

ANITA KULAWIAK

Uniwersytet Łódzki, Polska / University of Lodz, Poland

TOMASZ RACHWAŁ

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska / Krakow University of Economics, Poland

Problematyka związków przedsiębiorcy wiejskiego z miejscem w badaniach przedsiębiorczości wiejskiej

The issue of the relationship between a rural entrepreneur and a place in rural entrepreneurship research

Streszczenie: W ostatnim czasie przedsiębiorczość wiejska stała się bardzo popularnym tematem badawczym, zarówno w polskiej, jak i w zagranicznej literaturze przedmiotu. Zauważalny jest jednak brak ujęć koncepcyjno-metodologicznych, szczególnie w odniesieniu do nowego sposobu pojmowania terminu „przedsiębiorczość wiejska” przy jednoczesnej nadreprezentacji ujęć w duchu pozytywistycznym. W związku z powyższym w artykule położono nacisk na przedstawienie wyników badań odnoszących się do analizy literatury przedmiotu dotyczącej problematyki przedsiębiorczości wiejskiej, zwłaszcza w zakresie współczesnego sposobu jej rozumienia oraz metod badania. Artykuł ma charakter teoretyczno-metodologiczny i powstał na bazie kwerendy literatury przedmiotu zaczerpniętej z baz danych Scopus i Web of Science. Przeprowadzona analiza pozwoliła zauważyć, że od połowy pierwszej dekady XXI w. notuje się znaczny wzrost zainteresowania problematyką przedsiębiorczości wiejskiej. Jest ona jednak inaczej interpretowana na gruntach polskim i zagranicznym, w rezultacie czego badania z tego zakresu wykazują znaczne różnice. W obliczu zmiany paradygmatu, a także zwrotu, jaki dokonał się w sposobie rozumienia przedsiębiorczości wiejskiej w literaturze światowej, w artykule zaproponowano autorski model przedsiębiorczości wiejskiej opartej na relacjach przedsiębiorca wiejski – miejsce. Choć model ten wymaga jeszcze weryfikacji empirycznej, może on być bardzo pomocnym wzorcem badawczym, przydatnym nie tylko w zrozumieniu mechanizmu funkcjonowania przedsiębiorczości wiejskiej, lecz także w określeniu czynników, które determinują jej rozwój w kontekście relacji przedsiębiorcy wiejskiego z miejscem. Ponadto wnioski z pracy mają walor aplikacyjny, gdyż zaproponowany model może stanowić pomoc dla decydentów (głównie władz samorządowych, szczególnie gmin wiejskich) w formułowaniu dokumentów planistycznych i strategicznych.

Abstract: Rural entrepreneurship has become a prevalent research topic in Polish and foreign literature in recent years. However, there is a noticeable lack of conceptual and methodological approaches, especially concerning the new way of understanding the term *rural entrepreneurship*, with an overrepresentation of positivist approaches. Therefore, the article focuses on presenting research results related to the literature analysis on rural entrepreneurship, particularly in terms of its contemporary understanding and research methods. The article is theoretical and methodological and was based on a literature search on the subject taken from databases, i.e. Scopus and Web of Science. The analysis made it clear that since the mid-2000s, there has been a significant increase in interest in the issue of rural entrepreneurship. However, it is interpreted

differently in Poland and abroad. Consequently, the research in this field shows significant differences. In the face of the paradigm shift and the turn in understanding rural entrepreneurship that has taken place in the world literature, the article proposes an original model of rural entrepreneurship based on the relationship between a rural entrepreneur and the place. Although it still requires empirical verification, it can be a beneficial research pattern, useful not only for understanding the mechanism of functioning of rural entrepreneurship but also for determining the factors that govern its development in the context of the relationship between a rural entrepreneur and the place. The conclusions from the work also have application value because the proposed model can be helpful for decision-makers (mainly local government authorities, especially of rural communes) in formulating planning and strategic documents.

Słowa kluczowe: działalność gospodarcza; miejsce; obszar wiejski; model przedsiębiorczości wiejskiej; przedsiębiorca; przedsiębiorczość wiejska; wieś

Keywords: business activity; countryside; place; entrepreneur; rural area; rural entrepreneurship; rural entrepreneurship model

Otrzymano: 27 listopada 2023

Received: 27 November 2023

Zaakceptowano: 11 grudnia 2023

Accepted: 11 December 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation

Kulawiak, A., Rachwał, T. (2023). Problematyka związków przedsiębiorcy wiejskiego z miejscem w badaniach przedsiębiorczości wiejskiej. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 37(4), 65–85. doi.org/10.24917/20801653.374.5

WSTĘP

U progu XXI w. w literaturze zagranicznej, w tym geograficznej, obserwuje się wzrost zainteresowania badaczy problematyką przedsiębiorczości, a więc również przedsiębiorczością zakładaną i prowadzoną na obszarach wiejskich. Wynika to m.in. ze wzrostu w ostatnich latach zainteresowania rolników prowadzeniem pozarolniczej działalności gospodarczej na wsi. W ślad za tym badacze zaczęli poszukiwać nowych sposobów identyfikacji i pomiaru przedsiębiorczości wiejskiej, lepiej odpowiadających jej złożonemu charakterowi. Zaczęto także ją analizować w kontekście otoczenia lokalnego (gospodarczego, społecznego, kulturowego, instytucjonalnego, przestrzennego). W konsekwencji na gruncie zagranicznej literatury przedmiotu pojawiły się dwa osobne terminy odnoszące się do przedsiębiorczości zakładanej i prowadzonej w ramach obszarów wiejskich (wsi) – „przedsiębiorczość wiejska” oraz „przedsiębiorczość na wsi” („obszarach wiejskich”). Niestety, nawet pobieżny przegląd polskiej literatury przedmiotu pozwala zauważyć, że zaistniałe zmiany w tym zakresie pozostały przez polskich badaczy niezauważone, a w rezultacie, pomimo ogromnego zainteresowania wielu dyscyplin naukowych tym tematem, przedsiębiorczość wiejska analizowana jest głównie przez pryzmat ujęć pozytywistycznych, które w aktualnym stanie jej rozwoju uchodzą za daleko niewystarczające. W świetle postępów, jakie dokonały się w tym obszarze w badaniach i literaturze zagranicznej, a także w kontekście znaczenia, jakie przypisuje się zjawisku przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej i rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich, za szczególnie ważne uznano zainicjowanie, również na gruncie polskim, dyskusji nad kompleksowym ujęciem teoretyczno-metodologicznym tego zagadnienia – w tym zaproponowanie modelu analizy relacji zachodzącej między przedsiębiorcą wiejskim a jego otoczeniem (środowiskiem lokalnym) – wpisującym się we współczesny trend w zakresie rozumienia omawianego pojęcia.

Mając na uwadze powyższe przesłanki, celem artykułu jest syntetyczne przedstawienie wyników badań odnoszących się do analizy – prowadzonej metodą analizy systematycznej i analizy bibliometrycznej – literatury przedmiotu z zakresu problematyki przedsiębiorczości wiejskiej. W szczególności nacisk położony jest na identyfikację współczesnego sposobu rozumienia i badania przedsiębiorczości wiejskiej w zagranicznej i polskiej literaturze przedmiotu oraz na zaprezentowanie autorskiego modelu funkcjonowania przedsiębiorczości wiejskiej i sposobu jej badania w kontekście relacji przedsiębiorcy wiejskiego z miejscem. Wynika to z faktu, że choć coraz większe znaczenie przypisuje się miejscu w rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej, to wciąż brakuje ujęć modelowych przedsiębiorczości wiejskiej, uwzględniających relacje przedsiębiorca wiejski – miejsce.

Mimo że problematyka przedsiębiorczości w środowisku wiejskim była intensywnie rozwijana od lat 90. XX w., stała się ona przedmiotem szerszego zainteresowania geografów. Zajmowano się nią głównie na gruncie ekonomiki rolnictwa oraz socjologii wsi. Ponadto w badaniach nad przedsiębiorczością często pomijano kontekst rolniczy, który w tym przypadku wydaje się mieć znaczenie kluczowe dla wyjaśnienia jej rozwoju. Artykuł ma więc na celu częściowe wypełnienie luki w tym zakresie. Niniejsza praca ma charakter teoretyczno-koncepcyjny i powstała na bazie kwerendy literatury przedmiotu, zarówno polskiej, jak i zagranicznej. Artykuły zaczerpnięto z dostępnych międzynarodowych i krajowych baz danych (głównie Scopus, Web of Science, Google Scholar, BazEkon, Agro), z wykorzystaniem słów kluczowych, takich jak „przedsiębiorczość wiejska”, „przedsiębiorca wiejski”, „zakorzenie”, „osadzenie społeczne”, „działalność gospodarcza” (na wsi). W artykule przedstawiono tylko najważniejsze wnioski z systematycznej analizy literatury przedmiotu (co było omawiane także we wcześniejszych pracach, m.in. Kulawiak, Suliborski, Rachwał, 2022; Kulawiak, Suliborski, 2023). Aby wykazać wzrost zainteresowania problematyką przedsiębiorczości wiejskiej w literaturze przedmiotu, przeprowadzono również analizę bibliometryczną wyszukiwania artykułów odnoszących się do przedsiębiorczości wiejskiej (ang. *rural entrepreneurship*) w międzynarodowych bazach danych Scopus (451 publikacji) i Web of Science (407 publikacji) z lat 1976–2022 (tj. od pierwszego artykułu indeksowanego w tych bazach z takim terminem). Zastosowano w tym celu metodę analizy powiązań między słowami kluczowymi z użyciem oprogramowania VOSViewer, wykorzystywanego przez innych badaczy w analizie literatury (Kirby, 2023; van Eck, Waltman, 2017), również w zakresie przedsiębiorczości (np. Bağiş, Kurutkan, Kryeziu, 2023; Głodowska, Wach, 2022; Marín-Palacios, 2023).

Głównym wkładem artykułu do nauki jest – w opinii autorów – fakt, iż wyostrzono w nim spojrzenie na przedsiębiorczość wiejską z perspektywy mikroskali („miejsca” – środowiska lokalnego, w którym ona funkcjonuje), przez co zwrócono uwagę na aspekty pomijane i wcześniej niedoceniane w polskiej literaturze przedmiotu. Uwypuklenie potrzeby badania tego zagadnienia w kontekście relacji środowisko wiejskie (miejsce) – przedsiębiorca oraz wskazanie pewnej ścieżki postępowania metodologicznego w tym zakresie może przyczynić się nie tylko do odkrycia nowych form przedsiębiorczości, lecz także, co ważniejsze, do zidentyfikowania i opisanego warunków, które tę przedsiębiorczość kształtują, co wydaje się niezbędne w procesie jej funkcji poznawczej i pragmatycznej.

ZAINTERESOWANIE BADACZY PRZEDSIĘBIORCZOŚCIĄ WIEJSKĄ W ŚWIETLE ANALIZY BIBLIOMETRYCZNEJ LITERATURY PRZEDMIOTU

Wielu badaczy wskazuje, że główny nurt badań nad przedsiębiorczością, silnie rozwijający się szczególnie w drugiej połowie XX w., w dużej mierze pomija sektor rolniczy. Przykładowo: liczne badania z zakresu intencji przedsiębiorczych, zarówno polskie, jak i zagraniczne (np. Baharuddin, Rahman, 2021; Díaz-García, Jiménez-Moreno, 2010; Kilar, Rachwał, 2014; Liñán, Fayolle, 2015; Kwaku et al., 2023; Rachwał, Wach, 2016; Rantanen, Pawlak, Toikko, 2015; Reissová et al., 2020; Wach, Wojciechowski, 2016; Wannamakok, Chang, Täks, 2020), generalnie pomijają aspekt chęci zakładania działalności gospodarczej na wsi – a także specyfikę tej działalności. Badacze najczęściej nie wyróżniają kategorii przestrzennych (w tym podziału na miasto i wieś), koncentrując się na różnych czynnikach wpływających na intencje przedsiębiorcze, a nie na czynnikach związanych ze specyfiką miejsca zamieszkania czy planowanego prowadzenia działalności, a tym bardziej z relacjami przedsiębiorca wiejski – miejsce. Nieliczne prace w tym nurcie odnosiły się do zachowań przedsiębiorczych rolników (np. Bergevoet, 2004, Sikorska-Wolak, 2011; Szelaż-Sikora, Oleksy-Dębczyk, 2013; Multan, 2015), m.in. do ich aktywności w zakresie sprzedaży swoich produktów (np. Płaziak, Szymańska, 2015), możliwości korzystania z usług otoczenia biznesu (np. Kata, 2010) czy perspektyw ich rozwoju przedsiębiorczego (np. Zawisza, 2010). Szczególnie małe zainteresowanie widoczne było także wśród geografów, w tym geografów rolnictwa / obszarów wiejskich, pomimo że przedsiębiorczość i jej rola w rozwoju układów przestrzennych różnej skali jest przedmiotem zainteresowania badaczy na polu geografii ekonomicznej, także w Polsce (Płaziak, Rachwał, 2015; Bański, 2016; Kłodziński, 2014, 2015, 2016; Rachwał, 2018; Zioło, Rachwał, 2012; Zioło, 2015).

Sytuacja zmieniła się nieznacznie w drugiej połowie pierwszej dekady XXI w. Na wzrost zainteresowania w XXI w. badaniami przedsiębiorczości wiejskiej złożyło się kilka przyczyn. Jak się wydaje, jest to przede wszystkim konsekwencja odejścia od traktowania przestrzeni jako kategorii obiektywnej i bezosobowej na rzecz zwrotu w kierunku miejsca (czyli przestrzeni ucłowieczonej naznaczoną wartościami i emocjami, z którą czuje się więzi) oraz dostrzeżenia znaczenia (roli), jaką przedsiębiorczość – jako aktywność ludzka – odgrywa na obszarach wiejskich, których rozwój, w przeciwieństwie do miast dysponujących dużo zasobniejszym i zdywersyfikowanym potencjałem społeczno-gospodarczym, jest bardzo silnie sprzężony z lokalną przedsiębiorczością rolników (mieszkańców wsi), opartą na czynnikach endogenicznych. Na podkreślenie zasługuje zauważanie przez decydentów potrzeby aktywizacji tych obszarów i potrzeby wyrównania poziomu ich rozwoju społeczno-gospodarczego do poziomu miast.

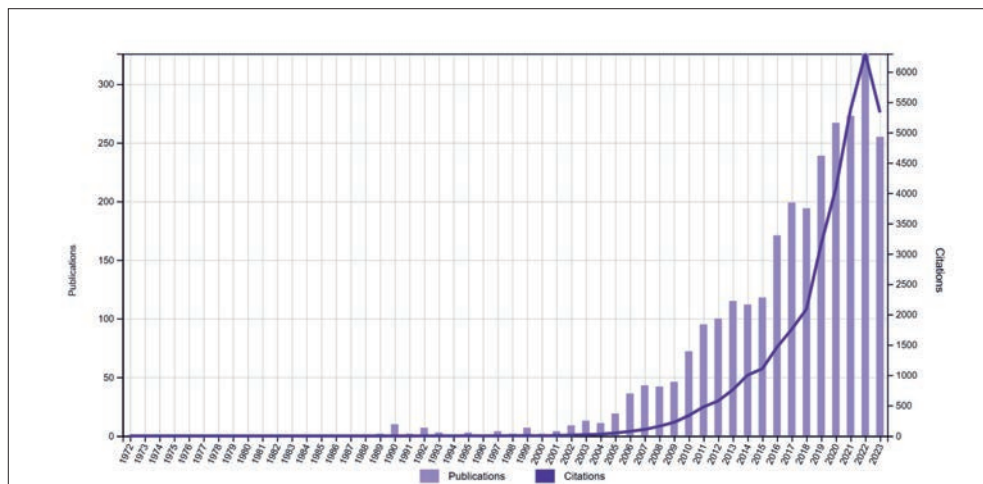
Wzrost zainteresowania badaczy problematyką przedsiębiorczości wiejskiej w ostatnich latach jest wyraźnie widoczny w międzynarodowych bazach danych czasopism. Dane z bazy Web of Science wskazują na dynamiczny wzrost liczby publikacji i cytacji artykułów¹ z zakresu przedsiębiorczości wiejskiej po 2005 r. (rycina 1). Łączne wyniki wyszukiwania terminów „rural” i „entrepreneurship” (występujących jednocześnie w jednym artykule, ale niekoniecznie jako nierozłączny termin) w zasadniczych polach

¹ Pod pojęciem „artykułu” rozumie się także editoriale (słowa wstępne) z czasopism oraz rozdziały w monografiach lub publikacjach pokonferencyjnych indeksowanych w danej bazie, po rygorystycznym procesie ich akceptacji do indeksowania.

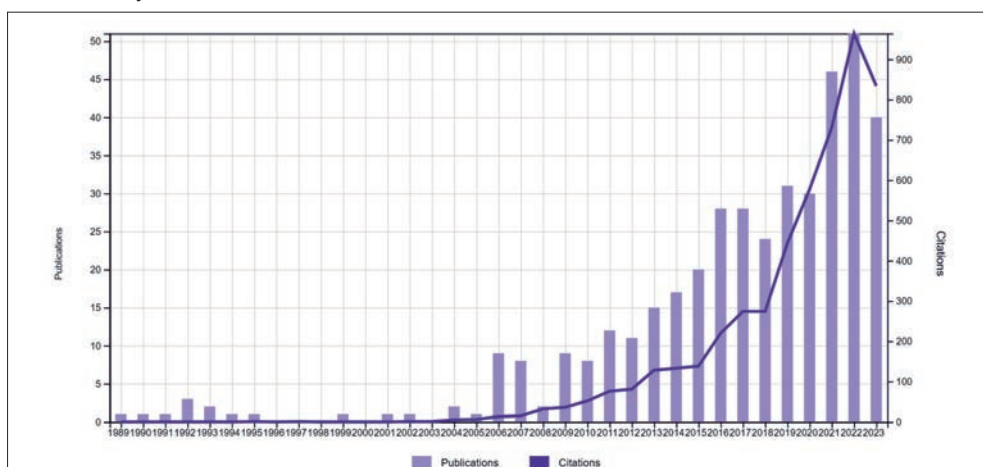
bazy, tj. tytułach artykułów, abstraktach i słowach kluczowych (określane w bazie jako „topic”), dały wynik ponad 2800 artykułów (rycina 1A). Łącznie artykuły te były cytowane ponad 34,5 tys. razy. Warto zauważyć, że do 2005 r. rocznie publikowano kilka lub kilkanaście artykułów w czasopismach notowanych w Web of Science, a liczba ich cytacji była marginalna, natomiast w 2022 r. było to już ponad 300 artykułów. Równie dynamicznie wzrastała liczba ich cytacji, osiągając w 2022 r. wartość ponad 6 tys. (dane za 2023 r. są wciąż niepełne).

Rycina 1. Liczba publikacji z zakresu przedsiębiorczości wiejskiej i ich cytacji indeksowanych w bazie Web of Science

A. Wyniki wyszukiwania terminów „rural” i „entrepreneurship” (łącznie, w jednym artykule) w „topic”, tj. tytułach artykułów, abstraktach i słowach kluczowych, lata 1972–2023



B. Wyniki wyszukiwania terminu „rural entrepreneurship” w „topic”, tj. tytułach artykułów, abstraktach i słowach kluczowych, lata 1989–2023²

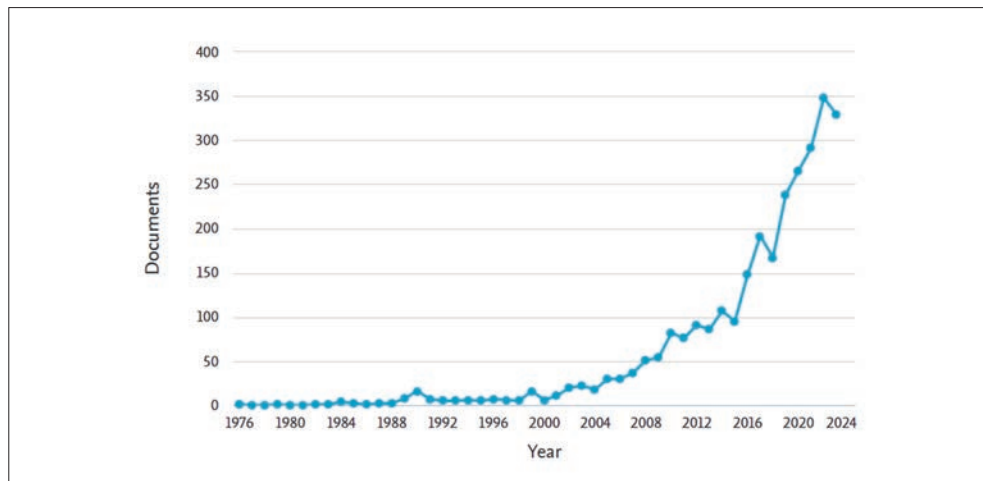


Źródło: baza Web of Science (wykresy oryginalne, wygenerowane w serwisie z danych dotyczących wyszukanych artykułów), stan na 27.11.2023 r.

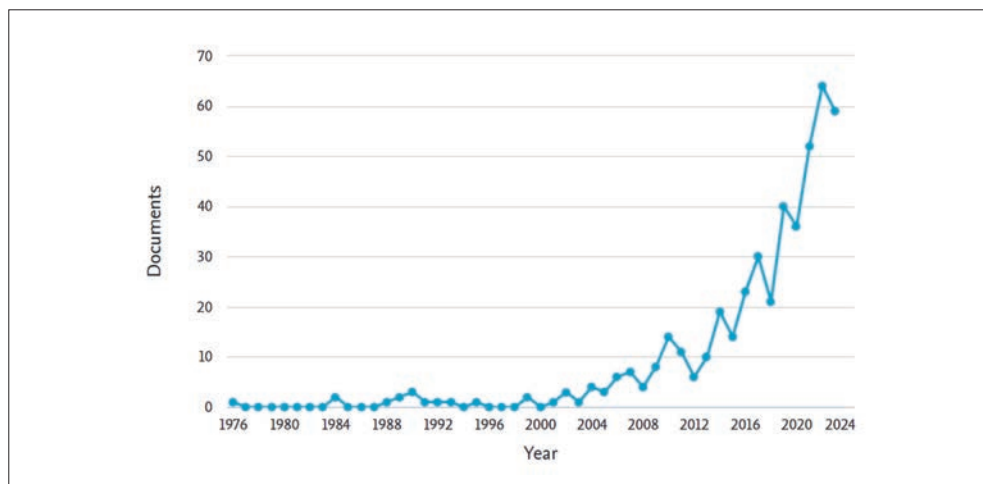
²Wcześniej nie odnotowano artykułów spełniających te kryteria.

Rycina 2. Liczba publikacji z zakresu przedsiębiorczości wiejskiej indeksowanych w bazie Scopus w latach 1976–2023

A. Wyniki wyszukiwania terminów „rural” and „entrepreneurship” w tytułach, abstraktach i słowach kluczowych



B. Wyniki wyszukiwania terminu „rural entrepreneurship” w tytułach, abstraktach i słowach kluczowych



Źródło: baza Scopus (wykresy oryginalne, wygenerowane w serwisie z danych dotyczących wyszukanych artykułów), stan na 27.11.2023 r.

Analiza danych w zakresie wyszukiwania ścisłego terminu „rural entrepreneurship” (przedsiębiorczość wiejska) w tych samych polach bazy Web of Science („topic” – tj. tytułach, abstraktach i słowach kluczowych) wskazuje, że pierwszy artykuł pojawił się w 1989 r., a do 2005 r. ich liczba nie przekraczała 5 (rycina 1B). Zawężenie wyszukiwania do tego ścisłego terminu pozwala zobaczyć, ile opublikowano artykułów, które jednoznacznie i bezpośrednio odnoszą się do przedsiębiorczości wiejskiej, a nie tylko do przedsiębiorczości jako takiej i do obszarów wiejskich. W kolejnych latach obserwuje

się dynamiczny wzrost ich liczby, do ponad 50 w 2022 r. Łącznie w latach 1989–2003³ opublikowano 407 artykułów odnoszących się do omawianego terminu w kluczowych elementach artykułów. Cytowano je łącznie ponad 5 tys. razy, a liczba cytacji wzrosła od kilku na początku XXI w. do ponad 900 w 2022 r.

W podobny sposób przedstawia się analiza liczby artykułów w bazie Scopus (rycina 2). Choć kryteria przyjmowania czasopism do tej bazy są nieco inne, trzeba zwrócić uwagę, że wiele prestiżowych czasopism z reguły jest notowanych w obydwu bazach, stąd wyniki nie mogą być rozbieżne. Łącznie w bazie Scopus indeksowanych jest blisko 2900 artykułów (rycina 2A). Tu również widać dynamiczny wzrost po 2005 r. – od kilku do blisko 350 artykułów opublikowanych w 2022 r.⁴ Warto zauważyć, że między rokiem 1976 a 2005 można wskazać lata, w których nie odnotowano artykułów związanych z przedsiębiorczością wiejską.

Zawężenie wyszukiwania do terminu „przedsiębiorczość wiejska” (*rural entrepreneurship*) wskazuje na dużo mniejszą liczbę artykułów, które opublikowano i indeksowano w latach 1976–2023⁵ w bazie Scopus (451). Oznacza to, że tylko ok. 15% artykułów odnoszących się do przedsiębiorczości i do określenia „wiejski” (*rural*) w różnych kontekstach traktuje o przedsiębiorczości wiejskiej w ścisłym rozumieniu. Podobnie jak w bazie Web of Science także w bazie Scopus obserwuje się dynamiczny wzrost liczby artykułów – od kilku rocznie w pierwszej dekadzie XXI w. do ponad 60 w 2022 r. Przeprowadzona szczegółowa analiza cytacji 451 artykułów w bazie Scopus wskazuje na dynamiczny wzrost cytacji – od kilku na początku XXI w. do ponad 1400 w 2022 r.

ZAINTERESOWANIA BADACZY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ W ŚWIETLE ANALIZY POWIĄZAŃ SŁÓW KLUCZOWYCH W PUBLIKACJACH

Analizy powiązań między słowami kluczowymi dokonano za pomocą oprogramowania VOSviewer. Jest to narzędzie służące do budowy i wizualizacji sieci bibliometrycznych (Kirby, 2023; van Eck, Waltman, 2017). VOSviewer umożliwia m.in. eksplorację tekstu, którą można wykorzystać do wizualizacji sieci współwystępowania ważnych terminów (pojęć) pochodzących z literatury naukowej. W tym wypadku wykorzystano to do analizy powiązań terminów występujących w opisywanych wyżej zbiorach artykułów zawierających termin „rural entrepreneurship” (w ścisłym rozumieniu traktowanym jako jeden nierozłączny termin) wyszukanych w bazach Web of Science i Scopus (odpowiednio 407 i 451 publikacji). Pozwala to na szybką analizę zawartości tych tekstów na podstawie częstości występowania omawianych terminów i powiązań między nimi.

Analiza powiązań terminów w artykułach z bazy Web of Science (rycina 3) pozwala wyróżnić 7 klastrów (zróżnicowanych kolorami). Najsilniejsze powiązania z „przedsiębiorczością wiejską” dotyczą „rozwoju obszarów wiejskich” (*rural development*) oraz „biznesu”/„agrobiznesu”⁶. Występują tu także silne powiązania z samą „przedsiębiorczością” i „innowacjami”, które tworzą osobne klastry powiązań (zróżnicowane kolorami na schemacie powiązań). Niewiele jest związków z interesującym z punktu widzenia celów badań „miejscem” (*place*) należącym do innego klastra powiązań, m.in. z „zakorzenieniem” (*embeddedness*), „społecznością” (*community*) i „przestrzenią”

³ Stan na 27.11.2023 r.

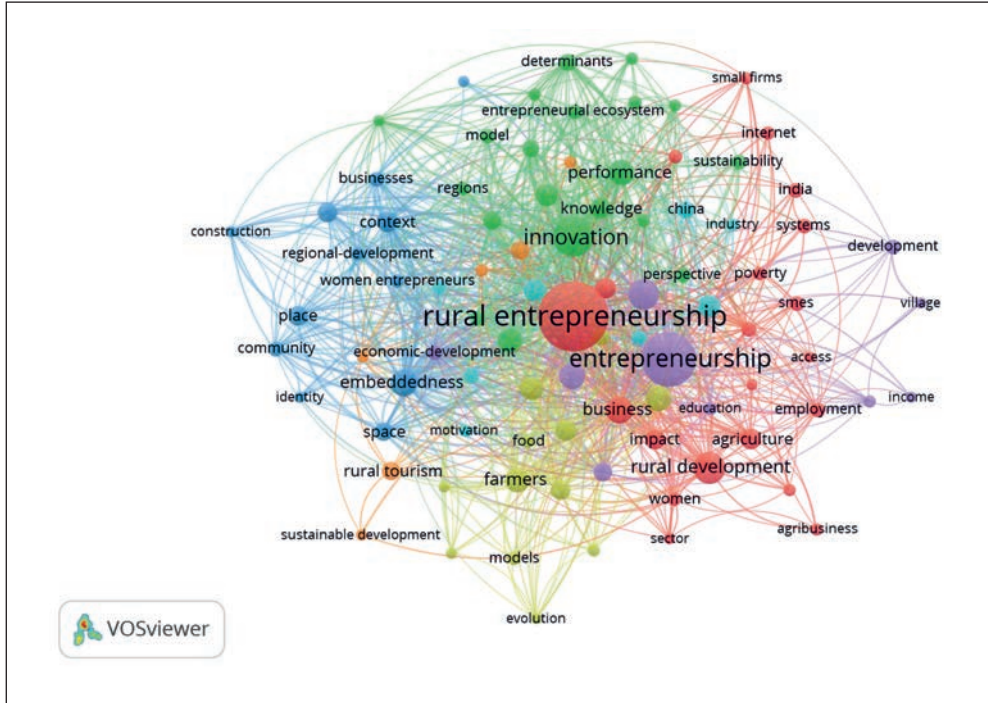
⁴ Dane za rok 2023 są niepełne ze względu na czas złożenia artykułu do druku.

⁵ Stan na 27.11.2023.

⁶ Aby obraz był czytelny, analizie poddano terminy, które mają co najmniej 5 powiązań.

(space) – oznaczonych na schemacie powiązań na niebiesko. Termin „przedsiębiorca” (*entrepreneur*) nie wykazuje powiązań z „miejscem” (*place*), istotne są natomiast związki z innymi terminami z tego klastra, szczególnie z „zakorzeniem”.

Rycina 3. Sieć współzależności między kluczowymi terminami w artykułach dotyczących przedsiębiorczości wiejskiej – baza Web of Science

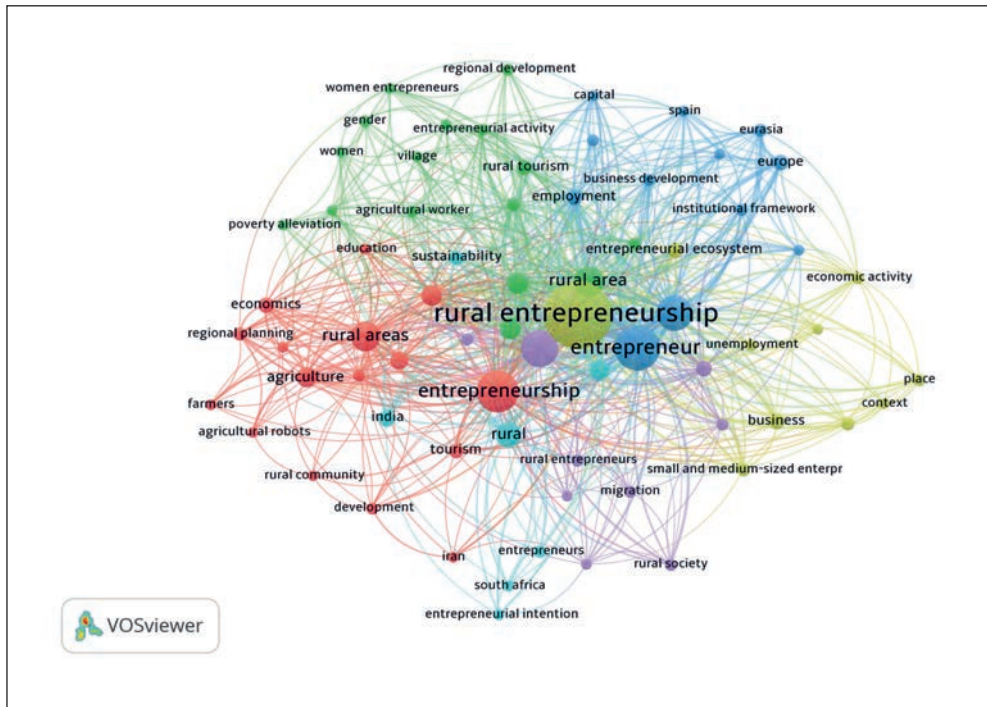


Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem oprogramowania VOSviewer oraz artykułów pochodzących z bazy Web of Science

Nieco inaczej wygląda sieć powiązań terminów występujących w artykułach z bazy Scopus (rycina 4). Termin „miejsce” został włączony do klastra „przedsiębiorczości wiejskiej” (kolor żółty), choć należy zauważyć, że powiązania między nimi nie są silne. „Przedsiębiorczość wiejska” wykazuje najsilniejsze powiązania z terminami „przedsiębiorczość”, „przedsiębiorca” (*entrepreneur*), „biznes” i „obszary wiejskie” (*rural areas*). Silne powiązania występują także między „przedsiębiorcą” a „gospodarką wiejską” (*rural economy*). W przypadku artykułów z bazy Scopus termin „przedsiębiorca” i jego powiązania mają większe znaczenie niż w bazie Web of Science.

Analiza powiązań terminów z baz artykułów będących przedmiotem naszego badania prowadzi do wniosku, że stosunkowo rzadko przedsiębiorczość wiejska jest rozpatrywana z punktu widzenia relacji przedsiębiorca (wiejski) – miejsce, choć terminy związane z miejscem, takie jak „zakorzenie”, „społeczność”, „przestrzeń”, również występują, mają one jednak niewielkie znaczenie, jeśli chodzi o częstość występowania i siłę powiązań.

Rycina 4. Sieć współzależności między kluczowymi terminami artykułów na temat przedsiębiorczości wiejskiej – baza Scopus



Źródło: opracowanie własne z wykorzystaniem oprogramowania VOSviewer oraz artykułów pochodzących z bazy Scopus

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ WIEJSKA VS. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ NA WSI – WYBRANE PROBLEMY TERMINOLOGICZNE I METODYCZNE BADAŃ

Wzrost zainteresowania problematyką przedsiębiorczości, w tym również przedsiębiorczością zakładaną i prowadzoną na obszarach wiejskich, spowodował, że badacze dostrzegli jej ogromną różnorodność i złożoność, która nie tylko wymykała się jednej uniwersalnej definicji, lecz także była niemożliwa do zbadania z użyciem jedynie prostych metod pozytywistycznych (ujęć ilościowo-opisowych). Znaczny wpływ na współczesny kierunek badań w tym zakresie wywarły zasadniczo dwa czynniki. Po pierwsze, wykrystalizowanie się na Harvardzie w latach 80. XX w. nurtu tzw. nowej socjologii gospodarki, która zrewolucjonizowała dotychczasowy sposób postrzegania człowieka i jego roli w gospodarce. Wyraziło się to odejściem od ideologii *homo oeconomicus* (człowieka ekonomicznego) na rzecz *homo sociologicus* (człowieka socjologicznego). Po drugie, dokonanie się w naukach humanistycznych na przełomie XX i XXI w. tzw. zwrotu przestrzennego (Wójcik, Suliborski, 2021), który zaowocował wzrostem zainteresowania „miejscem” jako pewną kategorią społeczno-kulturową. Nowa socjologia gospodarki, wychodząc od koncepcji człowieka socjologicznego, definiowanego jako jednostka funkcjonująca w grupie społecznej i będąca pod jej znaczącym wpływem, postrzegająca działania gospodarcze jako formę działania społecznego, a życie gospodarcze – jako pochodną

życia społecznego, rynek zaś był traktowany jako specjalna kategoria relacji społecznych i wartości kulturowych. Zdaniem przedstawicieli tego nurtu (m.in. Durkheima, Parsonsa, Webera) wszelkie działania gospodarcze są zakorzenione w sieci relacji społecznych podejmujących je jednostek, a instytucje gospodarcze są konstruktami społecznymi. Ich powstanie nie jest rezultatem działania niewidzialnej ręki rynku, jak przyjmował paradygmat utylitarny, lecz jest efektem ścierania się sprzecznych interesów agentów funkcjonujących w życiu gospodarczym (Grzesiuk, 2015: 1–2). Uznanie, że człowiek pozostający pod silnym wpływem społeczeństwa jest kreatorem wszelkich działań o charakterze gospodarczym, zwróciło uwagę badaczy z jednej strony na przestrzeń, którą kreuje, a z drugiej strony – na relacje, które są przyczyną, ale i pochodną jego działań. Tym samym istotnego znaczenia nabrała kategoria „miejsca”, która w przeciwieństwie do bezosobowej i obiektywnej przestrzeni jest przestrzenią naznaczoną wartościami i ludzkimi emocjami. Jest ono bowiem najczęściej definiowane jako przestrzeń (lokalizacja) obdarzona znaczeniem. Jak zwraca uwagę M. Lewicka (2012: 10): „miejsce tym się różni od pojęć «przestrzeni» czy «lokalizacji», że jest definiowane przez znaczenie, a więc treść”. Najtrafniej różnicę między miejscem a przestrzenią oddaje Yi-Fu Tuan (1987: 75), który, konkludując dystynkcję przestrzeni i miejsca, napisał: „zamknięta i uczłowieczona przestrzeń staje się miejscem. W porównaniu z przestrzenią miejsce jest spokojnym centrum ustalonych wartości” (Tuan, za: Wójcik, Suliborski, 2021). Warto dodać, że choć kategoria „miejsca” nadal jest trudno definiowalna, łatwiej bowiem określić to, czym nie jest, niż to, czym jest (Gieryn, 2000), wywarła ogromny wpływ na badania z zakresu przedsiębiorczości wiejskiej⁷. Przedsiębiorczość wiejska stanowi, jak podkreśla się w literaturze przedmiotu, szczególnie typ przedsiębiorczości, który nie tylko jest bardzo zróżnicowany wewnętrznie (Fortunato, 2014; Pato, Teixeira, 2016), lecz także wykazuje, jak żaden inny typ, silne związki z otoczeniem (Kalantaritis, Bika, 2006; Jack, Anderson; 2002, Baumgartner, Schulz i in., 2013; Korsgaard, Müller i in., 2015; Pato, Teixeira, 2018). Ponadto w literaturze zagranicznej podkreśla się, że przedsiębiorczość wiejska jest wytworem miejsca i sama kształtuje miejsce (Korsgaard, Müller i in., 2015). Jest też działaniem nieprzewidywalnym, opartym na zasobach endogenicznych (Cope, 2005). Wreszcie jest zupełnie różna od przedsiębiorczości miejskiej, m.in. z uwagi na dysponowanie dużo mniejszymi zasobami w zakresie technologii, kapitału ludzkiego, wsparcia biznesowego, a także odmienne motywy, które nią kierują – rzadziej nastawienie na zysk, częściej jest to wymuszone stylem życia, chęcią poprawy warunków życia czy też potrzebą zbudowania czegoś nowego (Anderson, 2000; Fortunato, 2014).

Uwypuklenie wskazanych cech dało impuls do sformułowania nowego sposobu definiowania tego zagadnienia i zarazem spowodowało powstanie dwóch osobnych pojęć opisujących ten termin – „przedsiębiorczość wiejska” i „przedsiębiorczość na wsi” (obszarach wiejskich). Pierwsze z nich oznacza zakładanie, funkcjonowanie i rozwój działalności gospodarczych (firm) osadzonych w środowisku lokalnym (na wsi, obszarach wiejskich), ze wszystkimi ich konsekwencjami, zarówno dla przedsiębiorcy, jak i dla jego firmy oraz środowiska lokalnego. Drugie z kolei oznacza lokalizację działalności gospodarczej na obszarze wiejskim (wsi; Kulawiak, Suliborski, 2023). Oznacza to, że o ile pierwszego typu działalności nie można nigdzie przenieść bez utraty jej charakteru, o tyle

⁷ Na marginesie należy zauważyć, że na wagę rozróżnienia „terytorium” i „miejsca” zwrócili uwagę także J. Rudewicz i P. Czapliński w rozważaniach na temat marketingu miejsc w ujęciu przestrzennym (Rudewicz, Czapliński, 2023).

drugi typ jest związany ze swoim otoczeniem jedynie przez fakt lokalizacji na obszarze administracyjnie uznanym za wieś / obszar wiejski. Za prekursora nowego spojrzenia na przedsiębiorczość wiejską uważa się Maxa Wortmanna Jr. (1990), który jako pierwszy zauważył i uwypuklił rolę związków i relacji zachodzących między działaniem przedsiębiorczym podejmowanym na obszarze wiejskim (wsi) przez człowieka (przedsiębiorcę) a środowiskiem, w jakim działa. Autor, wychodząc od pojęcia przedsiębiorczości wiejskiej zaproponowanej przez Fredericka i Longa (1989), definiowanego jako zjawisko powstawania nowej organizacji (firmy), która wprowadza nowy produkt, kreuje nowy rynek i świadczy na nim usługi oraz korzysta z nowych technologii w środowisku wiejskim, podkreślił szczególną rolę lokalnego środowiska wiejskiego w procesie jej powstawania, definiując przedsiębiorczość wiejską jako „zjawisko tworzenia nowej firmy, która jest związana ze środowiskiem wiejskim” (Wortmann, 1990).

Zmiana, jaka za sprawą M. Wortmanna dokonana została w rozumieniu tego pojęcia, a jednocześnie dostrzeżenie roli przedsiębiorczości w aktywizacji obszarów wiejskich (wsi), jak również potrzeba wzmocnienia badań w tym zakresie zaowocowały nie tylko wspomnianym już wzrostem liczby prac opisujących ten proces, lecz także poszukiwaniem coraz lepszych metod jej opisu i pomiaru. Rozpowszechniona w badaniach perspektywa pozytywistyczna, oparta w większości na aspektach uchwytnych i mierzalnych, w obliczu zmiany podejścia do tego zagadnienia okazała się daleko niewystarczająca, gdyż nie pozwalała w pełni zidentyfikować i oddać złożonego charakteru tego procesu. W efekcie zwrócono się w stronę ujęć humanistycznych wyrosłych z nauk społecznych, tj. socjologii, psychologii, antropologii, obecnych od wielu lat w geografii i określanych mianem geografii humanistycznej (Angiel, 2019; Jędrzejczyk, 2001; Sadoń-Osowiecka, 2019; Szkurłat, Hibszer, 2019), i zaczęto czerpać z ich aparatu metodologicznego. Na szerszą niż dotychczas skalę badacze zaczęli wykorzystywać metody opisujące związki człowieka z miejscem⁸ (jego środowiskiem życia), w tym przede wszystkim koncepcję zakorzenienia M. Granovettera (1985; 2005) i teorię strukturyzacji Giddensa (1984; Jack, Anderson, 2002; Kalantaridis, Bika, 2006).

W konsekwencji pojawiły się prace analizujące przedsiębiorczość wiejską w kontekście szeroko rozumianego otoczenia (środowiska lokalnego, w którym funkcjonuje), w tym instytucjonalnego, społecznego (Babb E., Babb S., 1992; Yang D.T. i in., 2002; McGehee, Kim, K. 2004; Richards, Bulkley, 2007; Gaddefors, Anderson, 2019) czy przestrzennego i rolniczego (Casos, 2011; Müller, Korsgaard, 2014; Korsgaard, Müller, Tanvig, 2015, Fitz-Koch i in. 2018), choć te dwa ostatnie są jeszcze słabo rozpoznane w literaturze. Jednocześnie na szerszą niż dotychczas skalę zwrócono się w kierunku niekonwencjonalnych dla badań naukowych źródeł, tj. narracji, opowiadań, esejów, które zdaniem badaczy lepiej odślawiają to, co odróżnia specyfikę przedsiębiorczości wiejskiej od przedsiębiorczości na obszarach wiejskich (Jack, Anderson, 2002)⁹. Nie oznacza to, że na gruncie literatury zagranicznej nie podejmuje się tematów z zakresu wpływu przedsiębiorczości wiejskiej na rozwój obszarów wiejskich (wsi) czy też czynników ją pobudzających lub destymulujących (Walzer, Athiyaman, Hamm, 2007; Muller, 2013). Są one

⁸Na marginesie należy zaznaczyć, że elementy takiego podejścia w znacznym stopniu zostały wdrożone w 2018 r. do podstawy programowej kształcenia geograficznego w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych (Szkurłat i in., 2018; Szkurłat, Hibszer, 2019).

⁹Źródła te są powszechnie wykorzystywane także szeroko w nurcie humanistycznym edukacji geograficznej – zob. Angiel, 2019; Sadoń-Osowiecka, 2019; Szkurłat, Hibszer, 2019. Szkurłat i in. 2018.

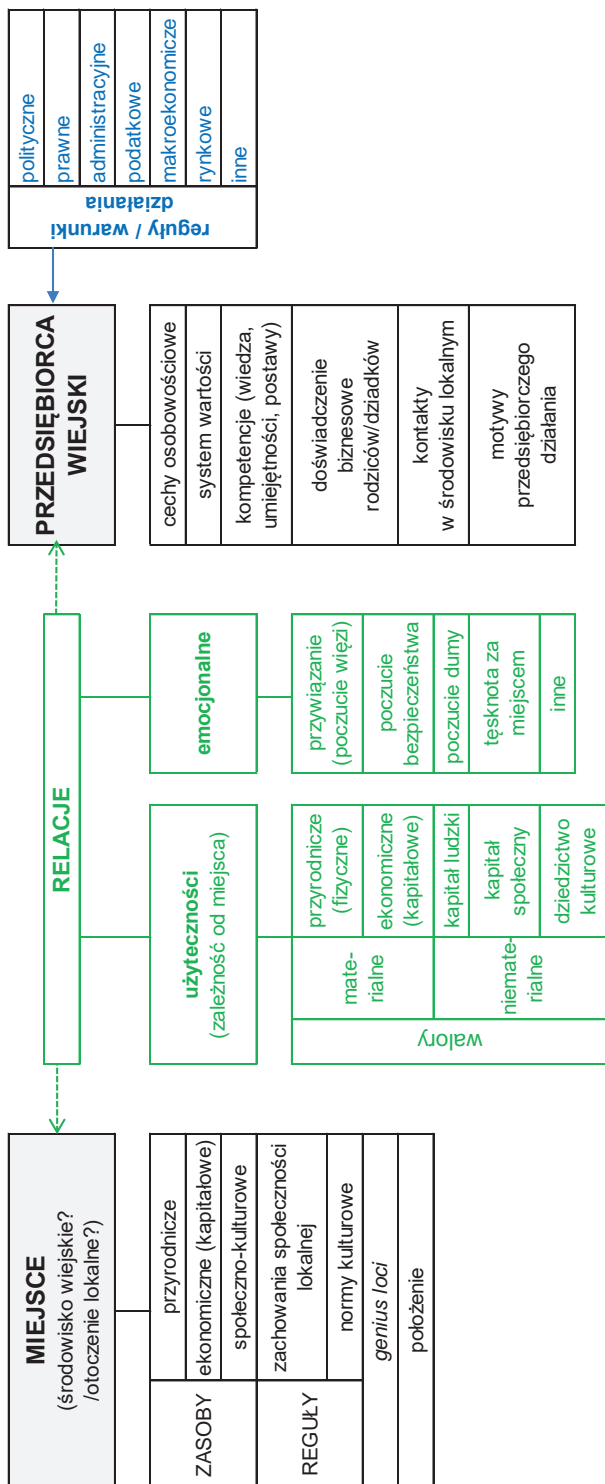
podejmowane z wykorzystaniem metod statystycznych, niemniej nie mają już charakteru dominującego. Warto dodać, że mimo upływu lat w polskiej literaturze przedmiotu, w tym również w literaturze geograficznej, termin „przedsiębiorczość wiejska” w jego dosłownym rozumieniu nie został zauważony i zaakceptowany. Pomimo iż zagadnienie to jest bardzo popularnym i interesującym tematem badań, podejście metodologiczne nie zmieniło się w ostatnich latach i przedsiębiorczość wiejska jest przez polskich badaczy traktowana tak samo jak przedsiębiorczość miejska i analizowana głównie przez pryzmat ujęć scjentystycznych (ilościowych), opierających się na dużych próbach badawczych. Zasadniczo jest więc traktowana jako pewien rodzaj aktywności ludzkiej, która stanowi część obiektywnej rzeczywistości i na swój sposób tę rzeczywistość opisuje.

W polskiej literaturze przedmiotu badania przedsiębiorczości wiejskiej koncentrują się głównie na dwóch ujęciach – procesowym i atrybutywnym. W przypadku pierwszego przedsiębiorczość jest utożsamiana z procesem zakładania nowej firmy (działalności gospodarczej) i z tego punktu widzenia przedmiotem zainteresowania badaczy są przede wszystkim jej struktura ilościowa, rodzajowa i przestrzenna oraz efekty jej działalności w postaci m.in. wpływu na rozwój społeczno-gospodarczy, w tym na wielofunkcyjny rozwój wsi i rolnictwa oraz na charakter funkcjonalny obszaru wiejskiego (Fedyszak-Radziejowska, 2000; Kłodziński, Fedyszak-Radziejowska, 2002; Rosner, 2002; Bański, 2003; Kamińska, 1996; 2004; 2011; Kłodziński, 2014; Pawlik, Dziekański, 2021; Kulawiak, 2022). Szczególnego znaczenia, zwłaszcza w kontekście znaczącej roli, jaką przypisuje się przedsiębiorczości wiejskiej w aktywizacji obszarów wiejskich, nabierają także badania nad determinantami jej rozwoju, w tym społecznymi oraz makro- i mikroekonomicznymi (Duczowska-Małysz i in., 1993; Rosner, 1993; Bański, 2015; Kłodziński, 2001; 2015; 2016, Wyszowska, 2012; Kostelska, 2022). Drugie ujęcie – atrybutywne – odnosi się do cech osobowych i psychologicznych osób wchodzących w rolę przedsiębiorcy. Badania te częściej niż przez geografów są jednak podejmowane przez socjologów, ekonomistów czy antropologów. Warto dodać, że w tej perspektywie badacze chętniej prowadzą badania na poziomie pojedynczych wsi oraz pojedynczych firm i odwołują się do metod jakościowych (społecznych), np. wywiadów, w tym pogłębionych, kwestionariuszowych oraz studiów przypadku (Falkowski, Kluba, 2004, Kata, Walenia, 2015; Jęczmyk, Maćkowiak, 2016; Halamska, 2016). Stawia się tu jednak głównie na poznanie ekonomicznych i społecznych mechanizmów powstawania i funkcjonowania firm, m.in. na przedsiębiorczość rolników. W ostatnim czasie podjęto nawet próbę wykorzystania koncepcji zakorzenienia w badaniach działalności gospodarczej na obszarach wiejskich (np. Dudek, 2011a; Dudek, 2011b; Bisaga, 2016). Wciąż jednak, w porównaniu z dorobkiem zagranicznym, prace te stanowią margines badań z zakresu przedsiębiorczości wiejskiej.

KONCEPCJA BADANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ PRZEZ PRYZMAT RELACJI PRZEDSIĘBIORCA WIEJSKI – MIEJSCE

W świetle wyników powyższego przeglądu literatury przedmiotu wyłania się konieczność poszukiwania nowych ujęć badawczych przedsiębiorczości wiejskiej opartych na modelu powiązań przedsiębiorcy wiejskiego z miejscem. Stąd w niniejszym artykule proponuje się model przedsiębiorczości wiejskiej bazujący na relacjach przedsiębiorcy wiejskiego z miejscem (rycina 5). Centralne miejsce zajmuje w nim przedsiębiorca wiejski oraz właśnie miejsce, które – jak przyjmujemy – jest czymś więcej niż tylko środowiskiem lokalnym czy przestrzenią prowadzenia biznesu. Wynika to ze specyficznych relacji,

Rycina 5. Model przedsiębiorczości wiejskiej – powiązań przedsiębiorcy wiejskiego z miejscem



Źródło: opracowanie własne autorów

jakie łączą te dwa główne elementy przedsiębiorczości wiejskiej. W dotychczasowych podejściach miejsce często było określane jako środowisko wiejskie czy otoczenie lokalne. Jednak ze względu na specyficzne więzi emocjonalne łączące je z przedsiębiorcą staje się ono „miejscem”, czyli przestrzenią w literaturze określaną jako centrum indywidualnie odczuwanych znaczeń i wartości lub też jako miejsce emocjonalnego przywiązania i odczuwanego znaczenia (Cresswell, 2004).

Owo miejsce ma określone zasoby przyrodnicze, ekonomiczne (kapitałowe) i społeczno-kulturowe, które mogą być wykorzystane do prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę wiejskiego, stając się dla niego walorami w relacji użyteczności miejsca. W miejscu możemy mówić o specyficznych regułach zachowań społeczności wiejskiej i normach kulturowych. Może mieć ono swoiste *genius loci* (ducha miejsca), które nie ogranicza się tylko do miast o bogatym dziedzictwie kulturowym. Wreszcie miejsce ma określone położenie w stosunku do sieci osadniczej, w tym dużych ośrodków miejskich, które mogą na niego w silny sposób oddziaływać.

Przedsiębiorca wiejski posiada określone cechy osobowościowe i kompetencje (wiedzę, umiejętności i postawy), które – na mocy uznawanego systemu wartości i motywów przedsiębiorczego działania – wykorzystuje w działalności gospodarczej. Szczególną rolę mogą tu odgrywać jego kontakty w środowisku lokalnym. Na działalność przedsiębiorczą może mieć silny wpływ wychowanie w określonej rodzinie, w której rodzice lub dziadkowie prowadzili biznes. Przedsiębiorca nie działa w próżni i w przestrzeni odizolowanej, dlatego wiele czynników wpływa na jego funkcjonowanie w biznesie. Są to czynniki polityczne, prawne (szczególnie z zakresu prawa gospodarczego), administracyjne (zwłaszcza sprawność działania administracji samorządu lokalnego oraz instytucji otoczenia biznesu), podatkowe (kształtowane w ramach polityki fiskalnej państwa i Unii Europejskiej), makroekonomiczne (związane z sytuacją gospodarczą w kraju, Europie i na świecie, w tym z decyzjami w zakresie polityki gospodarczej i pieniężnej podejmowanymi na szczeblu centralnym). W działalności przedsiębiorcy duże znaczenie ma także otoczenie rynkowe, w szczególności konkurencja oraz potencjalni kooperanci (dostawcy i odbiorcy towarów i usług). Czynniki te, wraz z innymi możliwymi czynnikami (do zweryfikowania w trakcie badań terenowych), składają się na reguły i warunki działania przedsiębiorcy – dlatego zostały one uwzględnione w modelu.

W proponowanym modelu przedsiębiorczości wiejskiej najważniejsze są jednak relacje zachodzące między przedsiębiorcą a miejscem (rycina 5, oznaczone na zielono). Można je podzielić na relacje emocjonalne oraz relacje użyteczności, tj. zależności od miejsca (por. Lewicka, 2012). Na relacje emocjonalne składają się m.in. przywiązanie do miejsca (poczucie więzi), poczucie bezpieczeństwa, poczucie dumy z miejsca, a także tęsknota za miejscem. Relacje użyteczności opierają się na wykorzystaniu przez przedsiębiorcę walorów miejsca – zarówno materialnych, jak i niematerialnych. Te materialne – przyrodnicze (fizyczne) i ekonomiczne (kapitałowe) – były od dawna przedmiotem zainteresowania badaczy pod kątem ich znaczenia w rozwoju przedsiębiorczości. Mniejszą wagę przywiązywano natomiast do kapitału ludzkiego i kapitału społecznego, które na obszarach wiejskich mają swoją specyfikę. Na marginesie dotychczasowych badań było także dziedzictwo kulturowe, które najczęściej identyfikowano jako ważny walor użyteczności w miastach, a nie na wsi. Wydaje się jednak, że może mieć ono coraz większe znaczenie, szczególnie w kontekście możliwości wykorzystania specyficznych walorów niematerialnego dziedzictwa kulturowego lokalnych społeczności. Proponowany autorski

model może być weryfikowany empirycznie oraz stanowić wzorzec do dalszych badań przedsiębiorczości wiejskiej.

KRYTERIA DEFINIOWANIA PRZEDSIĘBIORCY WIEJSKIEGO

Obszary wiejskie ze względu na swoją specyfikę, tj. działalność rolników, reprezentujących głównie pierwszy sektor gospodarki, rzadziej niż miasta są terenem prowadzenia pozarolniczej działalności gospodarczej. Ponadto rolnicy niemający zarejestrowanej działalności gospodarczej mogą wykazywać się przedsiębiorczością. Trzeba też zauważyć, że na gruncie prawnym (ustawa *Prawo przedsiębiorców*) przedsiębiorcą jest nie tylko człowiek, osoba fizyczna, lecz także osoba prawna i inne jednostki organizacyjne, którym odrębne przepisy przyznają zdolność prawną. Jest oczywiste, że w badaniach przedsiębiorczości wiejskiej, opartej m.in. na relacjach emocjonalnych z miejscem, nie można przyjąć tak szerokiej definicji. Z tego względu w celu realizacji dalszych badań empirycznych konieczne jest ustalenie, kogo należy uznać za przedsiębiorcę wiejskiego. Proponujemy przyjęcie kryteria, na mocy których przedsiębiorcą wiejskim jest osoba:

1. a) mająca zarejestrowaną indywidualną działalność gospodarczą i prowadząca ją samodzielnie bądź jako współnik spółki cywilnej
lub
b) będąca współnikiem spółki osobowej (jawnej, partnerskiej, komandytowej, komandytowo-akcyjnej), przy czym w przypadku spółki komandytowej i komandytowo-akcyjnej osoba ta pełni funkcję komplementariusza, czyli współnika prowadzącego sprawę spółki i odpowiadającego swoim majątkiem z tytułu zobowiązań (a więc niebędąca komandytariuszem/akcjonariuszem, wnoszącym wyłącznie kapitał)
lub
c) będąca współnikiem/akcjonariuszem spółki kapitałowej (z o.o., SA, lub PSA – prostej spółki akcyjnej), a zarazem członkiem zarządu (lub rady dyrektorów w przypadku PSA, jeśli ma ona monoistyczny model zarządzania – bez zarządu i rady nadzorczej),
2. mieszkająca na terenie gminy wiejskiej lub miejsko-wiejskiej (może dotyczyć obszaru miasta w tego typu gminie, ale nie w gminie miejskiej),
3. mająca siedzibę / miejsce rejestracji działalności na terenie gminy wiejskiej lub miejsko-wiejskiej (może znajdować się na obszarze miasta w tego typu gminie miejsko-wiejskiej);
4. prowadząca faktyczną działalność gospodarczą na wsi w gminie zamieszkania (tj. w gminie wiejskiej albo obszarze wiejskim gminy miejsko-wiejskiej), przy czym:
 - nie ma znaczenia profil działalności (niezależnie od kodu PKD przeważającej działalności – akceptuje się także te z sekcji A, czyli rolnictwo, leśnictwo i rybactwo),
 - działalność może być prowadzona także poza wsią, pod warunkiem, że jest prowadzona w co najmniej jednej wsi.

Takie podejście wynika z przyjętego założenia, że należy badać realnych przedsiębiorców wiejskich, prowadzących działalność gospodarczą (zatem sama rejestracja nie wystarczy – musimy mieć do czynienia z przejawem faktycznej działalności). Dopuszczamy badanie przedsiębiorców, których działalność jest czasowo zawieszona, jednak tylko wtedy, gdy przedsiębiorca prowadził wcześniej faktyczną działalność i zadeklarował chęć jej dalszego prowadzenia (odwieszenia najpóźniej w perspektywie roku). Wykluczenie

komandytariuszy w spółkach komandytowych i akcjonariuszy w spółkach komandytowo-akcyjnych oraz wspólników/akcjonariuszy spółek kapitałowych, jeśli nie są członkami organów zarządzających, ma na celu identyfikację takich osób, które realnie prowadzą działalność gospodarczą, a nie tylko mają udziały w spółkach, nie odpowiadając za ich bieżące funkcjonowanie. W toku badań wyżej wymienione kryteria mogą ulec pewnym praktycznym modyfikacjom. W wypadku dużego zróżnicowania wielkościowego przedsiębiorstw można je podzielić – według kryteriów unijnych, wynikających z *Prawa przedsiębiorców* – na mikro, małe, średnie i pozostałe (duże), zgodnie z przyjętymi zasadami ustalania ich wielkości (w tej sytuacji ze względów praktycznych, tj. częstego braku możliwości otrzymania danych finansowych, można ograniczyć się do jednego kryterium – wielkości zatrudnienia).

WNIOSKI KOŃCOWE

Przedstawiona analiza literatury przedmiotu wskazuje na znaczny wzrost zainteresowania problematyką przedsiębiorczości wiejskiej po 2005 r. oraz na konieczność odróżnienia przedsiębiorczości wiejskiej od przedsiębiorczości prowadzonej na wsi (obszarach wiejskich). Pomocne może być w tym traktowanie wsi nie tylko jako środowiska lokalnego – przestrzeni do prowadzenia biznesu, lecz także jako miejsca w rozumieniu przedstawionym w niniejszym artykule.

Zaproponowany model może stanowić wzorzec badawczy, który będzie możliwy do weryfikacji w toku badań empirycznych. Badania prowadzone w jego ramach powinny – w naszej opinii – dać odpowiedź na trzy podstawowe pytania:

- czy dla przedsiębiorcy środowisko lokalne jest miejscem („przedsiębiorczość wiejska”) czy tylko przestrzenią dla prowadzenia biznesu („przedsiębiorczość na wsi”),
- jaka jest rola miejsca i przedsiębiorcy wiejskiego oraz relacji między nimi w kształtowaniu przedsiębiorczości wiejskiej,
- jakie relacje (emocjonalne i użyteczności miejsca) zachodzą między przedsiębiorcą wiejskim a miejscem.

Powyższy model pozwala określić czynniki związane z relacjami przedsiębiorcy z miejscem, które determinują i ograniczają rozwój przedsiębiorczości wiejskiej. Takie podejście badawcze powinno mieć walor aplikacyjny, tj. udzielać odpowiedzi na pytanie o to, w jaki sposób należy wspierać przedsiębiorczość wiejską, może również stanowić pomoc dla decydentów (głównie władz samorządowych, szczególnie gmin wiejskich) w sformułowaniu lepszych dokumentów planistycznych i strategicznych. W toku dalszych prac autorzy, na podstawie kwestionariuszy ankiety i wywiadów pogłębionych, zamierzają zweryfikować ten model w praktyce. Po ewentualnych modyfikacjach wynikających z badań empirycznych może on stanowić, jak się wydaje, klucz do zrozumienia istoty funkcjonowania przedsiębiorczości wiejskiej, a także wzorzec dla innych badaczy.

Literatura References

Amofah, K., Saladrigues, R. (2022). Impact of attitude towards entrepreneurship education and role models on entrepreneurial intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11, 36. doi: <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00197-5>

- Anderson, A.R. (2000). The protean entrepreneur: the entrepreneurial process as fitting self and circumstance. *Journal of Enterprising Culture*, 8(3), 201–234.
- Angiel, J. (2019). O potrzebie edukacji geograficznej na rzecz odnajdywania tożsamości miejsc i tworzenia ładu przestrzennego. „Czytanie” i „pisanie” krajobrazu. *Prace Komisji Edukacji Geograficznej*, 9, 33–47.
- Babb, E.M., Babb, S.V. (1992). Psychological traits of rural entrepreneurs. *Journal of Socio-Economics*, 21, 353–362.
- Bağış, M., Kurutkan, M.N., Kryeziu, L. (2023). *Entrepreneurship Studies in Türkiye: Where are We? Where Should We Go? Analysis of International Publications*. W: V. Ramadani, S. Kjosev, S., B.S. Sergi (Ed.), *Entrepreneurship Development in the Balkans: Perspective from Diverse Contexts (Lab for Entrepreneurship and Development)*. Leeds: Emerald Publishing Limited, 275–302.
- Baharuddin, G., Rahman, A.A. (2021). What is the most effective antecedent for developing entrepreneurial intention among Muslim youth in Indonesia? *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(1), 75–88. doi: <https://doi.org/10.15678/EBER.2021.090105>
- Bański, J. (2003). Pozarolniczy rozwój gospodarczy na obszarach wiejskich w Polsce. *Przegląd Geograficzny*, 75(2), 385–401.
- Bański, J. (2015). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na wsi – wybrane zagadnienia. *Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich*, 102(1), 59–69.
- Baumgartner, D., Schulz, T. (2013). Quantifying entrepreneurship and its impact on local economic performance: A spatial assessment in rural Switzerland. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(3–4), 225–250. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2012.710266>
- Bergevoet, R.H.M., Ondersteijn, C.J.M., Saatkamp, H.W., Van Woerkum, C.M.J., Huirne, R.B.M. (2004). Entrepreneurial behaviour of Dutch dairy farmers under a milk quota system: Goals, objectives and attitudes. *Agricultural Systems*, 80(1), 1–21.
- Bisaga, A. (2016). Zakorzenie gospodarstw rolnych w lokalnych (regionalnych) systemach biobiznesu – uwarunkowania instytucjonalne w województwie opolskim. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, 18(5), 17–22.
- Cope, J. (2005). Researching entrepreneurship through phenomenological inquiry. *International Small Business Journal*, 23(2), 387–395.
- Creswell, T. (2004). *Place. A short introduction*. Oxford: Blackwell Publishing
- Díaz-García, M.C., Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261–283. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0103-2>
- Duczowska-Małysz, K., Małysz, J., (1993). Mikroekonomiczne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości. W: K. Duczkowska-Małysz (red.), *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. W stronę wsi wielofunkcyjnej*, Warszawa: PAN IRWiR, 23–42.
- Dudek, M. (2011a). Przedsiębiorczość w perspektywie koncepcji zakorzenia działania ekonomicznego. *Studia Socjologiczne*, 4(203), 155–175.
- Dudek, M. (2011b). Rolnictwo a koncepcja zakorzenia działania ekonomicznego. *Stowarzyszenie ekonomistów rolnictwa i agrobiznesu. Roczniki Naukowe*, XIII(2), 87–91.
- Falkowski, J., Kluba, M. (2004). Uwarunkowania aktywności pozarolniczej gospodarstw rolnych w świetle badań ankietowych. W: *Pozarolnicza działalność gospodarcza na obszarach wiejskich*, 151–162.
- Fedyszak-Radziejowska, B. (2000). Społeczność lokalna a rozwój przedsiębiorczości. W: M. Kłodziński, A. Rosner (red.), *Rozwój przedsiębiorczości na terenach wiejskich wschodniego i zachodniego pogranicza*. Warszawa: IRWiR PAN.
- Fortunato, M. (2014). Supporting rural entrepreneurship: a review of conceptual developments from research to practice. *Community Development*, 45(4), 387–408. doi: <https://doi.org/10.1080/15575330.2014.935795>
- Frederick, M., Long, C.A. (1989). Entrepreneurship theories and their use in rural development, bibliographies and literature of agriculture. *Economic Research Service, US Department of Agriculture*, 74.
- Gaddefors, J., Anderson, A.R. (2019). Romancing the rural: Reconceptualising rural entrepreneurship as engagement with context(s). *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(3), 159–169.

- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.
- Gieryn, T.E. (2000). A space for place in sociology. *Annual Review of Sociology*, 26, 463–496.
- Ğłodowska, A., Wach, K. (2022). Entrepreneurship research in Central and Eastern Europe: A systematic literature review and bibliometric analysis. *Journal of International Studies*, 15(3), 201–214. doi: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2022/15-3/14>
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Granovetter, M. (2005). The Impact of Social Structure on Economic Outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33–50.
- Grzesiuk, K. (2015). Marka Granovettera koncepcja zakorzenienia gospodarki. W: ks. S.Fel (red.), *Gospodarka osadzona społecznie. Wybrane kierunki badań w obszarze społeczno-gospodarczym*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- Halamska, M. (2016). Struktura społeczno-zawodowa ludności wiejskiej w Polsce i jej przestrzenne zróżnicowanie. *Więś i Rolnictwo*, 1(170), 59–85.
- Jack, S.L., Anderson A.R. (2002). The Effects of Embeddedness upon the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 467–487.
- Jęczmyk, A., Maćkowiak, M. (2016). Przedsiębiorczość jako istotna cecha w tworzeniu produktów turystyki wiejskiej. *Turystyka i Rozwój Regionalny*, 6, 35–45.
- Jędrzejczyk, D. (2001). *Wprowadzenie do geografii humanistycznej*. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych.
- Kalantaridis, Ch., Bika, Z. (2006). Local embeddedness and rural entrepreneurship: case study evidence from Cumbria, England. *Environment and Planning*, 38, 1561–1579. doi: <https://doi.org/10.1068/a3834>
- Kamińska, W. (2011). Pozarolnicza aktywność gospodarcza osób fizycznych na obszarach wiejskich w Polsce. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 133, 103–127.
- Kamińska, W. (1996). *Rozwój i przemiany struktury przestrzennej indywidualnej działalności gospodarczej w rejonie kieleckim*. Kielce: Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. Jana Kochanowskiego.
- Kamińska, W. (2004). Przedsiębiorczość osób fizycznych na obszarach wiejskich w 2003 roku. *Studia Obszarów Wiejskich*, 5, 23–35.
- Kata, R. (2010). Korzystanie przez rolników i przedsiębiorców wiejskich z usług bankowych – analiza preferencji i ograniczeń. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, 1.
- Kata, R., Walenia, A. (2015). Wykluczenie finansowe rolników i przedsiębiorców wiejskich. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 2, 36.
- Kilar, W., Rachwał, T. (2014). Postrzeganie zakładania własnej działalności gospodarczej jako przejaw postawy przedsiębiorczej studentów kierunków nieekonomicznych. *Horyzonty Wychowania*, 13(28), 111–130.
- Kirby, A. 2023. Exploratory Bibliometrics: Using VOSviewer as a Preliminary Research Tool. *Publications*, 11, 10. doi: <https://doi.org/10.3390/publications11010010>
- Kłodziński, M., Fedyszak-Radziejowska, B. (2002). Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i w krajach UE. Problemy rozwoju wsi i rolnictwa. Warszawa: IRWiR PAN.
- Kłodziński, M. (2001). Bariery i priorytety w rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej. *Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej im. H. Kołłątaja w Krakowie*, 78, 1, 215–226.
- Kłodziński, M. (2014). Przedsiębiorczość pozarolnicza na wsi w procesie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. *Więś i Rolnictwo*, 162(1), 97–112.
- Kłodziński, M. (2015). Zagrożenia i szanse stojące przed rozwojem sektora przedsiębiorczości wiejskiej. *Więś i Rolnictwo*, 167(2), 125–138.
- Kłodziński, M. (2016). Bariery rozwoju obszarów wiejskich ze szczególnym uwzględnieniem sektora małej i średniej przedsiębiorczości. *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN*, 167, 285–301.
- Korsgaard, S., Müller, S., Tanvig, H.W. (2015). Rural entrepreneurship or entrepreneurship in the rural-between place and space. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(1), 5–26. doi: <http://doi.org/10.1108/IJEER-11-2013-0205>
- Kostetska, I. (2022). Znaczenie funkcjonowania rolniczych grup producenckich w rozwoju obszarów wiejskich Ukrainy. *Przegląd Europejski*, 1, 119–131.

- Kulawiak, A., Suliborski, A., Rachwał, T. (2022). Research on rural entrepreneurship in terms of the literature: Definition problems and selected research issues. *Quaestiones Geographicae*, 41(2), 7–19. doi: <https://doi.org/10.2478/quageo-2022-0020>
- Kulawiak, A., Suliborski, A. (2023). Geograficzne ujęcie przedsiębiorczości wiejskiej – założenia kompleksowej koncepcji badań. *Czasopismo Geograficzne*, 94(4).
- Kulawiak, A. (2022). Pozarolnicza działalność gospodarcza a rozwój społeczno-gospodarczy gmin wiejskich województwa łódzkiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 18(1), 64–78.
- Kwaku, A., Dziwornu, M.G., Rachwał, T., Saladrignes, R., Agyarko-Fosu, F. (2023). Transition from entrepreneurial education to entrepreneurial intention: a cross-cultural effect. *Czasopismo Geograficzne / Geographical Journal*, 94(3), 481–502. doi: <https://doi.org/10.12657/cza-geo-94-20>
- Lewicka, M. (2012). *Psychologia miejsca*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar.
- Liñán, F., Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907–933.
- Marín-Palacios, C. (2023). Female entrepreneurship in family business: bibliographic analysis. *Journal of Family Business Management*, 13(3), 552–578. doi: <https://doi.org/10.1108/JFBM-04-2022-0061>
- McGehee, N.G., Kim, K. (2004). Motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Journal of Travel Research*, 43, 161–170.
- Müller, S. (2013). *Entrepreneurship and regional development – on the interplay between agency and context*, PhD thesis. Department of Business Administration, Aarhus University, Aarhus.
- Müller, S., Korsgaard, S. (2014). Re(sources) of opportunities: the role of spatial context for rural entrepreneurship. *Academy of Management annual Meeting*, 1–5, August.
- Mulltan, E., (2015). Przedsiębiorczość rolników indywidualnych w Polsce – stan i kierunki rozwoju. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, Administracja i Zarządzanie*, 34, 175–183.
- Pato, L., Teixeira, A.A. (2018). Rural entrepreneurship: the tale of a rare event. *Journal of Place Management and Development*, 11(1), 46–59.
- Pato, M.L., Teixeira, A.A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3–28.
- Pawlik, A., Dziekański, P. (2021). Entrepreneurship as the basis for the development of rural communes in Eastern Poland. *Baltic Journal of Economic Studies*, 7(2), 1–11.
- Płaziak, M., Rachwał, T. (2015). „Przedsiębiorczy region” – zarys koncepcji w świetle analizy roli przedsiębiorczości w krajowej strategii rozwoju regionalnego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 37–49.
- Płaziak, M., Szymańska, A.I. (2015). Uwarunkowania działalności przedsiębiorców i rolników na placach targowych na przykładzie Nowej Huty. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 203–217.
- Rachwał, T. (2018). Research issues of the function of entrepreneurship in the socio-economic development of spatial systems in Polish economic geography. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego [Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society]*, 32(4), 149–162. doi: <https://doi.org/10.24917/20801653.324.9>
- Rachwał, T., Wach, K. (2016). Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankietyzacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 405–415. doi: <https://doi.org/10.24917/20833296.12.30>
- Rantanen, T., Pawlak, A., Toikko, T. (2015). The Significance of Social Welfare Attitudes in Young People’s Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(1), 43–60. doi: <https://doi.org/10.15678/EBER.2015.030104>
- Reissová, A., Šimsová, J., Sonntag, R., Kučerová, K. (2020). The influence of personal characteristics on entrepreneurial intentions: International comparison. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 29–46. doi: <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080402>
- Richards, S.T., Bulkeley, S. (2007). *Agricultural entrepreneurs: The first and the forgotten?* Washington, DC: The Hudson Institute.

- Rosner, A. (1993). Demograficzne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na terenach wiejskich. W: K. Duczkowska-Małysz (red.), *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. W stronę wsi wielofunkcyjnej*, Warszawa: PAN IRWiR, 147–156.
- Rosner, A. (2002). Przedsiębiorczość wiejska a lokalny rynek pracy. W: M. Kłodziński, B. Fedyszak-Radziejowska (red.), *Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i w krajach UE. Problemy rozwoju wsi i rolnictwa*. Warszawa: IRWiR PAN.
- Rudewicz, J., Czapliński, P. (2023). *Marketing miejsc. Ujęcie przestrzenne*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Sadoń-Osowiecka, T. (2019). Dydaktyczne możliwości humanistycznych ujęć geografii. *Prace Komisji Edukacji Geograficznej*, 9, 23–32.
- Sikorska-Wolak, I. (2011). Dywersyfikacja ekonomiczna gospodarstw rolnych jako przejaw przedsiębiorczych zachowań rolników. *Zeszyty Naukowe SGGW – Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 93, 29–42.
- Szeląg-Sikora, A., Oleksy-Gębczyk, A. (2013). Grupy producenckie przykładem przedsiębiorczości zespołowej w rolnictwie. *Zarządzanie i Finanse*, 2(1), 341–351.
- Szkurlat E., Hibszer, A., Piotrowska, I., Rachwał, T. (2018). Podstawa programowa geografii źródłem nauczycielskich wyzwań. *Prace Komisji Edukacji Geograficznej*, 8, 13–31.
- Szkurlat, E., Hibszer, A. (2019). W stronę ujęć humanistycznych w edukacji geograficznej. *Prace Komisji Edukacji Geograficznej*, 9, 11–22.
- Tuan, Y-F. (1987). *Przestrzeń i miejsce*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- van Eck, N.J., Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053–1070. doi: <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2300-7>
- Wach, K., Wojciechowski, L. (2016). Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 83–94. doi: <https://doi.org/10.15678/EBER.2016.040106>
- Walzer, N., Athiyaman, A., Hamm, G. F. (2007). Entrepreneurship and small business growth. In: N. Walzer (Ed.), *Entrepreneurship and local economic development*. Landham, MD: Lexington Books, 59–80.
- Wannamakok, W., Chang, Y.-Y., Täks, M. (2020). The Relationship between Institutional Environments and Entrepreneurial Intention in Estonia: Mediating Roles of Desirability and Feasibility. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(2), 111–126. doi: <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080206>
- Wójcik, M., Suliborski, A. (2021). Geografia człowieka. W poszukiwaniu pojęcia „miejsce”. *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 56, 9–29. doi: <https://doi.org/10.14746/rprp.2021.56s.03>
- Wortman, M.S., Jr. (1990). Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field. *Agrobusiness*, 6(4), 329–344.
- Wyszkowska, Z. (2012). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 3(25), 299–307.
- Yang, D.T., An, M.Y. (2002). Human capital, entrepreneurship, and farm household earnings. *Journal of Development Economics*, 68, 65–88.
- Zawisza, S. (2010). *Perspektywy rozwoju grup producentów rolnych – szanse i zagrożenia*. Bydgoszcz: Wydawnictwo Uczelniane Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego w Bydgoszczy.
- Zioło, Z., Rachwał, T. (2012). Entrepreneurship in geographical research. W: P. Churski (red.), *Contemporary Issues in Polish Geography*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 135–155.
- Zioło, Z. (2015). Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego układów przestrzennych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 8–23.

Anita Kulawiak, doktor Nauk o Ziemi w zakresie geografii społeczno-ekonomicznej, absolwentka, a następnie adiunkt w Katedrze Geografii Regionalnej i Społecznej UŁ. Autorka publikacji z zakresu przedsiębiorczości, rozwoju regionalnego i lokalnego, a także polityki regionalnej. Zainteresowania badawcze autorki oscylują wokół wielu problemów związanych z szeroko rozumianą geografią społeczną oraz regionalną. Przede wszystkim dotyczą problematyki przedsiębiorczości, w tym przedsiębiorczości wiejskiej rozumianej od strony zarówno procesualnej (zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej), jej zróżnicowania przestrzennego oraz czynników warunkujących jej rozmieszczenie, jak i atrybutywnej – jako cecha ludzka. Poza zagadnieniami dotyczącymi przedsiębiorczości prace autorki poruszają zagadnienia związane

z przestrzenią publiczną miasta, placami targowymi oraz tożsamością terytorialną. Autorka opublikowała ponad 40 artykułów naukowych.

Anita Kulawiak, PhD in Earth Sciences in the field of socio-economic geography, graduate and then employee of the Department of Regional and Social Geography of the University of Lodz. The author of publications in the field of entrepreneurship, regional and local development, as well as regional policy. The author's research interests oscillate around many problems related to broadly understood social and regional geography. First of all, they relate to entrepreneurship issues, including rural entrepreneurship, understood in terms of processes (establishing and running a business), spatial diversity and factors determining its distribution, and in attributive terms – as a human trait. In addition, the author's works oscillate around issues related to the city's public space, market squares and territorial identity. The author has published over 40 scientific articles.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7458-0330>

Adres / Address:

Uniwersytet Łódzki
Wydział Nauk Geograficznych
Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej
ul. Kopcińskiego 31
90-142 Łódź, Polska
e-mail: anita.kulawiak@geo.uni.lodz.pl

Tomasz Rachwał, dr hab., profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie – Katedra Handlu Zagranicznego oraz Centrum Przedsiębiorczości Strategicznej i Międzynarodowej, wiceprzewodniczący Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, członek Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego, redaktor i członek rad redakcyjnych kilku czasopism naukowych, autor podręczników do geografii i przedsiębiorczości. Jego zainteresowania badawcze koncentrują się przede wszystkim na zagadnieniach związanych z przedsiębiorczością i jej rolą w rozwoju lokalnym i regionalnym, przemianami struktur przestrzennych i działowych przemysłu w Polsce na tle innych krajów, międzynarodowymi i krajowymi uwarunkowaniami rozwoju różnych działów działalności gospodarczej, a także z edukacją geograficzną i w zakresie przedsiębiorczości. Opublikował ponad 200 prac dotyczących tej tematyki.

Tomasz Rachwał, PhD, professor of Krakow University of Economics – Department of International Trade & Centre for Strategic and International Entrepreneurship, Deputy Chair of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society, editor and member of the editorial board of several journals, author of textbooks for geography and entrepreneurship. His research interests focus primarily on the issues of entrepreneurship and its role in local and regional development, changes in spatial and branch structures of industry in Poland and other countries, the international and domestic determinants for the development of various branches of industrial activity, as well as geographical and entrepreneurship education. He has published over 200 papers in these fields.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2232-591X>

Adres / Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Katedra Handlu Zagranicznego
ul. Rakowicka 25
31-510 Kraków, Polska
e-mail: Tomasz.Rachwal@uek.krakow.pl