

Karolina KRYSIAK*

WPLYW INWESTYCJI I USŁUG TURYSTYCZNYCH NA ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W GMINIE UNIEJÓW

Zarys treści: Celem artykułu jest wykazanie, czy inwestycje i usługi turystyczne funkcjonujące i rozwijające się na terenie Uniejowa wywierają faktyczny wpływ na rozwój przedsiębiorczości w gminie. Aby ten cel osiągnąć wśród uniejowskich przedsiębiorców zostało przeprowadzone badanie kwestionariuszowe, które pozwoliło na zebranie opinii odnośnie kształtowania nowych dróg rozwoju przedsiębiorczości w gminie oraz dokonania oceny gminy Uniejów pod kątem rozwoju przedsiębiorczości. Ponadto przeprowadzono również osobny, pogłębiony wywiad kwestionariuszowy z Panią Prezes Uniejowskiego Stowarzyszenia Przedsiębiorców Turystycznych (USPT). Wywiad oraz badanie kwestionariuszowe zostały uzupełnione badaniami terenowymi polegającymi na obserwacji i analizie istniejącego zagospodarowania terenu pod kątem stopnia zaawansowania i rozwoju występującej oraz projektowanej infrastruktury i bazy turystycznej.

Badania potwierdziły, że inwestycje i usługi turystyczne istniejące i rozwijające się w Uniejowie wywierają faktyczny wpływ na rozwój przedsiębiorczości w gminie.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, inwestycje turystyczne, Uniejów, usługi turystyczne, badania społeczne

WPROWADZENIE

W literaturze istnieje wiele definicji turystyki. Według jednej z nich turystykę należy uznać za zjawisko wielopłaszczyznowe, o wymiarze społecznym, obejmujące wszystkie formy ruchliwości przestrzennej wynikające z potrzeb człowieka i chęci ich zaspokojenia, powiązane z dobrowolną, czasową zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia oraz z wejściem w styczność osobistą

* Karolina Krysiak, mgr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Nauk Geograficznych, 90-139 Łódź, ul. Narutowicza 88, e-mail: karolinakrysiak5@gmail.com.

ze środowiskiem odwiedzanym (przyrodniczym, kulturowym bądź społecznym), zawierające w sobie różnorodne dziedziny życia i stanowiące przedmiot zainteresowania wielu nauk¹. Kolejne zaś zwracają uwagę na ekonomiczny wymiar turystyki, jako elementu gospodarki, który kształtuje mechanizmy rynkowe i który tworzy część PKB, podkreślając tym samym znaczenie fundamentalnej, globalnej siły ekonomicznej jaką stanowi ona dla współczesnego świata.

Wszystkie ww. podejścia łączy jednak definicja zaproponowana przez S. Liszewskiego, który turystykę uważa za *zjawisko przestrzenne, społeczno-kulturowe i ekonomiczne, polegające na dobrowolnej, czasowej zmianie miejsca stałego pobytu człowieka w celach wypoczynkowych, poznawczych oraz doznania przeżyć intelektualnych i emocjonalnych*. Ta definicja wydaje się być najbardziej trafna. Zwraca bowiem uwagę na złożoność zjawiska jakim jest turystyka².

Niewątpliwy jest bowiem fakt, iż turystyka związana jest bezpośrednio z występowaniem infrastruktury turystycznej, poprzez którą rozumieć należy wszelkiego rodzaju obiekty oraz urządzenia turystyczne, które mają na celu obsługę przyjeżdżających na dany obszar turystów – zaspokajanie ich potrzeb związanych z bierną oraz aktywną turystyką. Składają się na nią baza noclegowa (hotele, hostele, pensjonaty, pokoje gościnne, gospodarstwa agroturystyczne, schroniska turystyczne, apartamenty, domy wycieczkowe, domki wczasowe, kempingi, chatki studenckie, itd.), baza gastronomiczna (restauracje, bary, pijalnie, zajazdy, kawiarnie, puby, itd.), obiekty sportowe (hale sportowe, korty tenisowe, itd.), obiekty kultury (galerie, wystawy, itd.) oraz szlaki piesze, rowerowe oraz inne trasy. Jednym z tradycyjnych efektów rozwoju i tworzenia się infrastruktury turystycznej jest również organizacja centrów, lub ośrodków turystycznych o charakterze wczasowym i wypoczynkowym. Ośrodki takie na ogół związane są z geograficznym położeniem danej miejscowości lub regionu (krajobraz, przyroda, ekologia), specyficznym klimatem lub mikroklimatem, rozbudowaną bazą ekonomiczną wspomagającą turystów i rozwój turystyki (hotelarstwo, restauracje, letniska, obiekty sportowe, rozrywka).

Pojęciem „usługi turystyczne” określane są usługi przewodnickie, usługi hotelarskie oraz wszystkie inne usługi świadczone turystom lub odwiedzającym. Usługi turystyczne to usługi transportowe, obejmujące transport samochodowy, autokarowy, kolejowy, lotniczy, żeglugę pasażerską, wynajem samochodów i przyczep kempingowych, komunikację miejską, usługi parkingowe, pomoc drogową, usługi noclegowe w hotelach, motelach, pensjonatach, kempingach, domach wycieczkowych, schroniskach, schroniskach młodzieżowych, kempingach, polach biwakowych, gospodarstwach agroturystycznych, ośrodkach wczasowych, usługi gastronomiczne, realizowane w restauracjach, barach, kawiarniach, pubach, usługi

¹ K. Przeclawski, *Turystyka a wychowanie*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1973, s. 68.

² S. Liszewski, *Przestrzeń turystyczna*, „Turizm”, t. 5, s. 88–95.

rezerwacyjne, obejmujące rezerwację biletów lotniczych, kolejowych, autobusowych, wycieczek, biletów wstępu, usługi pośredników i organizatorów turystyki, przewodnickie i pilotażowe, informacyjne, ubezpieczeniowe, handlowe, kulturalno-rozrywkowe, sportowo-rekreacyjne oraz infrastrukturalne, np. bankowe, pocztowe, rzemieślnicze (np. fotograficzne)³.

Usługi turystyczne dzieli się również na podstawowe, obejmujące świadczenia umożliwiające turystom dojazd, pobyt i powrót oraz komplementarne, ułatwiające dostęp do atrakcji turystycznych, np. usługi przewodnickie, wyciągi, wypożyczalnie sprzętu⁴.

Usługi turystyczne służą zaspokajaniu potrzeb turystów. Teoria potrzeb opracowana przez amerykańskiego psychologa A.H. Masłowa zakłada, że potrzeby ludzkie są uszeregowane według hierarchii ważności⁵. Potrzeby na wyższym poziomie mogą być realizowane dopiero po zaspokojeniu potrzeb na niższym poziomie. Usługi turystyczne zaspokajają zarówno potrzeby niższego rzędu: fizjologiczne (np. sen, jedzenie, woda, tlen, brak napięcia), bezpieczeństwa (opieki, wygody, spokoju), jak i potrzeby wyższego rzędu: przynależności, szacunku i uznania oraz samorealizacji⁶.

Inwestycje turystyczne natomiast rozumieć należy, jako nakłady finansowe związane z tworzeniem bazy materialnej służącej do świadczenia usług turystycznych. W literaturze przedmiotu funkcjonuje podział inwestycji turystycznych na inwestycje *stricte* turystyczne, czyli obiekty, dzięki którym zaspokajane są podstawowe potrzeby potencjalnego turysty tj. wyżywienie, nocleg, transport, rozrywka etc. oraz inwestycje *paraturystyczne*, które dotyczą obiektów i urządzeń stanowiących istotne uzupełnienie usług *stricte* turystycznych⁷. Jednym ze szczególnych rodzajów usług turystycznych są usługi uzdrowiskowe, z którymi związane są również usługi *spa* i *wellness*. Analizując oba pojęcia w ujęciu produktowym, można przyjąć, że *spa* należy rozumieć jako nieodłączną część *wellness* z zakresu usług: pielęgnacyjnych, relaksacyjnych, upiększających, prozdrowotnych, fizjoterapeutycznych, leczniczych, kosmetycznych oraz z zakresu kosmologii i medycyny estetycznej. Natomiast *wellness* w charakterze produktu jest terminem zdecydowanie szerszym i traktowane jest jako system, w którego skład wchodzi: elementy twarde (urządzenia, substancje) a także elementy miękkie tj.

³ Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, art. 3.

⁴ A. Lewandowska, *Usługa turystyczna jako produkt*, [w:] *Marketing usług turystycznych*, red. A. Panasiuk, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 78.

⁵ A.H. Maslow, *A Theory of Human Motivation*, „Psychological Review” 1943, t. 50, nr 4, s. 370–396.

⁶ Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych, art. 3.

⁷ M. Bordun, *Znaczenie inwestycji turystycznych w stymulowaniu popytu turystycznego na przykładzie gminy Biały Bór*, [w:] *Popyt turystyczny. Fundusze europejskie, znaczenie regionalne*, Zeszyty Naukowe nr 700, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012, s. 139–150.

umiejętności i kwalifikacje ludzi którzy zaspokajają potrzeby duchowe i fizyczne swoich odbiorców, nie zapominając przy tym o istocie otoczenia⁸.

Zdaniem J. Warszzyńskiej i A. Jackowskiego (1979) na kształt relacji między funkcją turystyczną a rozwojem lokalnym mogą mieć wpływ czynniki endogenne i egzogenne⁹. Według R. Gałęckiego (2004) badanie wpływu turystyki na gospodarkę należy rozpatrywać na dwóch płaszczyznach¹⁰. Pierwszą z nich jest wpływ bezpośredni, który „wynika z pojawienia się turysty i jest konsekwencją zgłaszanego przez niego popytu, popartego przeniesionym z miejsca stałego pobytu dochodem”¹¹. Drugą z nich jest wpływ pośredni, będący rezultatem wpływu bezpośredniego, którego „natężenie wynika z dalszych obrotów wydatkowanego przez turystów pieniądza na obszarze objętym obserwacją (kraj, region, miejscowość)”¹².

C.M. Hall i S.J. Page uważają, natomiast, że wpływ turystyki na rozwój ekonomiczny występuje pod dwoma postaciami. Pierwszą z nich jest wpływ bezpośredni (primary or direct impact), będący bezpośrednią konsekwencją pobytu turystów na danym obszarze, np. wydatki turystów na wyżywienie, druga zaś wpływ pośredni (indirect impact), powstały poprzez transakcje dokonywane przez przedsiębiorstwa na terenie danego obszaru, np. inwestycja hotelu w nowy sprzęt lub zaopatrzenie.

Rozwój usług turystycznych zazwyczaj pociąga za sobą rozwój kolejnych firm szczególnie mikro i makroprzedsiębiorstw. Według raportu PARP o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce (2017) na terenie naszego kraju funkcjonuje obecnie 57 tys. małych firm, które stanowią 3% polskiego sektora przedsiębiorstw¹³.

Za średniego przedsiębiorcę ustawa o swobodzie działalności gospodarczej uznaje podmiot, który przynajmniej w ciągu dwóch lat zatrudnił do 250 osób oraz osiągnął roczny obrót ze sprzedaży, usług i transakcji finansowych nie przekraczający w złotych równowartości 50 mln euro, lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych lat nie przekroczyły w złotych równowartości 43 mln euro¹⁴.

⁸ A. Grobelna, B. Marciszewska, *Rola usług Spa & Wellness w kreowaniu pozytywnych doświadczeń konsumentów na przykładzie produktów hotelowych*, „Polityki Europejskie. Finanse. Marketing” 2013, t. 9, s. 184–195.

⁹ J. Warszzyńska, A. Jackowiak, *Podstawy geografii turystyki*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1979, s. 25.

¹⁰ R. Gałęcki, *Znaczenie efektu mnożnikowego wpływów z turystyki dla rozwoju regionu i miejscowości*, [w:] *Rola i zadania samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki turystycznej*, red. R. Gałęcki, MWSH–P, Łowicz 2004, s. 113–117.

¹¹ J. Warszzyńska, A. Jackowiak, *Podstawy geografii turystyki*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1979, s. 80

¹² R. Gałęcki, *Znaczenie efektu mnożnikowego...*, s. 113–117.

¹³ *Raport PARP o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce*, 2017, s. 20–30.

¹⁴ *Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej*, art. 4. (Dz.U. 2004, nr 173, poz. 1807).

Mały przedsiębiorca to określenie osoby fizycznej, która prowadzi działalność gospodarczą lub innego przedsiębiorcy, który działa na niedużą skalę. To przedsiębiorca, który zatrudnia średnio w ciągu roku mniej niż 50 pracowników, a ponadto osiągnął w skali roku obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych, który nie przekracza w złotych 10 mln euro lub sumy aktywów jego bilansu przygotowywanego na koniec jednego z tych 2 lat, który nie przekracza równowartości w złotych kwoty 10 mln euro¹⁵.

Mikroprzedsiębiorca natomiast to przedsiębiorca, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych zatrudniał średniorocznie mniej niż 10 pracowników oraz osiągnął roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz finansowych operacji nie przekraczający równowartości w złotych 2 mln euro lub sumy aktywów jego bilansu sporządzonego na koniec jednego z tych 2 lat nieprzekraczający równowartości w złotych 2 mln euro¹⁶.

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) ma kluczowe znaczenie dla rozwoju gospodarczego. Małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią źródło dochodów dla budżetu państwa i budżetu gmin, biorą udział w tworzeniu produktu krajowego brutto, tworzą nowe miejsca pracy, przyczyniają się do kreowania zmian społecznych i funkcjonalnych obszaru, na którym działają (regionu, województwa, gminy) oraz wpływają na innowacyjność gospodarki, odznaczając się znaczną elastycznością i operatywnością w działaniach na rynku.

Małe i średnie przedsiębiorstwa, jako czynnik rozwoju gminy, wpływają niezwykle korzystnie na dynamikę rozwoju gospodarczego, pozwalają zmniejszać bezrobocie, uzupełniają rynek w zakresie produkcji towarów i świadczenia usług, ożywiają gospodarkę lokalną¹⁷. Tak też dzieje się w przypadku przedsiębiorstw w Uniejowie, dlatego też celem artykułu jest wykazanie, że inwestycje i usługi turystyczne funkcjonujące i rozwijające się na terenie Uniejowa wywierają faktyczny wpływ na rozwój przedsiębiorczości w gminie.

CHARAKTERYSTYKA OBSZARU BADAŃ

Jeszcze do niedawna Uniejów był uznawany za miasteczko o niewielkich rozmiarach, mające rolniczo-usługowy charakter, które na tle kraju nie miało większego znaczenia i nie wyróżniały je szczególne cechy. Należało ono do najbiedniejszych miast regionu łódzkiego i uplasowało się na najniższej pozycji

¹⁵ Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców, art. 4 (Dz.U. 2018, poz. 646).

¹⁶ Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej...

¹⁷ M. Strużycki, *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania Europejskie*, Wyd. Difin, Warszawa, 2002, s. 20.

w hierarchii miejskiego systemu osadniczego regionu łódzkiego¹⁸. Głównym zadaniem miasteczka była obsługa lokalnych mieszkańców, zaś najprężniej rozwijał się w nim handel. Głównymi walorami Uniejowa były wówczas jego urokliwy krajobraz, ciekawa historia oraz zabytki będące jej świadectwem.

Dzięki odkryciu wód geotermalnych, Uniejów zyskał miano miejscowości uzdrowskiej i w 2012 r. przeistoczył się w pierwsze w Polsce uzdrowisko termalne. Ten fakt wpłynął na niezwykle prężny rozwój szeregu inwestycji turystycznych na jego terenie, a co za tym idzie znaczny wzrost dochodów gminy i rozwój lokalnej przedsiębiorczości wyrażony liczbą podmiotów gospodarczych¹⁹.

Ze względu na fakt na złożoność procesu oraz z uwagi na fakt, że na rozwój uniejowskiej przedsiębiorczości ma wpływ wiele czynników, począwszy od tych strictly ekonomicznych, przez przyrodnicze i historyczne, na społecznych skończywszy, autorka postanowiła bliżej przyjrzeć się temu zjawisku.

Według danych CEIDG obecnie w Uniejowie istnieją 383 przedsiębiorstwa zróżnicowane pod względem branżowym, z których 332 działają aktywnie. Wśród nich 50% stanowią przedsiębiorstwa działające w branży turystycznej. Najwięcej przedsiębiorstw (121) prowadzi działalności związane z handlem hurtowym oraz detalicznym oraz naprawą pojazdów samochodowych. Zakładami świadczącymi tego typu usługi na terenie Uniejowa są warsztaty samochodowe, stacje kontroli pojazdów, komisje oraz autoszroty. Handel reprezentują wielobranżowe, spożywcze, monopolowe oraz specjalistyczne sklepy i kiosk. Drugie pod względem liczebności są przedsiębiorstwa związane z budownictwem (63 podmioty). Na dalszym zaś miejscu plasują się przedsiębiorstwa związane z przetwórstwem przemysłowym, transportem, gospodarką magazynową oraz działalności związane z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi, na których to powstanie i rozwój najsilniej wpłynęła realizacja szeregu inwestycji turystycznych, z których najważniejszą jest kompleks termalno-basenowy „Termy Uniejów”²⁰.

Napływ turystów i kuracjuszy, tak z Polski jak i zagranicy, odwiedzających uzdrowisko termalne przyczynił się przede wszystkim do rozwoju bazy noclegowej w Uniejowie. Powstały nowe obiekty świadczące usługi noclegowe (hotele, pensjonaty), wzrosła liczba klientów pokoi gościnnych. Fakt, ten pociągnął za sobą rozwój obiektów gastronomicznych (restauracji, karczm, barów, kawiarni, lodziarni, pizzerii, cukierni, sklepów spożywczych, monopolowych i wielobranżowych). Nowy, uzdrowski charakter Uniejowa wpłynął również na wzrost

¹⁸ A. Suliborski, D. Walkiewicz, *Współczesne zróżnicowanie społeczno-gospodarcze województwa łódzkiego*. [w:] *Województwo łódzkie 1919–2009*, red. Badziak K., Łapa M., Łódź 2009, s. 40.

¹⁹ A. Tosek, *Konkurencja i kooperacja w sektorze turystyki*, „Biuletyn Uniejowski” 2016, t. 5, s. 91–106.

²⁰ Kulawiak A., *Wpływ władz lokalnych na rozwój gospodarczy miasta. Przykład Uniejowa*, [w:] *Wyzwania polityki regionalnej i lokalnej*, red. Ciosk S., Raczyk A., Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2013, s. 20.

zapotrzebowania na usługi uzdrowiskowe oraz te z zakresu *spa* i *wellness*, do których zaliczyć należy gabinety lekarskie, rehabilitacyjne, masażu i odnowy biologicznej, salony kosmetyczne i fryzjerskie. Termy Uniejów wpłynęły również na rozwój działalności związanej z czynną rekreacją, sportem oraz agroturystyką²¹.

Rozwój inwestycji turystycznych jest możliwy dzięki korzystnym uwarunkowaniom komunikacyjnym, fizyczno-geograficznym oraz historycznym występującym na danym terenie. W przypadku Uniejowa czynniki te sprzyjały lokalizacji i rozwojowi szeregu inwestycji turystycznych²².

Położenie Uniejowa w centralnej Polsce, we wschodniej części Niziny Wielkopolskiej, decydujące o dobrej dostępności ze wszystkich części kraju stanowiło najważniejszy czynnik komunikacyjny dla rozwoju inwestycji turystycznych²³. Położenie w obrębie różnorodnej przyrodniczo doliny rzeki Warty (obszaru Natura 2000, należącej do Nadwarciańskiego Obszaru Chronionego Krajobrazu, uznanego za Obszar Chronionego Krajobrazu Pradoliny Warszawsko-Berlińskiej), obecność lasów zajmujących 9,9% ogólnej powierzchni gminy i miasta, mnogość terenów zieleni bogatych w pomniki przyrody i tereny cenne przyrodniczo (użytki ekologiczne, zespoły przyrodniczo-krajobrazowe, w których florę i faunę objęto różnymi formami kompleksowej ochrony przyrody), występowanie leczniczego mikroklimatu, który wpływa korzystnie na zdrowie człowieka²⁴, dostęp do rzeki Warty, mającej znaczenie przyrodnicze i gospodarcze to główne elementy świadczące o potencjale przyrodniczym gminy²⁵.

Za atrakcyjnością Uniejowa dla inwestorów przemawiają również jego walory historyczne, do których zaliczyć należy m.in. fakt, iż miasteczko zachowało średniowieczny układ urbanistyczny,

Jednym z przełomowych wydarzeń, które odegrały kluczową rolę w rozwoju inwestycji turystycznych na terenie gminy Uniejów oraz kształtowania jej późniejszego zagospodarowania było odkrycie złóż wód geotermalnych w Uniejowie, których najważniejszą cechą ze względu na właściwości fizykochemiczne, jest możliwość szerokiego zastosowania w lecznictwie i rekreacji, ale również jako perspektywicznego, ekologicznego, odnawialnego źródła energii²⁶. Dzięki odkryciu wód była możliwa późniejsza budowa kompleksu termalno-basenowego Termy

²¹ Tamże.

²² E. Kobjek, *Położenie fizycznogeograficzne gminy i miasta Uniejów*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 9–12.

²³ S. Wiśniewski, *Dostępność transportowa Uniejowa – ujęcie regionalne*, „Biuletyn Uniejowski” 2014, t. 3, s. 75–80.

²⁴ K. Błażejczyk, J. Szmyd, A.B. Adamczyk, *Ogólne cechy potencjału leczniczego klimatu i bioklimatu Uniejowa*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 50–55.

²⁵ Smętkiewicz i in., *Walory przyrodnicze gminy Uniejów – formy ochrony przyrody*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 95–105.

²⁶ J. Kaczmarek, K. Smętkiewicz, *Walory przyrodnicze gminy Uniejów – formy ochrony przyrody*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 95–100.

Uniejów oraz nadanie miastu statusu uzdrowiska w 2012 r. W latach 2004–2013, samorząd Uniejowa pozyskał ze środków unijnych dofinansowanie na realizację 16 inwestycji. Całkowita wartość projektów, które udało się zrealizować w Uniejowie przekroczyła kwotę 198 mln zł. Niektóre projekty dofinansowane były nawet w 90%. Fakt ten świadczy o dobrej organizacji procesu absorpcji środków unijnych w mieście oraz o dużej skuteczności w procesie realizacji podejmowanych zamierzeń²⁷. Środki finansowe pozyskane z budżetu państwa i Unii Europejskiej, a także czynne starania władz samorządowych wpłynęły na powstawanie nowych obiektów oraz pociągnęły za sobą rozwój tych już istniejących, stanowiących własność gminy (kompleks termalno-basenowy, Kasztel Rycerski, kompleks rekreacyjno-turystyczno-edukacyjny Zagroda Młynarska, Zamek Arcybiskupów Gnieźnieńskich i restauracja Herbowa, Dom Pracy Twórczej, kompleks rekreacyjno-sportowy boisk piłkarskich im. W. Smolarka) jak i prywatnych właścicieli (Uzdrowisko Uniejów Park – Instytut Zdrowia Człowieka, eco Active & Spa Hotel Uniejów, Medical Spa Hotel Lawendowe Termy, Browar Wiatr)²⁸.

Kompleks termalno-basenowy, zlokalizowany przy ul. Zamkowej 3/5 ogrzewany jest właśnie dzięki wykorzystaniu wód geotermalnych. Termy oferują klientom wiele różnorodnych atrakcji związanych zarówno z leczniczymi (strefa saun i SPA, salarium, gabinety masażu, łaźnie, łaźnie) jak i rekreacyjnymi (baseny, brodziki, jacuzzi, zjeżdżalnie) właściwościami wody przez cały rok. Do dyspozycji gości jest również wchodząca w skład kompleksu restauracja i kawiarnia „Termalna” oferująca usługi gastronomiczne, kręgielnia oraz pub Nautilus. Kasztel Rycerski „Na Gorących Źródłach” przy ul. Zamkowej 6, utrzymany w średnio-wiecznej stylistyce to kompleks o edukacyjno-turystyczno-rekreacyjnym charakterze. Jest to miejsce noclegowe, pełniące również rolę centrum konferencyjnego. Kompleks rekreacyjno-turystyczno-edukacyjny Zagroda Młynarska pełni podobną, również edukacyjno-rekreacyjną, funkcję co Kasztel Rycerski. Obiekt ten składa się z poddanych rewitalizacji budynków regionalnych architektury drewnianej, wiatraków, zasilanych wodą z geotermalnej sieci ciepłowniczej, zdolnych do pełnienia funkcji gastronomicznych, hotelowych i ekspozycyjnych. Zagroda oferuje również usługi gastronomiczne. W Zagrodzie Młynarskiej organizowane są również imprezy oraz konferencje. Zamek Arcybiskupów Gnieźnieńskich, przy ul. Zamkowej 2 w Uniejowie, zrewitalizowany w 2012 roku, obecnie pełni funkcję obiektu konferencyjno-hotelowo-gastronomicznego oraz muzealnego. W Zamku Arcybiskupów Gnieźnieńskich znajduje się Restauracja Herbowa. Miejsce to jest eleganckim lokalem gastronomicznym utrzymanym w stylistyce średniowiecznej. Dom Pracy Twórczej, przy ulicy Zamkowej 2a, powstały w 2012,

²⁷ A. Kulawiak, *Wpływ władz lokalnych na rozwój gospodarczy miasta. Przykład Uniejowa* [w:] *Wyzwania polityki regionalnej i lokalnej*, red. Ciosk S., Raczyk A., Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2013.

²⁸ <http://zamekwuniejowie.pl/> [dostęp: 7.07.2017].

to obiekt pełniący funkcje artystyczno-kulturalne, hotelowe, gastronomiczne, ze szczególnym przeznaczeniem dla Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi. Obiekt oferuje noclegi, umożliwia organizację konferencji lub spotkań integracyjnych. W jego wnętrzu znajduje się również restauracja. Kompleks rekreacyjno-sportowy boisk piłkarskich im. W. Smolarka obejmuje pełnowymiarowe boiska piłkarskie i jest to jedyna podgrzewana poprzez energię geotermalną murawa w Polsce²⁹.

Intensywny proces zmian wywołał zainteresowanie Uniejowem wśród dużych inwestorów których obecność przyspieszyła rozwój gospodarczy gminy, wpływając jednocześnie na wzrost obrotów istniejących przedsiębiorstw, wydłużenie czasu pracy przedsiębiorców, wzrost zatrudnienia oraz liczby klientów, którymi stali się przede wszystkim napływający na teren gminy turyści.

Uzdrowsko Uniejów Park to ośrodek uzdrowski i jedna z najbogatszych baz rehabilitacyjnych w regionie oraz SPA wykorzystujące mineralne, lecznicze wody termalne. W obiekcie znajduje się również restauracja oraz kawiarnia, a także Gabinet Dermatologii i Medycyny Estetycznej, który wykorzystuje lecznicze właściwości wody geotermalnej w leczeniu różnego rodzaju chorób. eco Active & Spa Hotel Uniejów to hotel, w którym znajduje się sauna, basen, pięć gabinetów SPA oferujących różnorodne zabiegi kosmetyczne oraz restauracja „La Regina”. W obiekcie zastosowano szereg ekologicznych rozwiązań, więc jest to miejsce przyjazne dla środowiska. Medical Spa Hotel „Lawendowe Termy” to obiekt oferujący gościom 55 luksusowo wyposażonych pokoi jedno- i dwuosobowych, a także apartamenty i pokoje gościnne z tarasami oraz jacuzzi. Znajduje się tu również centrum kosmetyczne SPA, centrum rehabilitacji i balneologii specjalizujące się w odnowie biologicznej, restauracja, kort tenisowy, dwa boiska do piłki plażowej, siłownia oraz sala fitness. Miejsce to przystosowane jest także do organizacji konferencji. Browar Wiatr przy ul. Dąbskiej 49, to obiekt hotelowo-restauracyjny będący idealnym miejscem spotkań biznesowych dla przedsiębiorców z całego kraju. Organizowane są tu również przyjęcia weselne, urodzinowe, jubileusze i inne. Jest to wyjątkowe miejsce na mapie miasta, gdzie pod okiem doświadczonych piwowarów, warzy się tradycyjne, regionalne piwo³⁰.

Pozyskane środki unijne na realizację w Uniejowie wszystkich ww. inwestycji turystycznych zostały zainwestowane w sposób przemyślany, dzięki czemu zrealizowane inwestycje służą nie tylko przyciągnięciu do miasta potencjalnych inwestorów i turystów, ale również pozytywnie wpływają na znaczną poprawę poziomu i jakości życia lokalnej społeczności³¹. Dlatego też miasto Uniejów może

²⁹ A. Wojnarowska, *Przestrzeń publiczna Uniejowa*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 25–30.

³⁰ <http://browarwiatr.pl/browar/browar-restauracyjny> [dostęp: 11.10.2017].

³¹ P. Kowalska, *Zintegrowany produkt turystyczny w działaniach promocyjnych gminy Uniejów i jego rola w budowaniu marki miejsca*, „Biuletyn Uniejowski” 2016, t. 5, s. 107–126.

posłużyć jako dobry przykład optymalnego wykorzystania szansy na zrównoważony rozwój gospodarczy i społeczny bazujący na wykorzystaniu funduszy strukturalnych.

METODY BADAŃ

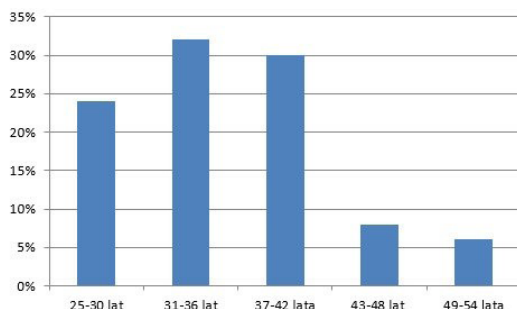
Na potrzeby oceny wpływu inwestycji turystycznych na rozwój gminy Uniejów na przełomie maja i czerwca 2018 roku przeprowadzono badania kwestionariuszowe wśród lokalnych przedsiębiorców. Biorąc pod uwagę problematykę, zdecydowano o zastosowaniu jakościowych metod badawczych.

Jako techniki badawcze wykorzystano badanie kwestionariuszowe oraz wywiad ekspercki. Ankieta została przeprowadzona drogą internetową i skierowano ją do uniejowskich przedsiębiorców. Pogłębiony wywiad kwestionariuszowy został przeprowadzony natomiast z Panią Prezes Uniejowskiego Stowarzyszenia Przedsiębiorców Turystycznych USPT p. Małgorzatą Brożek. Wywiad oraz badanie kwestionariuszowe zostały uzupełnione badaniami terenowymi polegającymi na obserwacji i analizie istniejącego zagospodarowania terenu pod kątem stopnia zaawansowania i rozwoju występującej oraz projektowanej infrastruktury i bazy turystycznej.

Część informacyjna kwestionariusza dla przedsiębiorców zawierała niezbędne informacje o zlecającym badanie, jego celu, sposobie udzielania odpowiedzi na poszczególne pytania oraz zapewnienie o gwarancji anonimowości udzielanych przez respondentów odpowiedzi. Ankieta została podzielona na siedem modułów (Moduł I – ogólne informacje o firmie, Moduł II – bariery w rozwoju przedsiębiorczości, Moduł III – zatrudnienie i sprawy pracownicze, Moduł IV – ocena usług publicznych, Moduł V – współpraca z organizacjami pozarządowymi, Moduł VI – dotacje unijne na działalność przedsiębiorstw, Moduł VII – ogólne wrażenia i opinie), które w myśl założeń autorki miały za zadanie jak najpełniej przedstawić obraz przedsiębiorczości w Uniejowie w ocenie jej użytkowników. Pytania właściwe zawarte w ankiecie miały formę pytań zamkniętych, otwartych i półotwartych.

W końcowej części kwestionariusza umieszczona została metryczka respondenta zawierająca dane dotyczące płci, wieku, wykształcenia, miejsca zamieszkania oraz sytuacji zawodowej respondentów, co pozwoliło na ich charakterystykę. Znalazło się tam również pytanie o dochody, lecz zostało uznane przez autorkę za nieobowiązkowe. Żaden z ankietowanych nie udzielił na nie odpowiedzi.

Wywiad z Prezesem USPT zawierał w większości pytania otwarte, które pozwoliły w pełni poznać charakter stowarzyszenia, jego członków oraz szeroki zakres jego działań na terenie Uniejowa jak poza nim. Autorka artykułu miała przyjemność spotkania się z Prezesem osobiście.



Ryc. 1. Wiek respondentów

Źródło: opracowanie własne

Grupą docelową do której skierowano ankietę w początkowym założeniu liczyła 80. przedsiębiorców, jednak na udział w badaniu wyraziło zgodę 50. z nich. Wszystkie spośród ankietowanych osób, w czasie gdy prowadzono badanie, były czynne zawodowo, zamieszkiwały Uniejów oraz to właśnie w nim znajdowały się siedziby ich działalności. Wśród ankietowanych przedsiębiorców znaleźli się m.in. członkowie Uniejowskiego Stowarzyszenia Przedsiębiorców Turystycznych. Badanie zostało przeprowadzone drogą internetową, za pośrednictwem wygenerowanego online kwestionariusza ankiety.

Ponadto istotnych informacji dostarczyły liczne opracowania, dokumenty urzędowe i strategiczne pozyskane w Urzędzie Miasta Uniejów tj. *Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania gminy Uniejów*, *Strategia rozwoju gminy Uniejów na lata 2013–2020*, *Koncepcja rozwoju gospodarki turystycznej w Gminie Uniejów do 2020 r.*, *Operat uzdrowiskowy – uzdrowisko Uniejów*, a także dane statystyczne prezentujące aktualną sytuację społeczno-gospodarczą Uniejowa.

OCENA WPŁYWU INWESTYCJI TURYSTYCZNYCH NA ROZWÓJ GMINY UNIEJÓW – PERSPEKTYWA PRZEDSIĘBIORCÓW

Grupą docelową, do której skierowano ankietę, byli lokalni przedsiębiorcy prowadzący swoje działalności gospodarcze na terenie Uniejowa. W początkowym założeniu liczba podmiotów objętych badaniem liczyła 80. przedsiębiorców, jednak na udział w nim wyraziło zgodę 50. z nich. Wśród ankietowanych przedsiębiorców znaleźli się członkowie, wspomnianego wcześniej w toku pracy USPT oraz pozostałe osoby, które wyraziły swoje zainteresowanie wzięciem udziału w badaniu na potrzeby realizacji niniejszej pracy magisterskiej.

Wśród przedsiębiorców biorących udział w badaniu 62% stanowiły kobiety, zaś 38% mężczyźni. Osób w przedziale wiekowym 31–36 lat było wśród respon-

dentów najwięcej – liczyły one 32% ankietowanych (16 osób), zaś najmniej było osób po 50 roku życia – 6% (3 osoby) (Ryc. 1). Stopień wykształcenia respondentów jest różnorodny. Wśród ankietowanych 24 osoby posiadają wykształcenie wyższe (48%), średnie – 18 osób (36%) zaś wykształcenie zasadnicze zawodowe 8 osób (16%).

Odpowiedzi ankietowanych przedsiębiorców pozwoliły na dokonanie aktualnej charakterystyki uniejowskiej przedsiębiorczości.

W ogólnej ocenie zdaniem 44% ankietowanych przedsiębiorców Uniejów wypada dobrze, jako miejsce sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości oraz koncentracji usług i inwestycji turystycznych. 61% respondentów to właśnie turystykę uznaje za najważniejszą dziedzinę warunkującą dalszy rozwój miasta. W opinii ankietowanych przede wszystkim pozytywnie ocenić należy dostępność terenów pod inwestycje, położenie i dostępność komunikacyjną oraz silną promocję regionu. Ponadto zdecydowana większość respondentów uznała, że takie przełomowe wydarzenie, jakim w przypadku Uniejowa było nadanie miastu statusu uzdrowiska w 2012 roku, miało istotny wpływ na rozwój w nim przedsiębiorczości. Od tego czasu wzrosło zapotrzebowanie na określone usługi i inwestycje wspierające turystykę. W związku z prężnym rozwojem kompleksu termalno-basenowego „Termy Uniejów” i pozostałych inwestycji turystycznych u 51% spośród ankietowanych przedsiębiorców nastąpił wzrost obrotów ich przedsiębiorstw, u kolejnych 22% zwiększyła się liczba klientów, co spowodowało wydłużenie czasu pracy, zaś pozostałe 20% ankietowanych odnotowało wzrost zatrudnienia ze względu na zwiększoną ilość pracy. Respondenci wskazywali także na zasadność rozwoju w Uniejowie przede wszystkim bankowości, oferty gastronomicznej, restauracji, kawiarni, barów, miejsc noclegowych – kempingowych, pól biwakowych, schronisk młodzieżowych, pensjonatów, hoteli, siedlisk agroturystycznych, na które wzrosło zapotrzebowanie w związku z nowym kierunkiem rozwoju miasta, jakim stała się turystyka. Ankietowani podkreślali również rolę aktywnego wypoczynku w rozwoju gminy, sugerując, iż należałoby rozważyć rozwój kajakarstwa nad rzeką Wartą wykorzystując jej naturalny potencjał, wędkarstwa sportowego, czy żeglarstwa. Ze względu na prozdrowotny klimat Uniejowa ankietowani dostrzegają drogę rozwoju uniejowskiej przedsiębiorczości w branży usług i obiektów propagujących zdrowy tryb życia, zdrowe odżywianie czy profilaktykę zdrowia – gabinety rehabilitacyjne, fizjoterapeutyczne, masażu, odnowy biologicznej. Sport i rekreacja to według respondentów ważna dziedzina w kierunku której mógłby pójść rozwój przedsiębiorczości w Uniejowie. W ich opinii zarówno wśród mieszkańców miasta, jak i napływających turystów i kuracjuszy z Polski i zagranicy, występuje zapotrzebowanie na obiekty tj. siłownie, kluby fitness, parki linowe, ścianki wspinaczkowe, rozbudowę basenów i boisk, wypożyczalnie sprzętu wodnego oraz miejsca rozrywkowe tj. kluby, dyskoteki itp.

Rozwój obecnych działalności gospodarczych, jak i powstanie nowych związanych jest ściśle z posiadaniem kapitału umożliwiającego ich kompleksową, pełną realizację. Jak dowiodły badania kwestie dotyczące pozyskania dofinansowań w postaci środków pieniężnych pochodzących z Unii Europejskiej są bardzo istotne, a poziom zainteresowania tą tematyką wśród większości uniejowskich przedsiębiorców jest wysoki. 70% ankietowanych przedsiębiorców przyznało, iż starało się o dofinansowanie swoich przedsiębiorstw, z czego dofinansowanie to realnie otrzymało 58% z nich. Środki pieniężne zostały przeznaczone głównie na cele remontowe, zakup niezbędnego wyposażenia, szkolenie kadr czy rozwój kolejnych usług, czego dowodem są wypowiedzi respondentów: *odmalowano pokoje gościnne, poprawiono stan sanitariatów, wstawiono nowe drzwi, zakupiono potrzebne sprzęty kuchenne; (...) ocieplono budynek; wyposażenie, remont pomieszczeń; szkolenie kadry pracowniczej; kurs języka angielskiego dla pracowników.*

Znaczący wpływ na rozwój przedsiębiorczości w Uniejowie, w świetle opinii ankietowanych, ma także współpraca przedsiębiorców z różnego rodzaju organami, instytucjami, stowarzyszeniami obecnymi w gminie lub innymi organizacjami pozarządowymi znajdującymi się poza jej granicami. Większość respondentów przyznała, iż prowadzi czynną współpracę z Urzędem Miasta Uniejów oraz Uniejowskim Stowarzyszeniem Przedsiębiorców Turystycznych (USPT) w celu organizacji wspólnych przedsięwzięć. Za najbardziej pożądane obszary tej współpracy 31% spośród ankietowanych uznało działania na rzecz promocji i wspierania przedsiębiorczości, 27% – działania związane z promocją i aktywizacją ludzi młodych oraz 20% – rozwijanie usług związanych z kulturą i rozrywką. Głównym efektem wynikającym z działalności ww. instytucji i stowarzyszenia jest kształtowanie wzajemnej współpracy między przedsiębiorcami działającymi w branży turystycznej. 46% spośród ankietowanych przyznaje się do takiej współpracy i wyraża na jej temat pozytywne opinie. Są to głównie członkowie należący do USPT. Według nich to dzięki USPT wzajemna współpraca przedsiębiorców jest dobra i przejawia się m.in. poprzez wzajemną integrację, polecenie usług, organizację wspólnych przedsięwzięć, pomoc w sprawach administracyjnych, czy pozyskiwanie nowych klientów.

Dzięki odpowiedziom ankietowanych możliwa była również identyfikacja potrzeb i oczekiwań uniejowskich przedsiębiorców w kwestii rozwoju przedsiębiorczości w branży turystycznej. Z odpowiedzi przedsiębiorców wywnioskowano, iż wsparcie ze strony władz miasta Uniejów, jest niezbędne zarówno w początkowej fazie zakładania przedsiębiorstw jak i późniejszym etapie związanym z ich prowadzeniem. Wsparcie to obejmuje pomoc w kwestiach związanych z rozwiązywaniem bieżących problemów związanych z nadmierną biurokracją, nawiązaniem współpracy z nowymi inwestorami, pozyskaniem dofinansowań oraz szkoleniem kadr. Jako zobrazowanie tych opinii można przytoczyć kilka z wypowiedzi: „oczekuję wsparcia w poszukiwaniu inwestorów z zagranicy (...)”

„oczekuję wsparcia finansowego na rozwój inwestycji oraz pomocy przy wypełnieniu stosownej dokumentacji”, „oczekuję bogatszej oferty szkoleń związanej z branżą turystyki”, „dofinansowania do samokształcenia ludzi (...)”, „(...) porad i zaleceń w zakresie rozwoju mojej działalności”.

WNIOSKI

Uniejów posiada zarówno potencjał środowiskowy, ekonomiczny jak i kulturowy, który sprzyja rozwojowi turystyki i bogatego spektrum działalności ją wspierających, szczególnie tych z branży gastronomicznej, usługowej, noclegowej, uzdrowiskowej, działalności związanej z czynną rekreacją i sportem oraz agroturystyką. To one stanowią silną gałąź dla przyszłego rozwoju gminy.

Współpraca lokalnych przedsiębiorców z różnego rodzaju organami, instytucjami, organizacjami, stowarzyszeniami obecnymi w gminie lub innymi organizacjami pozarządowymi znajdującymi się poza jej granicami oraz znajomość lokalnego rynku ma znaczący wpływ na rozwój uniejowskiej przedsiębiorczości. Współpraca ta, w przypadku gminy Uniejów, najsilniej rozwija się z Urzędem Miasta w Uniejowie oraz Uniejowskim Stowarzyszeniem Przedsiębiorców Turystycznych i powinna być kontynuowana oraz stać się jedną ze spraw priorytetowych. Sprzyja ona i pozwala na wzajemną integrację przedsiębiorców działających w branży turystycznej, ich wzajemną edukację i doskonalenie poprzez wymianę doświadczeń i realizację wspólnych przedsięwzięć, identyfikację bieżących problemów i barier stojących na drodze rozwoju dla istniejących i nowopowstających działalności gospodarczych oraz znajdowania skutecznych dróg ich rozwiązywania i odpowiedzi na bieżące potrzeby przedsiębiorców.

Ponadto, w trakcie opracowywania dalszej polityki rozwoju lokalnego, władze Uniejowa powinny skupić się na najbardziej pożądanym obszarach w jakich uniejowscy przedsiębiorcy oczekują podjęcia współpracy tj. na działaniach związanych z promocją i aktywizacją ludzi młodych oraz rozwijaniu usług związanych z kulturą i rozrywką. Aspekty te powinny zostać uwzględnione w dokumentach strategicznych dla Uniejowa tj. w *Programie Wspierania Rozwoju i Promocji Przedsiębiorczości w Gminie Miejskiej Uniejów*.

Bibliografia

- Błażejczyk K., Szmyd J., Adamczyk A.B., *Ogólne cechy potencjału leczniczego klimatu i bioklimatu Uniejowa*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 43–60.
- Bordun M., *Znaczenie inwestycji turystycznych w stymulowaniu popytu turystycznego na przykładzie gminy Biały Bór*, [w:] *Popyt turystyczny. Fundusze europejskie, znaczenie regional-*

- ne, Zeszyty Naukowe nr 700, Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012, s. 139–150.
- Dziegieć E., Bachvarov M., *Relacje między pojęciami „rekreacja” i „turystyka”*, „Turyzm” 2005, t. 15, s. 79–93.
- Gałecki R., *Znaczenie efektu mnożnikowego wpływów z turystyki dla rozwoju regionu i miejscowości*, [w:] *Rola i zadania samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki turystycznej*, red. R. Gałecki, MWSH–P, Łowicz 2004, s. 113–117.
- Grobelna A., Marciszewska B., *Rola usług Spa & Wellness w kreowaniu pozytywnych doświadczeń konsumentów na przykładzie produktów hotelowych*, „Polityki Europejskie. Finanse. Marketing” 2013, nr 9(58), s. 184–195.
- Hall C.M., Page S.J., *The geography of tourism and recreation. Environment, place and space*, Wyd. Routledge, London–New York 2002, s. 55.
- Kaczmarek J., Smętiewicz K., *Walory przyrodnicze gminy Uniejów – formy ochrony przyrody*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 4.
- Kobojek E., *Położenie fizycznogeograficzne gminy i miasta Uniejów*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 9–20.
- Kowalska P., *Zintegrowany produkt turystyczny w działaniach promocyjnych gminy Uniejów i jego rola w budowaniu marki miejsca*, „Biuletyn Uniejowski” 2016, t. 5, s. 107–126.
- Kulawiak A., *Wpływ władz lokalnych na rozwój gospodarczy miasta. Przykład Uniejowa*, [w:] *Wyzwania polityki regionalnej i lokalnej*, red. S. Ciosk, A. Raczyk, Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2013, s. 20.
- Lamprecht M., *Kilka uwag o rozwoju Uniejowa w świetle nowych funkcji miasta*, „Biuletyn Uniejowski” 2012, t. 1, s. 131–138.
- Lewandowska A., *Usługa turystyczna jako produkt*, [w:] *Marketing usług turystycznych*, red. A. Panasiuk, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 78.
- Liszewski S., *Przestrzeń turystyczna*, „Turyzm” 1995, t. 5(2), s. 87–103.
- Maslow A.H., *A Theory of Human Motivation*, „Psychological Review” 1943, t. 50, nr 4, s. 370–396.
- Milne S., Ateljevic I., *Tourism, economic development and the global-local nexus: theory embracing complexity*, „Tourism Geographies” 2001, nr 3(4), s. 369–393.
- Nowakowska A., *Turystyka jako zjawisko społeczno-gospodarcze*, [w:] *Kompendium wiedzy o turystyce*, red. G. Golebski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 19–61.
- Przeclawski K., *Turystyka a wychowanie*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1973, s. 25.
- Raport PARP o stanie sektora MSP w Polsce*, wrzesień 2017.
- Strategia rozwoju gminy Uniejów na lata 2013–2020*.
- Strużycki M., *Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem. Uwarunkowania Europejskie*, Wyd. Difin, Warszawa 2002, s. 20.
- Suliborski A., Walkiewicz D., *Współczesne zróżnicowanie społeczno-gospodarcze województwa łódzkiego*, [w:] *Województwo łódzkie 1919–2009*, red. Badziak K., Łapa M., Polskie Towarzystwo Historyczne Oddział w Łodzi, Dom Wydawniczy Księży Młyn, Łódź 2009, s. 40.
- Tosek A., *Konkurencja i kooperacja w sektorze turystyki*, „Biuletyn Uniejowski” 2016, t. 5, s. 91–106.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych* (Dz.U. 1997, nr 133, poz. 884).
- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej* (Dz.U. 2004, nr 173, poz. 807).
- Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców* (Dz.U. 2018, poz. 646).

Warszyńska J., Jackowiak A., *Podstawy geografii turystyki*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, 1979, s. 20.

Wiśniewski S., *Dostępność transportowa Uniejowa – ujęcie regionalne*, „Biuletyn Uniejowski” 2014, t. 3, s. 67–82.

Wojnarowska A., *Przestrzeń publiczna Uniejowa*, „Biuletyn Uniejowski” 2015, t. 4, s. 25–43.

Źródła internetowe

<http://browarwiatr.pl/browar/browar-restauracyjny/> [dostęp: 11.10.2017].

<http://herbowauniejow.pl/> [dostęp: 1.08.2017].

<http://swiatspa.info/definicja-spa-i-wellness/> [dostęp: 7.07.2017].

<http://uniejow.gotopoland.eu/> [dostęp: 7.07.2017].

<http://www.termalna.com.pl/> [dostęp: 30.07.2017].

<http://zamekwuniejowie.pl/> [dostęp: 7.07.2017].

THE IMPACT OF INVESTMENTS AND TOURIST SERVICES ON THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN UNIEJÓW COMMUNE

Summary

The purpose of this article is to show whether tourism investments and services operating in the city actually affect the development of entrepreneurship in the commune of Uniejów. For this purpose a questionnaire survey was carried out among Uniejów companies, which provided answers to questions regarding the new ways and the level of entrepreneurship development in the commune of Uniejów. In addition, an interview with the president of the Uniejów Association of Tourist Entrepreneurs (USPT) was conducted. The interview and the questionnaire survey were supplemented with field studies consisting of observation and analysis of the existing and planned infrastructure and tourist base.

The studies have confirmed that the investments and tourist services have an impact on the development of entrepreneurship in the commune of Uniejów.

Keywords: entrepreneurship, tourism investments, Uniejów, tourist services

Data wpływu artykułu: luty 2019

Data akceptacji: maj 2019