

100
LAT
yearsczasopismo
geograficzne

POLSKIE TOWARZYSTWO GEOGRAFICZNE • POLISH GEOGRAPHICAL SOCIETY

geographical
journal

GEOGRAFICZNE UJĘCIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ – ZAŁOŻENIA KOMPLEKSOWEJ KONCEPCJI BADAŃ

GEOGRAPHICAL APPROACH TO RURAL ENTREPRENEURSHIP: ASSUMPTIONS OF A COMPREHENSIVE RESEARCH DESIGN

Anita Kulawiak, Andrzej Suliborski

Uniwersytet Łódzki, Wydział Nauk Geograficznych, Katedra Geografii Regionalnej i Społecznej

AK  <https://orcid.org/0000-0002-1194-837X>, e-mail: anita.kulawiak@geo.uni.lodz.pl

AS  <https://orcid.org/0000-0002-0121-9472>, e-mail: andrzej.suliborski@geo.uni.lodz.pl

Streszczenie

Artykuł przedstawia kompleksowe spojrzenie na przedsiębiorczość wiejską. Jest on propozycją szerszej niż dotychczas interpretacji tego zagadnienia, które uwzględnia wiele różnych podejść i koncepcji badawczych nauk społecznych. Celem artykułu jest z jednej strony zwrócenie uwagi na problemy teoretyczne związane z badaniem przedsiębiorczości wiejskiej, w szczególności sposobu rozumienia tego terminu i zmian, jakie w tej kwestii się dokonały, z drugiej – zaprezentowanie nowego sposobu badania i analizy tego zagadnienia przez pryzmat koncepcji społecznych. Praca stanowi efekt dyskusji i przemyśleń autorów dotyczących spojrzenia na to zagadnienie, szczególnie na gruncie geografii społeczno-ekonomicznej, oraz kwerendy literatury krajowej i zagranicznej, głównie angielskojęzycznej. Przedstawione w niej podejście do badania przedsiębiorczości wiejskiej wynika z postrzegania jej w kontekście silnych związków z otoczeniem lokalnym (środowiskiem wiejskim).

Słowa kluczowe: geografia społeczna, przedsiębiorczość wiejska, przedsiębiorca, miejsce, metodologia badań

Kulawiak A., Suliborski A. (2023). Geograficzne ujęcie przedsiębiorczości wiejskiej – założenia kompleksowej koncepcji badań. *Czasopismo Geograficzne*, 94(4): 731–747. <https://doi.org/10.12657/czageo-94-29>



Otrzymano/Received: 23.09.2023
Zaakceptowano/Accepted: 11.12.2023

Abstract

The article presents a comprehensive view of rural entrepreneurship. It proposes a broader interpretation of this issue than has been done to date, taking into account many different approaches and research concepts of social sciences. The purpose of the article is, on the one hand, to draw attention to theoretical problems associated with the study of rural entrepreneurship, in particular the way the term is understood and the changes that have taken place in this regard over the years. On the other hand, it aims to present a new way of studying and analyzing this issue through the prism of social concepts, including the concept of the function of place, the concept of social rootedness or the psychology of place. This article is the aftermath of the authors' thoughts and reflections related to the previous view of this issue, especially in the field of socio-economic geography, as well as the result of a search of domestic and foreign literature, mainly in English. The approach to the study of rural entrepreneurship presented in the article follows from its perception in the context of strong ties with the local environment (rural environment).

Keywords: social geography, rural entrepreneurship, entrepreneur, place, research methodology.

WSTĘP

Przestrzeń jest identyfikowana przez poszczególne miejsca, które odróżnia treść materialna (przyrodnicza i forma zagospodarowania) oraz sposób postrzegania przez ludzi. Aspekt ostatni (postrzeganie) czyni przestrzeń zamkniętą i uczłowieczoną, czyli miejscem, które jest spokojnym centrum ustalonych wartości (Tuan, 1977: 75). Jest ono wytworem człowieka, powstaje w akcie jego refleksyjności (wyobraźni) i działalności gospodarczej wkomponowanej w podłoże przyrodnicze. Ludzie konstruując miejsca (przestrzenie) świadomie i podświadomie, nadają im różne funkcje rzeczywiste i funkcje znaczenia związane z ludzką pamięcią historyczną, wydarzeniami i przeżyciami, indywidualnymi lub zbiorowymi, oraz funkcje wyobrażenia, dla których ważnym tworzywem jest także natura (przestrzeń przyrodnicza). Dzięki ludzkim umiejętnościom pamięci i zdolności przeżywania między człowiekiem a miejscem zachodzi więź emocjonalna, która sprawia, że jest ono bliskie, ważne i spełnia określone role (funkcje). Nadanie przez ludzi miejscu funkcji wytwarza specyficzne więzi indywidualnych osób oraz całych zbiorowości, które są wyrazem zaspokajania ich różnorodnych potrzeb, w tym również duchowych. Ludzie kreują różne typy relacji zwrotnych z miejscem (podmiot–miejsce), które są skutkiem ich zachowań oraz istniejącej już jego funkcjonalnej specyfiki. Relacje te mogą mieć charakter ciągły, okresowy lub spontaniczny – jednorazowy i wyrażają się w działalności człowieka (pracy), jego zamieszkiwaniu i wypoczywaniu czy też w znaczeniu miejsca jako pochodnej pamięci indywidualnej i zbiorowej (społecznej).

Przedsiębiorczość powstająca w środowisku wiejskim (na wsi) jest stosunkowo rzadką wartością społeczną i ma istotny wpływ na środowisko wiejskie przez zmianę lokalnych praktyk społecznych, indywidualnych czy zbiorowych, przedstawień wsi, czyli form wiedzy o niej, codzienności życia mieszkańców oraz lokalnego doświadczenia przestrzeni. Jest ona jednym z najistotniejszych czynników kreujących i zmieniających funkcje miejsca, w wyniku czego powstają nowe więzi i relacje społeczne odmieniające oblicze wsi. Przedsiębiorczość stanowi produkt środowiska społecznego, jest uwarunkowana przez to środowiskowo – pochodzenie społeczne, wychowanie, zakorzenione systemy wartości, interakcje rodzinne i towarzyskie. Każda firma (podmiot gospodarczy) jest częścią społecznej sieci interakcji, w ramach której prowadzona jest jej działalność. Zjawisko to rozumiane jest jako istnienie, funkcjonowanie i rozwój działalności gospodarczych osadzonych w środowisku lokalnym (obszarach wiejskich), ze wszystkimi jego konsekwencjami, zarówno dla przedsiębiorcy, jego firmy, jak i środowiska lokalnego. Celem artykułu jest:

- zwrócenie uwagi na problemy teoretyczne związane z badaniem przedsiębiorczości wiejskiej, w szczególności sposobu rozumienia tego terminu i zmian, jakie się w tej kwestii dokonały na przestrzeni lat,
- zaproponowanie zintegrowanego podejścia teoretyczno-metodologicznego wpisującego się w relacyjną geografę społeczno-ekonomiczną – koncepcja funkcji miejsca z wykorzystaniem innych podejść psychospołecznych (np. psychologii miejsca czy koncepcji zakorzenienia).

Skupiono się na wyjaśnieniu przedsiębiorczości wiejskiej w aspekcie geograficznym, tj. miejsca, gdzie przedsiębiorca zaistniał przez fakt założenia swojej firmy (pozarolniczej działalności gospodarczej), która działa, rozwija się i jest pewnym zjawiskiem społecznym, ekonomicznym oraz osadniczym (przestrzennym). Miejsce rozumiane jest w kategoriach realnych, a jego desygnatami są zasoby fizyczne, społeczne, ekonomiczne i lokalizacyjne, ale także relacje ekonomiczne, psychospołeczne i kulturowe, definiujące jego psychologię. Zintegrowane podejście opisująco-wyjaśniające przedsiębiorczość wiejską pozwala na szeroką interpretację zjawiska w lokalnym kontekście.

Artykuł ma charakter metodyczno-teoretyczny, czyli wpisuje się w poznawczą funkcję nauki, której rolą jest „wykrywanie i wyjaśnianie zjawisk oraz przebiegu procesów” (Figlus i in., 2022: 641). Powstał on zarówno na podstawie przemyśleń autorów dotyczących potrzeby nowego spojrzenia na zagadnienie przedsiębiorczości wiejskiej, w tym metod jej pomiaru, jak i kwerendy literatury przedmiotu polskiej i zagranicznej dotyczącej badanego zagadnienia. Artykuły wyszukiwano w indeksowanych bazach, tj. SCOPUS, SAGE oraz Google Scholar, po słowach kluczowych, tj.: przedsiębiorczość wiejska (*rural entrepreneurship*), przedsiębiorczość na wsi (*entrepreneurship in rural areas*), przedsiębiorca wiejski (*rural entrepreneur*) oraz zakorzenienie (*local embeddedness*). Szczegółowej analizie jakości-

wej poddano głównie artykuły opublikowane po 2000 r. Ogółem w toku podjętej procedury uzyskano ponad 14 tys. rekordów, z czego za istotne w kontekście poruszanego tematu i po odrzuceniu duplikatów przyjęto 140 rekordów.

Przedstawienie problemu uznano za ważne, ponieważ mimo popularności badań nad przedsiębiorczością w polskiej literaturze geograficznej nie podjęto próby teoretycznego ujęcia tego zagadnienia. Jest ona rozpatrywana w ramach ekonomicznego wzorca badań przedsiębiorczości miejskiej preferującego ujęcia ilościowe, co ogranicza poznawcze możliwości analizy i interpretacji. Tymczasem począwszy od lat 90. XX w., „w coraz większym stopniu odchodzono od paradygmatu scjentyistycznego, typowego dla neopozytywistycznego postrzegania nauki”, na rzecz „upowszechnienia nowych kierunków rozwoju nauk geograficznych opartych na podejściu humanistycznym i holistycznym” (Figlus i in., 2022: 644). Istnieje zatem potrzeba poszukiwania wciąż nowych sposobów badania i opisywania zjawisk społeczno-gospodarczych bardziej odpowiednich do zmieniającej się rzeczywistości.

POJĘCIE I PROBLEMATYKA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ W LITERATURZE PRZEDMIOTU

W literaturze zagranicznej zagadnieniem przedsiębiorczości wiejskiej zajmowano się już w latach 90. XX w. Dostrzeżono wówczas, że istota przedsiębiorczości wiejskiej jest odmienna od innych form przedsiębiorczości, zwłaszcza przedsiębiorczości miejskiej. Za prekursora nowego spojrzenia na przedsiębiorczość wiejską uważa się Wortmana Jr., który w swojej klasycznej pracy *Rural entrepreneurship research: An intedration into entrepreneurship field* (1990) uporządkował i sformułował sposób rozumienia terminu „przedsiębiorczość wiejska” przedstawiany już wcześniej w różnych dyscyplinach naukowych. Wortman (1990), wychodząc od pojęcia przedsiębiorczości wiejskiej 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. Wcześniej, jak zauważył Wortman, nie był on definiowany ze względu na jego oczywistość albo definiowano go w zależności od prezentowanej perspektywy przedmiotowej lub teoretyczno-metodologicznej. Przykładowo na gruncie socjologicznym przedsiębiorczość wiejska była definiowana przez pryzmat stereotypowego wizerunku przedsiębiorcy (podejście atrybutywne), natomiast na gruncie ekonomicznym – jako proces tworzenia nowej firmy (podejście procesualne). Wortman Jr. (1990), rozwijając idee znaczenia środowiska lokalnego, zaproponował nową definicję przedsiębiorczości wiejskiej jako zjawiska tworzenia nowej firmy, która jest związana ze środowiskiem wiejskim. Wyraźne podkreślenie relacji przedsiębiorczość (firma – pozarolniczy pod-

miot gospodarczy) – środowisko lokalne spowodowało, że Wortmana Jr. uważa się za prekursora nowego spojrzenia na przedsiębiorczość wiejską.

Zwrócenie uwagi na znaczenie środowiska miejscowego w procesie rozwoju i funkcjonowaniu przedsiębiorczości wiejskiej zaowocowało powstaniem dwóch osobnych terminów opisujących to zjawisko. Pierwszy z nich to „przedsiębiorczość na wsi”, drugi – „przedsiębiorczość wiejska”. Termin pierwszy odnosi się jedynie do lokalizacji firm/przedsiębiorstw i określa wszystkie firmy/przedsiębiorstwa położone na obszarach wiejskich. Pojęcie drugie traktuje je nieco szerszej i odnosi się do firm/przedsiębiorstw, które nie tylko są zlokalizowane na obszarze wiejskim, ale również są „czystymi” formami przedsiębiorczości wiejskiej. Oznacza to, że przedsiębiorcy, zakładając firmę na obszarze wiejskim, nie tylko korzystają z zasobów środowiska wiejskiego (lokalnego), tworząc produkty i usługi, ale ich działalność jest też dla tego środowiska źródłem wielu korzyści (Baumgartner, Schulz i in., 2013; Korsgaard, Müller i in., 2015; Pato, Teixeira, 2016, 2018; Kulawiak, Suliborski, Rachwał, 2022).

Rozwijając tę myśl, można stwierdzić, że przedsiębiorczość wiejska jest:

- uzależniona od zasobów środowiska lokalnego, które determinują jej charakter i kształtują sam proces przedsiębiorczy – są to zasoby naturalne, społeczne, kulturowe, finansowe itp.;
- wpływa na rozwój środowiska lokalnego, a zależność ta ma charakter dwustronny; przedsiębiorczość wiejska w tym znaczeniu jest na tyle silnie związana ze środowiskiem (swoim wiejskim otoczeniem), że nie można jej ulokować ani przenieść w inne miejsce, nie tracąc nic z jej unikalnego charakteru; rozumiana w kontekście środowiska lokalnego wymaga zupełnie innego podejścia metodologicznego niż przedsiębiorczość na wsi – identyfikowana jedynie lokalizacją firmy na wsi.

Konieczność nowego podejścia teoretyczno-metodologicznego do przedsiębiorczości wiejskiej stała się inspiracją do poszukiwań adekwatnych modeli jej opisu, które możliwie w pełni pozwolą zrozumieć i wyjaśnić jej fenomen.

W polskiej literaturze geograficznej traktującej o przedsiębiorczości wiejskiej dominowało głównie podejście pozytywistyczne, w związku z czym stosowano przede wszystkim analizy oparte na szerokim wachlarzu technik statystycznych, odnosząc je do przestrzennych jednostek administracyjnych (Kamińska, 1996, 2004, 2011; Rosner, 2002; Bański, 2003; Wójcik, 2004; Kopacz, 2009; Kopacz-Wyrwał, 2015; Pawlik, Dziekański, 2021). Tematyka przedsiębiorczości na obszarach wiejskich była najczęściej podejmowana z perspektywy zachodzących przemian funkcjonalnych (w kontekście koncepcji wielofunkcyjnego rozwoju wsi) w celu „określenia kierunków tych przemian i trendów procesów społeczno-ekonomicznych zachodzących na terenach nieurbanizowanych” (Sikorski i in., 2021: 300) (Kłodziński, Fedyszak-Radziejowska, 2000, 2002; Rudnicki, 2013). W badaniach na poziomie lokalnym oraz odnoszących się do pojedynczych firm

i przedsiębiorców wiejskich, które są znacznie rzadsze, wykorzystywano niekiedy metody wywiadu kwestionariuszowego, skupiając się głównie na ekonomicznych mechanizmach powstawania i funkcjonowania firm (Falkowski, Kluba, 2004; Halamska, 2016). Próbę wykorzystania koncepcji zakorzenienia w badaniach działania ekonomicznego na obszarach wiejskich podjęli w niewielkim zakresie ekonomiści, m.in. Dudek (2011b) oraz Bisaga (2016).

Szczególnego znaczenia nabierają badania nad uwarunkowaniami lokalnymi rozwoju obszarów wiejskich. W największym stopniu wpływają one na „ostateczny przebieg i skalę transformacji obszarów wiejskich” (Sikorski i in., 2021: 299), a tym samym i na duże ich zróżnicowanie (polaryzację).

NOWE INTERPRETACJE ZJAWISKA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ

Każda przedsiębiorczość, która jest jakąś formą działania podejmowanego przez człowieka, bez względu na aspekt jej definiowania (ekonomiczny, psychospołeczny czy środowiskowy – geograficzny) jest co najmniej trojako uwarunkowana:

- specyfiką miejsca – jego atrybutami przyrodniczymi, funkcjonalnymi i lokalizacyjnymi,
- przymiotami samego przedsiębiorcy wynikającymi m.in. z dziedzictwa rodzinnego, osobowości, doświadczenia czy nabytych umiejętności,
- lokalnymi stosunkami społeczno-kulturowymi wynikającymi z przeszłości historycznej miejsca (genezy, tradycji, zakorzenienia) i współczesnych procesów przekształceń społeczności lokalnej.

W literaturze zagranicznej, głównie angielskojęzycznej, wraz z pojawieniem się nowego sposobu rozumienia zjawiska przedsiębiorczości badacze zaczęli poszukiwać innych niż dotychczas możliwości i sposobów jego naukowego opisu. Przedsiębiorczość wiejska, jak stwierdza wielu badaczy, jest procesem wieloaspektowym, dynamicznym, wymykającym się jednej, uniwersalnej klasyfikacji i perspektywie badawczej (Gartner, 1985; Anderson, 2000; Bruyat, Julien, 2001; Davidsson, 2003; Bennett, 2006). Naukowe poznanie tego zjawiska wymaga ciągłego przeglądu założeń epistemologicznych i ontologicznych (Fletcher, 2006, za: Anderson, Starnawska, 2008: 224). Rozpowszechniona w badaniach perspektywa pozytywistyczna, która z założenia koncentruje się na aspektach mierzalnych, uchwytnych i policzalnych, tworzy tylko jednowymiarowy i atomistyczny obraz zjawiska. Pozytywistyczny funkcjonalizm nie jest już podejściem pozwalającym wyjaśnić i zrozumieć proces powstania i rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej.

Znaczenie relacji i związków, które zachodzą między firmą a środowiskiem lokalnym, w poznaniu i zrozumieniu całokształtu zjawiska przedsiębiorczości wiejskiej stanowiło inspirację do wykorzystania w badaniach koncepcji wyrosłych na gruncie nauk społecznych, tj. psychologii społecznej, antropologii ekonomicznej,

geografii humanistycznej czy socjologii gospodarki, w tym jednego z jej nurtów – „nowej socjologii gospodarki”. Nurt ten wyrósł na Harvardzie jako odpowiedź na powstanie nowej ekonomii instytucjonalnej i zarazem był krytyką założeń paradygmatu utylitaryzmu jednostki jako podstawy wyjaśniania życia gospodarczego (Grzesiuk, 2015). Odrzucał on tezę, że jednostki w gospodarce podejmują działania, opierając się przede wszystkim na motywach racjonalnych wynikających z poszukiwania maksymalizacji swojej użyteczności. Jednym z pomysłów wpisujących się w ten sposób myślenia o gospodarce jest koncepcja zakorzenienia wprowadzona do nauki w latach 80. XX w. przez Granovettera (1985). Wykorzystuje ona myśl Polanyi (lata 30. XX w.) stwierdzającą, że funkcjonowanie człowieka w gospodarce opiera się na założeniu całkowitej zależności gospodarki od elementów systemu społecznego. Wszelkie działania gospodarcze są zakorzenione i w pewien sposób determinowane przez czynniki o charakterze społecznym, kulturowym, politycznym i terytorialnym (Dudek, 2011a). Istotną rolę w wyjaśnianiu zjawisk gospodarczych przypisuje się zatem czynnikom pozaekonomicznym, w tym społecznym, psychologicznym, osobowościowym, a proces działalności człowieka w gospodarce można opisać przez pryzmat jego zachowań społecznych. Podejście to odchodzi od zatowizowanej analizy funkcjonowania aktorów w gospodarce na rzecz założenia o wzajemnym powiązaniu społecznym jednostek, które determinują ich decyzje ekonomiczne.

Granovetter (1985) wyróżnił dwa typy zakorzenienia społecznego gospodarki: relacyjny i strukturalny. Pierwszy z nich dotyczy specyfiki istoty i jakości diadycznych relacji pomiędzy powiązаныmi jednostkami. Drugi koncentruje się na sieciowej strukturze relacji między większymi grupami aktorów (Grzesiuk, 2015: 22). Trafnym rozwinięciem tej koncepcji było wyróżnienie przez Zuckin i DiMaggio (1990) w pracy *Structures of Capital. The social organisation of the economy* czterech typów zakorzenienia: kognitywnego, kulturowego, strukturalnego i politycznego. „Pierwszy dotyczy poziomu jednostki i jej ograniczonej racjonalności w działaniach gospodarczych wynikających z posiadanych zdolności poznawczych. Zakorzenienie kulturowe odnosi się do wpływu wspólnych przeżyczeń danej zbiorowości na obierane strategie dotyczące decyzji gospodarczych. Wpływ struktury społecznej tożsamy jest z kolei z typem zakorzenienia zaproponowanym przez Granovettera, zaś zakorzenienie polityczne podkreśla wpływ instytucjonalnych uwarunkowań (politycznych, prawnych) działań gospodarczych na rynku” (Grzesiuk, 2015: 23). Założenia koncepcji zakorzenienia z uwagi na możliwość poznania „treści doświadczenia przedsiębiorcy”, w tym dotarcia do jego doświadczeń indywidualnych, wynikających z emocji, sposobu wartościowania, relacji w środowisku lokalnym, tożsamości oraz wiedzy, stały się inspiracją do jej empirycznego wykorzystania w badaniach przedsiębiorczości wiejskiej. Pionierami w tym zakresie byli m.in. Gartner (1985, 2001); Jack, Anderson (2002); Kalantaridis, Bika (2006); Korsgaard, Anderson (2011); Korsgaard, Muller,

Tanving (2015). Przełomowy w tym względzie był szczególnie artykuł Gartnera (1985), gdyż w znacznym stopniu przyczynił się do odejścia od indywidualnej konceptualizacji przedsiębiorczości na rzecz procesualnych ram opisu zjawiska tworzenia nowych przedsięwzięć. Łączyło to cztery elementy, tj. jednostkę; organizację, którą tworzy; środowisko, w którym działa; proces, w którym powstaje przedsięwzięcie. Wspólnym mianownikiem reprezentowanej przez wspomnianych badaczy zmiany w podejściu koncepcyjno-metodologicznym do zagadnienia przedsiębiorczości wiejskiej była powszechna zgoda, że przedsiębiorczość wiejska ma charakter procesualny, „nie jest rzeczą, lecz jest sposobem bycia, jest kształtowana przez kontekst” (Anderson, Starnawska, 2008: 224). Tym samym dostrzeżono, że dominacja paradygmatu pozytywistycznego skutkuje fragmentarycznymi badaniami, które mają tendencję do zbyt wąskiego spojrzenia na to zagadnienie. W konsekwencji na fali zmian nastąpił też zwrot w kierunku ujęć wyrosłych z paradygmatu konstruktywizmu społecznego i fenomenologii opartych na metodzie narracyjnej, narracyjno-relacyjnej oraz metaforze (opisie) (Rae, 2000; Down, 2006; Ciesielska, 2006). Argumentem przemawiającym za nowym podejściem było uznanie, że badania fenomenologiczne mogą pomóc w radzeniu sobie z subiektywnym, „żywym doświadczeniem” poprzez badanie tego, co ludzie doświadczają i jak (Cope, 2005). Innymi słowy pozwalają one wyjść poza to, co bezpośrednie, sięgnąć i zobaczyć kontekst oraz – co ważne – otoczenie społeczno-ekonomiczne. Podejście to pozwoliło zatem lepiej uchwycić, w jaki sposób przedsiębiorcy wiejscy tworzą nowe produkty w relacjach z innymi – z zespołami, sieciami i ze społecznościami (Fletcher, 2006).

Wraz ze zmianą podejścia badacze dostrzegli i docenili bogate i różnorodne źródła, w których ludzie opisują przedsiębiorczość i to, co ona dla nich oznacza (Cope, 2005). Te źródła w postaci narracji, mitów, metafor, fenomenologicznych badań i dyskursów (Ogbor, 2000) dają możliwość zrozumienia i uchwycenia różnorodnych sposobów bycia przedsiębiorczym, jak i podstawowych znaczeń dotyczących tego, jak przedsiębiorczość jest realizowana. Takie podejście jest też bardziej adekwatne do opisu procesu, który choć jest trudno definiowalny (Davidsson, 2003; Anderson, Starnawska, 2008), bezwzględnie kojarzy się z działaniem w postaci stawania się, planowania, spiskowania, myślenia, robienia tego, co jest możliwe. W konsekwencji badacze przedsiębiorczości wiejskiej porzucili podejście dedukcyjne, argumentując, że zbyt dużą rolę w tym procesie odgrywają czynniki nieprzewidywalne i irracjonalne, które nie dadzą się ująć w proste ramy dedukcji, tj. przypadek, elastyczność, okazja, szczęście, na rzecz podejścia indukcyjnego, w myśl zasady, że „bardziej otwarte i jakościowe podejścia mają większe szanse na zbadanie rzeczy, których jeszcze nie wiemy, i – co ważne – rzeczy, które chcemy i musimy wiedzieć o przedsiębiorczości” (Anderson, Starnawska, 2008: 225). Podjęcie rozważań nad naturą i charakterem przedsiębiorczości wiejskiej, a także połączenie kontekstu środowiska lokalnego i procesu działania przedsię-

biorczego, spowodowało że do badania tego zjawiska wykorzystano koncepcję strukturyzacji Giddensa (1984). Stanowi ona użyteczne ramy teoretyczne do postrzegania przedsiębiorczości jako zjawiska społecznego, z uwagi na uwzględnienie zarówno przedsiębiorcy, jak i relacji łączących go z otoczeniem (strukturami). Zachowania ekonomiczne, zwłaszcza zachowania przedsiębiorcze, nie występują w próżni, ale są osadzone w kontekście społecznym (Zimmer, Aldrich, 1987). Przedsiębiorczość wiejska jest więc zjawiskiem wysoce kontekstualnym, a kontekst nie jest abstrakcyjnym otoczeniem, ale konkretnym środowiskiem (Hjorth, Johannisson, 1997, za: Anderson, Starnawska, 2008).

W literaturze angielskojęzycznej przedmiotem szczególnego zainteresowania był wpływ otoczenia instytucjonalnego oraz społecznego na zachowania przedsiębiorcze (Hall i in., 1999; Jack, Anderson, 2002). W ostatnich latach wzrosło także zainteresowanie badaczy wpływem kontekstu przestrzennego na przedsiębiorczość wiejską (Korsgaard, Muller i in., 2015; Gaddefors i in., 2019). W polskiej literaturze przedmiotu, w tym w literaturze geograficznej, badanie przedsiębiorczości wiejskiej w kontekście „miejsca” nie zostało dotychczas podjęte, mimo że związek między przedsiębiorczością wiejską a miejscem (środowiskiem lokalnym) nie budzi już wątpliwości i ma trwałe miejsce w literaturze przedmiotu. Brak takich badań jest dużym niedopatrzeniem, tym bardziej że kategoria „miejsca”, jak się powszechnie uważa, jest najsilniej reprezentowana w badaniach geograficznych, w tym szczególnie w geografii humanistycznej (Wójcik, Suliborski, 2021). Cresswell (2004) napisał wprost: „Geografia humanistyczna to nauka o miejscach. O ile zatem geografia fizyczna może zajmować się bezosobową przestrzenią, pustymi terytoriami czy krajobrazami, o tyle *znacząca przestrzeń*, czyli miejsce jest domeną geografii humanistycznej” (za: Lewicka, 2012: 38). Dokonany zwrot w pojmowaniu przedsiębiorczości polegający na wyróżnieniu jej wiejskiej specyfiki stworzył nowe pole badawcze dla geografii humanistycznej. Miejsce (wieś) rozumiane w kategoriach realnych, tzn. jego zasoby fizyczne, społeczne i ekonomiczne czy lokalizacyjne, można opisać, odwołując się również do koncepcji funkcji miejsca (Suliborski, 2001, 2010), natomiast interakcje społeczno-kulturowe – do koncepcji zakorzenienia (Granovetter, 1985). Oba konstrukty opisująco-wyjaśniające są pomocne w zrozumieniu mechanizmów powstawania i funkcjonowania przedsiębiorczości wiejskiej oraz jej skutków istnienia w społeczności lokalnej, interpretowanej jako lokalny kontekst działania przedsiębiorcy.

UJĘCIE KONTEKSTOWE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI WIEJSKIEJ – PROPOZYCJA BADANIA

„Przedsiębiorczość” jest terminem wieloaspektowym, złożonym i zachodzi na wielu płaszczyznach (Gartner, 2001). Dotyczy to również przedsiębiorczości wiejskiej, którą wyróżnia, w świetle nowego sposobu jej interpretacji, silne związanie

z miejscem – ze środowiskiem, w którym występuje. Dogłębne poznanie (wyjaśnienie/zrozumienie) tego zjawiska wymaga odwołania się nie do jednej, jak to ma miejsce w polskiej literaturze przedmiotu, lecz wielu płaszczyzn poznania: ekonomicznej, społecznej, miejsca, lokalizacji, bo tylko wtedy można uchwycić istotę tego złożonego zjawiska. Przedsiębiorczość wiejska to, parafrazując myśl Webera, zbiór działań podejmowanych przez jednostki. Każde takie działania ma charakter „faktu społecznego”, co oznacza, że jest narzucane aktorom z zewnątrz przez środowisko, w którym funkcjonują, za pomocą norm, wartości, znaczeń, symboli, reguł współcześnie określanych mianem kultury społecznej (Weber, 2002).

Uwarunkowanie kulturowe przedsiębiorczości wiejskiej, obok czynników czysto ekonomicznych, stanowi podstawowy warunek umożliwiający jej funkcjonowanie i rozwój. W związku z tym badanie tego zjawiska wymaga odwołania się do różnych koncepcji teoretycznych. Płaszczyznę społeczną przedsiębiorczości wiejskiej można opisać i wyjaśnić, odwołując się np. do koncepcji zakorzenienia Granovettera czy też teorii „miejsca”, np. psychologii miejsca (przywiązania do miejsca, sensu miejsca), która opowiada i tłumaczy interakcje zachodzące między środowiskiem a człowiekiem lub człowiekiem a środowiskiem. Aspekt psychologiczny miejsca to wszystkie zachowania, wyobrażenia i preferencje, jakie przejawiają ludzie (przedsiębiorcy) wobec przestrzeni, z którą czują się na różnych poziomach związani tożsamościowo (Lewicka, 2012). Pozwalają one na identyfikację relacji zachodzących między podmiotami oraz podmiotami a środowiskiem lokalnym. Płaszczyznę gospodarczą można analizować na podstawie koncepcji ekonomicznych, które pozwalają na uchwycenie ekonomicznego mechanizmu działania podmiotów gospodarczych. Bardzo ważną płaszczyzną dla badania przedsiębiorczości wiejskiej jest środowisko geograficzne, które wraz z położeniem miejsca (lokalizacją) oferuje pewne zasoby stanowiące o możliwościach rozwoju procesu przedsiębiorczości wiejskiej. Przedsiębiorczość ta wykazuje bardzo silny związek z położeniem względem większych ośrodków miejskich. Jest to zależność wprost proporcjonalna, czyli im bliżej takiego ośrodka, tym więcej prywatnych firm. Płaszczyznę „położenia” można interpretować w świetle teorii lokalizacji.

Koncepcja funkcji miejsca pozwala odkryć i zrozumieć, jak powstaje miejsce (jak jest ono kreowane). Nie daje odpowiedzi wprost, jak powstaje przedsiębiorczość wiejska i co ją warunkuje, lecz jak zmienia ona przestrzeń (miejsce), w którym działa, jakie kreuje formy i funkcje ekonomiczne, czyli jakie niesie znaczenie gospodarcze oraz jak wytwarzają się nowe funkcje społeczne. Innymi słowy pozwala zrozumieć mechanizmy kreowania miejsca. Interpretuje bowiem to miejsce (wieś, obszar wiejski) poprzez odwołanie do trzech podstawowych kategorii życia ludzkiego (jego aspektów): aspektu społeczno-kulturowego, gospodarczego (ekonomicznego) oraz fizjonomicznego (przestrzennego).

Przyjmując współczesne rozumienie przedsiębiorczości wiejskiej jako zjawiska tworzenia firm silnie związanych z lokalnym środowiskiem, koncepcja ta może

być użyteczna w poznaniu, jak przedsiębiorcy wiejscy wpisują się w miejsce, wykorzystując jego zasoby, i jak na nie wpływają, innymi słowy jak tworzą swoje lokalne środowiska przedsiębiorczości i jak w nich działają. Geograficzna interpretacja procesu przedsiębiorczości wiejskiej odwołuje się do analizy elementarnej i zasadniczego przedmiotu badania geografii, jakim jest miejsce w całej złożoności jego rozumienia (Wójcik, Suliborski, 2021). Koncepcja próbuje opisać nie tylko to, jak przedsiębiorcy tworzą firmy w środowisku wiejskim i w nim funkcjonują, jaka istnieje między nimi synergia, ale również jak kreują oni miejsce, różnicując wiejską przestrzeń społeczno-ekonomiczną, co prowadzi do wyjaśnienia i zrozumienia zjawiska przedsiębiorczości.

Zjawisko przedsiębiorczości jest w tym ujęciu traktowane jako proces, który się dzieje i zmienia otaczającą rzeczywistość/przestrzeń. Koncepcja uwzględnia nie tylko to, co wpływa na przedsiębiorczość wiejską i od czego ona zależy (tzw. konteksty), i dzięki temu wyjaśnia, dlaczego jest ona tak zróżnicowana, lecz uwzględnia też badanie efektów (rezultatów), które ta działalność generuje (których jest źródłem). Przedsiębiorcy, tworząc firmę, korzystając z walorów danego środowiska, również to środowisko tworzą, zmieniają i przekształcają. Kontekstowość przedsiębiorczości opisana zostaje poprzez aspekty funkcji miejsca: społeczny, przestrzenny (fizjonomiczny) oraz ekonomiczny.

Punktem wyjścia jest uznanie przedsiębiorczości wiejskiej, tak jak dotychczas na gruncie nauk geograficznych, za podmiot gospodarczy, który jest jednak uspołeczniony, to znaczy jest tworzony i prowadzony przez przedsiębiorców – ludzi. Przedsiębiorczość wiejska jest rozpatrywana z perspektywy osoby podejmującej decyzję o wejściu w rolę przedsiębiorcy, tj. kreatora określonej firmy. Są to osoby, które jednak nie działają w zobiektywizowanym, uniwersalnym środowisku ekonomicznym (jak chce tego podejście pozytywistyczne), lecz – tak jak przyjmuje to paradygmat interpretacyjny – działają w środowisku subiektywnym, zgodnie z własną wiedzą. Mają przy tym ograniczone możliwości dotarcia do niej, a wraz z tym różne możliwości jej wykorzystania. Czerpią jednak dowolnie ze swojego środowiska, w pełni wykorzystując swoją wiedzę, doświadczenie, znajomości i możliwości indywidualne. Ponieważ ludzie różnią się jednak pod względem wymienionych zasobów, każdy działa inaczej i w związku z tym inaczej kształtuje też swoje środowisko. Zaproponowane podejście jest także podejściem relacyjnym. Opiera się bowiem na badaniu relacji (wywiad), jaka zachodzi między przedsiębiorcą – właścicielem firmy a zajmowanym przez niego miejscem (przestrzenią wiejską). Relacje te mogą odnosić się do możliwości i potrzeb osoby przedsiębiorczej (przedsiębiorcy wiejskiego), jego szans i zagrożeń generowanych przez otoczenie, w którym działa, oraz wszelkich procesów zachodzących w jego przestrzeni i mających wpływ na efekty gospodarcze.

W kompleksowym badaniu przedsiębiorczości wiejskiej można wykorzystać założenia koncepcji funkcji miejsca, ujmując przedsiębiorczość wiejską w trzech wymiarach:

- 1) osoby przedsiębiorcy (przedsiębiorca wiejski o określonej kompetencji i atrybutach) – jego cechy osobowe, społeczne itp.;
- 2) zasobów otoczenia (przyrodnicze, ekonomiczne, społeczne, instytucjonalne) – szanse i zagrożenia tworzone przez otoczenie itp.;
- 3) rezultatów (efektów) działania przedsiębiorczego, które uzewnętrzniają się w postaci:
 - nowych funkcji przestrzennych – nowych form zagospodarowania terenu (aspekt przestrzenny),
 - nowych funkcji ekonomicznych miejsca (wsi) – aspekt ekonomiczny (nowe produkty, usługi, technologia, nowe rynki zbytu, źródła zasobów, nowe rynki pracy, lepsze zaspokojenie potrzeb itp.),
 - nowych funkcji społecznych miejsca (wsi) – aspekt społeczny (większa integracja społeczna, wzrost zaufania społecznego, poczucie tożsamości lokalnej, podniesienie poziomu własnej wartości, wzrost satysfakcji, aktywizacja społeczności lokalnych itp.).

Przedsiębiorczość nigdy nie jest zjawiskiem ostatecznym, lecz ma charakter procesualny. Efekty przedsiębiorczości na zasadach sprzężenia zwrotnego oddziałują na środowisko wiejskie, wpływając często na ujawnienie się nowych przedsiębiorczych jednostek ludzkich.

Koncepcja funkcji miejsca może być zatem bardzo użyteczna w analizie zjawiska przedsiębiorczości wiejskiej z co najmniej trzech powodów:

- koncepcja ta stara się wyjaśnić zjawiska gospodarcze przez pryzmat zachowań społecznych, a przedsiębiorczość jest procesem gospodarczym stworzonym przez ludzi;
- przedsiębiorczość wiejska, zgodnie z jej współczesnym i aktualnym rozumieniem, może być opisana i wyjaśniona jedynie w kontekście dogłębnego poznania środowiska, w którym funkcjonuje – koncepcja zakorzenienia oparta na uchwyceniu relacji między środowiskiem a przedsiębiorcą daje taką możliwość;
- ujęcie relacyjne umożliwia także identyfikację mechanizmu tworzenia się postaw przedsiębiorczych w konkretnych warunkach środowiskowych, a tym samym daje możliwość poznania subiektywnych aspektów podejmowania decyzji gospodarczych.

Przedsiębiorczość wiejska, zgodnie z jej definicją, nie powstaje bowiem w oderwaniu od lokalnego środowiska, lecz jest z nim integralnie związana, co odróżnia ją od przedsiębiorczości na wsi. Wyjaśnienie jej fenomenu nie jest możliwe bez identyfikacji wzajemnych powiązań zachodzących na linii środowisko materialne – przedsiębiorca lokalny – lokalna społeczność. Przedsiębiorczość wiejska

czepie z otoczenia lokalnego oraz lokalnej społeczności, ale zarazem sama na nie oddziałuje i je zmienia. Ważne jest zatem nie tylko poznanie samych relacji, jakie zachodzą między wymienionymi elementami, ale również poznanie ich zakresu, siły i charakteru, co umożliwia odwołanie się do koncepcji zakorzenienia. Moc wyjaśniania w koncepcji zakorzenienia kryje się bowiem w poznaniu charakteru i stopnia zaangażowania przedsiębiorców w ich otoczenie. Jakość i rodzaj relacji są równie ważne, gdyż pozwalają zidentyfikować i uwypuklić ich specyfikę i indywidualność w określonych warunkach oraz zidentyfikować cechy, które za tę indywidualność i specyfikę odpowiadają. Odwołanie się do koncepcji zakorzenienia pozwala ponadto wpisać problem przedsiębiorczości wiejskiej w nurt ujęć humanistycznych, których celem jest nie ilościowy pomiar zjawiska, lecz jego zrozumienie, wyjaśnienie i nadanie mu znaczenia. Innymi słowy nie ogranicza jego interpretacji jedynie do aspektu ekonomicznego.

Zaproponowana koncepcja jest propozycją wielokontekstowego ujęcia zjawiska przedsiębiorczości wiejskiej. Jest to pewne rozwiązanie modelowe będące wygodnym dla badacza narzędziem analitycznym dostarczającym pewnego standardu.

PODSUMOWANIE

W artykule zwrócono szczególną uwagę na kategorię miejsca i jego rolę (znaczenie) w procesie powstania i rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej. Koncepcja miejsca jako filozoficzna nadbudowa (ontologiczna i epistemologiczna) badania przedsiębiorczości wiejskiej wydaje się właściwa ze względu na całościowy zakres ujęcia procesów warunkujących zaistnienie tego zjawiska. Miejsce jest bowiem wyjątkowym typem przestrzeni, którą można opisać jako uczłowieczoną, oswojoną i nazwaną, tym samym wyróżnia ją emocjonalny związek z człowiekiem. Przedsiębiorczość wiejska to z kolei coś więcej niż sama lokalizacja. To przestrzeń, która dla podejmującego działalność gospodarczą człowieka – dzięki istniejącym i stworzonym właściwościom – stała się jego miejscem. Przedsiębiorczość wiejską wyróżnia nie sama lokalizacja na obszarze wiejskim, ale przestrzeń, która dla podejmującego działalność gospodarczą człowieka – dzięki istniejącym i stworzonym właściwościom – stała się jego miejscem.

Specyfika danego środowiska wiejskiego (społecznego i fizycznego), indywidualne cechy człowieka – przedsiębiorcy wiejskiego oraz jego interakcje z otoczeniem pozwalają na uchwycenie przedsiębiorczości wiejskiej *in situ*. Kreuje ona miejsce – przestrzeń, ale i jest jej wytworem. Fenomenologiczny opis indywidualnych, ale i zbiorowych doświadczeń przedsiębiorcy wiejskiego polegający na wyjaśnieniu, jak przestrzeń staje się dla przedsiębiorcy miejscem, jest warunkiem do przeprowadzenia pogłębionej analizy procesu przedsiębiorczości, jego zaistnienia i mechanizmów sterujących. Wykorzystanie różnych podejść teoretyczno-badawczych może nie tylko pomóc w wyjaśnieniu tego, skąd się biorą różnice w charakterze,

rodzaju i kierunkach rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej, lecz także odsłonić genezę subtelnych różnic treściowych między nimi. Geneza „treści” przedsiębiorczości wiejskiej jest relacyjna. Ta sama sytuacja, ten sam bodziec czy środowisko lokalne mogą być różnie odbierane, oceniane i wykorzystane przez poszczególne osoby, mogą wywołać reakcję o odmiennych treściach (podjęcie działalności gospodarczej). Zaproponowane kompleksowe i pod względem metodologicznym pluralistyczne podejście do badania przedsiębiorczości wiejskiej można potraktować jako przyczynek do tworzenia „teorii przedsiębiorczości wiejskiej”.

LITERATURA

- Anderson A.R. (2000). The protean entrepreneur: the entrepreneurial process as fitting self and circumstance. *Journal of Enterprising Culture*, 8(3): 201–234. <https://doi.org/10.1142/S0218495800000127>
- Anderson A.R., Starnawska M. (2008). Research practices in entrepreneurship, problems of definition, description and meaning. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 4(9): 221–230. <https://doi.org/10.5367/000000008786208731>
- Bański J. (2003). Pozarolniczy rozwój gospodarczy na obszarach wiejskich w Polsce. *Przeegląd Geograficzny*, 75(2): 385–401.
- 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. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.710266>
- Bennett R. (2006). Business lecturers' perception of the nature of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 12(3): 165–188. <https://doi.org/10.1108/13552550610667440>
- 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.
- Bruyat C., Julien P.A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2): 165–180. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00043-9)
- Ciesielska M. (2006). Antropologia w badaniach przedsiębiorczości: nowe nurty w badaniach jakościowych. *Studia i Materiały*, 1: 18–28.
- Cope J. (2005). Researching entrepreneurship through phenomenological inquiry. *International Small Business Journal*, 23(2): 387–395. <https://doi.org/10.1177/0266242605050511>
- Creswell T. (2004). *Place. A short introduction*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Davidsson P. (2003). The domain of entrepreneurship research: some suggestions. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 6: 2–90.
- DiMaggio P., Zukin S. (1990). *Structures of Capital. The Social Organization of the Economy*. Cambridge University Press.
- Down S. (2006). *Narratives of Enterprise: Crafting Entrepreneurial Self-Identity*. Cheltenham: Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781845429904>

- Dudek M. (2011a). Przedsiębiorczość w perspektywie koncepcji zakorzenienia działania ekonomicznego. *Studia Socjologiczne*, 4(203): 155–175.
- Dudek M. (2011b). Rolnictwo a koncepcja zakorzenienia 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. *Studia Obszarów Wiejskich*, 5: 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.
- Figlus T., Musiaka Ł., Wachecka-Kotkowska L., Włodarczyk B. (2022). Społeczna rola geografii jako nauki – wyniki badań empirycznych. *Czasopismo Geograficzne*, 93(4): 639–663. <https://doi.org/10.12657/czageo-93-25>
- Fletcher D.E. (2006). Entrepreneurial processes and the social construction of opportunity. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(5): 421–440. <https://doi.org/10.1080/08985620600861105>
- Frederick M., Long C.A. (1989). Entrepreneurship theories and their use in rural development, bibliographies and literature of agriculture. *Economic Research Service*. Washington: US Department of Agriculture, DC: 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. <https://doi.org/10.1177/1465750318785545>
- Gartner W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4): 696–706. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279094>
- Gartner W.B. (2001). Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4): 27–38. <https://doi.org/10.1177/104225870102500403>
- Giddens A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.
- Granovetter M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3): 481–510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Granovetter M. (2005). The Impact of Social Structure on Economic Outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1): 33–50. <https://doi.org/10.1257/0895330053147958>
- Grzesiuk K. (2015). Marka Granovettera koncepcja zakorzenienia gospodarki. W: 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. <https://doi.org/10.53098/wir012016/04>
- Hall R.E., Jones C.I. (1999). Why do some countries produce so much more output per worker than others? *Quarterly Journal of Economics*, 114(1): 83–116. <https://doi.org/10.1162/003355399555954>
- Hjorth D., Johannisson B. (1997). *The ugly duckling of organizing – on entrepreneurialism and managerialism*. <http://sbaer.uca.edu/research/icsb/1997/pdf/44.pdf>

- Jack S.L., Anderson A.R. (2002). The Effects of Embeddedness upon the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 17(5): 467–487. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00076-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00076-3)
- Kalantaridis Ch., Bika Z. (2006). Local embeddedness and rural entrepreneurship: case study evidence from Cumbria, England. *Environment and Planning*, 38: 1561–1579. <https://doi.org/10.1068/a3834>
- 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.
- Kamińska W. (2011). Pozarolnicza aktywność gospodarza osób fizycznych na obszarach wiejskich w Polsce. *Studia KPZK PAN*, 133: 103–127.
- Kłodziński M., Fedyszak-Radziejowska B. (red.) (2002). *Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i w krajach UE*. Warszawa: IRWiR PAN.
- Kopacz I. (2009). Rozwój przedsiębiorczości w strefie podmiejskiej Kielc w warunkach transformacji systemowej. W: Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), *Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego, s. 297–309. <https://doi.org/10.24917/20833296.5.26>
- Kopacz-Wyrwał I. (2015). Przedsiębiorczość a poziom życia na obszarach wiejskich Polski wschodniej. W: Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), *Rola przedsiębiorczości w kształtowaniu społeczeństwa informacyjnego*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego, s. 82–97. <https://doi.org/10.24917/20833296.11.6>
- Korsgaard S., Anderson A.R. (2011). Enacting entrepreneurship as social value creation. *International Small Business Journal*, 29(2): 135–151. <https://doi.org/10.1177/0266242610391936>
- 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. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2013-0205>
- 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. <https://doi.org/10.2478/quageo-2022-0020>
- Lewicka M. (2012). *Psychologia miejsca*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar.
- Ogbor J.O. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies. *Journal of Management Studies*, 37(5): 605–635. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00196>
- Pato M.L., Teixeira A.A. (2016). Twenty years of rural entrepreneurship: A bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1): 3–28. <https://doi.org/10.1111/soru.12058>
- Pato M.L., Teixeira A.A. (2018). Rural entrepreneurship: the tale of a rare event. *Journal of Place Management and Development*, 11(1): 46–59. <https://doi.org/10.1108/JPM-08-2017-0085>
- 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. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-2-1-11>

- Rae D. (2000). Understanding entrepreneurial learning: a question of how? *International Journal of Entrepreneuria Behaviour and Research*, 6(3): 145–159. <https://doi.org/10.1108/13552550010346497>
- Rosner A. (2002). Przedsiębiorczość wiejska a lokalny rynek pracy. W: M. Kłodziński, B. Fedyszak-Radziejowska (red.), *Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i w krajach UE*. Warszawa: IRWiR PAN.
- Rudnicki R. (2013). Zmiany liczby i powierzchni obszarów rolnych w latach 2002–2010 jako element oceny rozwoju społeczno-gospodarczego w Polsce. *Studia Obszarów Wiejskich*, XXXIV: 87–112.
- Sikorski D., Tomczak P., Latocha A., Szmytkie R., Miodońska P., Kajdanek K. (2021). Od gospodarki agrarnej do wielofunkcyjnej. Zmiany funkcjonalne obszarów wiejskich i wsi na przykładzie powiatu kłodzkiego. *Czasopismo Geograficzne*, 92(2): 297–323. <https://doi.org/10.12657/czageo-92-13>
- Suliborski A. (2001). *Funkcje i struktura funkcjonalna miast. Studia empiryczno-teoretyczne*. Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Suliborski A. (2010). *Funkcjonalizm w polskiej geografii miast. Studia nad genezą i pojęciem funkcji*. Łódź: Wydawnictwo UŁ.
- Tuan Y.-F. (1977). *Przestrzeń i miejsce*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Weber M. (2002). *Gospodarka i społeczeństwo*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wortman M.S. Jr. (1990). Rural entrepreneurship research: An integration into the entrepreneurship field. *Agrobusiness*, 6(4): 329–344. [https://doi.org/10.1002/1520-6297\(199007\)6:4<329::AID-AGR2720060405>3.0.CO;2-N](https://doi.org/10.1002/1520-6297(199007)6:4<329::AID-AGR2720060405>3.0.CO;2-N)
- Wójcik M. (2004). Rozwój pozarolniczej działalności gospodarczej w wybranych gminach wiejskich aglomeracji łódzkiej. *Studia Obszarów Wiejskich*, 5: 123–137.
- Wójcik M., Suliborski A. (2021). Geografia człowieka. W poszukiwaniu pojęcia „miejsce”. *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 56: 9–29. <https://doi.org/10.14746/rrpr.2021.56s.03>
- Zimmer C., Aldrich H.E. (1987). Resource mobilization through ethnic networks. *Sociological Perspectives*, 30(4): 422–445. <https://doi.org/10.2307/1389212>