciążenia w postaci ich wysokiego oprocentowania,
- uwarunkowań prawnych, wspólnych dla wszystkich krajów członkowskich UE, dotyczących obniżenia wymogów sanitarnych, które wiążą się z wysokimi nakładami finansowymi przedsiębiorstw gastronomicznych i hotelarskich,
- opracowania i realizacji strategii rozwoju turystyki skutecznie dbającej o interesy sektora turystycznego,
- zdecydowanych działań rządu mających doprowadzić do szybkiego rozwoju infrastruktury oraz aktywniejszej promocji Polski na arenie międzynarodowej,
- troski o rozwój czynnika ludzkiego przez stworzenie możliwości profesjonalnego kształcenia kadr na potrzeby turystyki.

Nie mniej ważne zmiany powinny zostać wprowadzone na poziomie lokalnym i w konsekwencji wpłynąć na bardziej efektywne wspieranie przedsiębiorców przez samorządy terytorialne oraz organizacji wspierających rozwój turystyki i przedsiębiorczości. Jednostki samorządowe, w opinii właścicieli przedsiębiorstw noclegowych i gastronomicznych, powinny udzielać w większym stopniu dotacji, pożyczek, poręczeń i gwarancji kredytowych, stosować ulgi i zwolnienia podatkowe (urzędy gmin), realizować inwestycje w zakresie rozwoju infrastruktury na większą skalę oraz intensywniej promować gminę i powiat na zewnątrz. Rolą władzy terenowej w warunkach demokratycznego państwa jest dbałość o rozwój społeczno-gospodarczy regionu. Potrzeby Lubelszczyzny w tym zakresie są szczególnie duże. Województwo lubelskie należy do najbiedniejszych obszarów UE, a rozwój turystyki jest ściśle powiązany z warunkami ekonomicznymi życia ludności i funkcjonowania podmiotów gospodarczych.

## Literatura

- ANGOWSKI M. 2005: *Wpływ otoczenia na rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw na obszarach wiejskich*. Wyd. Akademii Rolniczej w Lublinie, Lublin.
- GOLEMBSKI G. (red.) 2007: *Przedsiębiorstwo turystyczne. Ujęcie statyczne i dynamiczne*. PWE, Warszawa.
- KOTLER P., ARMSTRONG G.A. 1989: *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, London.
- RAPACZ A. (red.) 2001: *Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce rynkowej*. Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław.
- SOBCZYK G. (red.) 1995: *Funkcjonowanie małych firm w warunkach zmian systemowych*. Wyd. Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Lublin.
- Turystyka w 2005 roku*. GUS, Warszawa 2006.

## The career aspirations of entrepreneurs and the institutional and systemic development conditions of tourist enterprises

### Abstract

The aim of this study is to identify factors influencing the creation and development of tourist enterprises that provide accommodation and catering services in the Lubelskie Voivodship. It has been noted that the key determinants crucial to undertake businesses among the surveyed entrepreneurs are not only the need of self-realization and independence but also a willingness to have higher wages and better living standards. The vast majority of respondents positively evaluates/ed the possibility of development of their businesses, despite the identification of institutional and systemic barriers. The most important barriers are the current policy of the state and local governments as well as currently functioning tax system.