

Michał Roman

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

INSTYTUCJONALNO-ORGANIZACYJNE UWARUNKOWANIA ROZWOJU INNOWACYJNOŚCI W TURYSTYCE WIEJSKIEJ – STUDIUM PRZYPADKU

INSTITUTIONAL AND ORGANIZATIONAL CONDITIONS OF INNOVATION DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM – A CASE STUDY

Słowa kluczowe: instytucjonalne i organizacyjne uwarunkowania, innowacyjność, turystyka wiejska

Key words: institutional and organizational conditions, innovation, rural tourism

Abstrakt. Celem pracy było ukazanie instytucjonalnych i organizacyjnych uwarunkowań rozwoju innowacyjności turystyki wiejskiej. Przedstawiono zagadnienie innowacyjności w teorii ekonomii, następnie zaprezentowano uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej na przykładzie wybranych podmiotów (samorząd terytorialny, ośrodki doradztwa rolniczego, stowarzyszenia agroturystyczne). Przedstawiono również własny, innowacyjny pomysł prowadzenia działalności turystycznej na terenie województwa podlaskiego.

Wstęp

W rozwoju turystyki wiejskiej znaczącą rolę powinny odgrywać instytucje i organizacje wspierające jej rozwój, w tym samorządy terytorialne, ośrodki doradztwa rolniczego, stowarzyszenia agroturystyczne i inne. Istotnym zadaniem jest prowadzenie innowacyjnych działań przez wyszczególnione podmioty. Powinny one wspierać rozwój turystyki wiejskiej przez efektywność i konkurencyjność działalności z umiejętnością dostosowania się do zmian zachodzących na rynku turystycznym. Otoczenie instytucjonalne i jego charakter mają istotne znaczenie w działalności przedsiębiorstw turystycznych.

Oferowanie usług noclegowych i wyżywienia w gospodarstwach agroturystycznych przy uwzględnieniu potrzeb turystów w większości przypadków staje się niewystarczające. Stąd produkt turystyczny, aby stał się innowacyjny powinien być wzbogacany o dodatkowe usługi, m.in.: konferencyjne, transportowe, *wellness* i SPA, oferowanie klientom usług w ramach punktów informacji turystycznej. Pobyt turystów na wsi wiąże się nie tylko z odpoczynkiem, ale też ze zdobywaniem wiedzy na temat: rzemiosła dawnego, rękodzielnictwa czy też tradycji ginących zawodów. Przykładem na Podlasiu innowacyjnego muzeum na terenach wiejskich są Wiejskie Domy Pracy Twórczej „Uroczańka”. Firma ta oferuje usługi z kultury i dziedzictwa narodowego. W jej ramach działają takie domy, jak: Chata Swojskich Smaków, Dom Rzemiosła Dawnego, Antkowa Kuźnia, Dom Dzieła Artystycznego, Chata Zdrowia i Urody (swoiste *wellness*, SPA), powiązana z ruską kąpielą i suszarnią ziół. Ponadto funkcjonuje Chata Dobrego Wychowania, w której prowadzone są zajęcia dotyczące zasad *savoir vivre*.

Celem pracy było ukazanie instytucjonalnych i organizacyjnych uwarunkowań rozwoju innowacyjności turystyki wiejskiej. Przedstawiono również własny, innowacyjny pomysł prowadzenia działalności turystycznej.

Istota innowacyjności i jej uwarunkowania

Pojęcie innowacja pochodzi od łacińskiego słowa *innovatis*, czyli “odnowienie, tworzenie czegoś nowego” i zawsze oznacza jakąś zmianę. Jednak nie każda zmiana zasługuje na miano innowacji [Tokarski 1980].

Należy zauważyć, że w klasycznym ujęciu innowacja oznacza podejmowanie nowej działalności gospodarczej lub świadczenie nowych usług przez nowe kombinacje czynników produkcji,

nowe wyroby, sposoby dystrybucji dóbr i usług [Fiedor 1979]. Podkreśla się znaczenie innowacji wyrażających się tempem i zakresem kreowania oraz wdrażania przez przedsiębiorstwa nowych technologii produkcji, metod zarządzania, nowoczesnych produktów i usług, jako jednego z głównych czynników decydujących o przewadze konkurencyjnej przedsiębiorstwa i gospodarki. Coraz częściej podkreśla się, że innowacyjność to dokonywanie znaczących zmian w celu poprawy produktów, usług, programów, procesów, operacji i modelu biznesowego organizacji, a także tworzenia nowej wartości dla interesariuszy. Obiekt innowacji powinien być lepszy, tańszy, użyteczniejszy i bardziej wartościowy [Borkowska 2010].

W teorii ekonomii termin „innowacja” pojawił się na początku XX wieku. Wprowadził je Schumpeter w 1912 roku. Według Mansfielda, prace nad procesami innowacyjnymi rozwinęły się w latach 60. XX wieku [Fiedor 1979]. Wprowadzenie pojęcia innowacje przez Schumpetera rozpoczęło dyskusję nad znaczeniem tego terminu w teorii ekonomii i gospodarce. W jego opinii działalność innowacyjną należy rozumieć, jako praktyczne zastosowanie i wykorzystanie nowości w produkcji i w procesie (w zaopatrzeniu, w wytwarzaniu i realizacji produkcji). Działalność innowacyjną przedstawia się jako kombinację funkcjonalną pięciu następujących możliwości: wprowadzenie do produkcji nowych wyrobów lub udoskonalenie dotychczas istniejących, wprowadzenie nowej lub udoskonalonej metody produkcji, otwarcie nowego rynku, zastosowanie nowego sposobu sprzedaży lub zakupów, zastosowanie nowych surowców lub półfabrykatów, wprowadzenie nowej organizacji produkcji [Schumpeter 1960]. Zdaniem Schumpetera, wspólną płaszczyzną dla wszystkich wymienionych powyżej możliwości jest zjawisko nowości oraz wielokierunkowość innowacji obejmująca sferę przedprodukcyjną, produkcyjną, jak też poprodukcyjną podmiotu gospodarczego.

Kluczowym słowem w definicji jest nowość, które dotyczy pierwszego zastosowania danego rozwiązania. Schumpeter nie uznawał za innowacje ich upowszechniania nowości i określał je mianem imitacji (naśladownictwa). Istotne znaczenie przypisywał także osiągnięciu pozytywnego wyniku ekonomicznego z wprowadzenia innowacji i możliwości jej wykorzystania w praktyce [Niedzielski, Rychlik 2006]. Według Schumpetera [1960] działalność innowacyjna obejmuje zarówno przedsięwzięcia techniczne, ale też ekonomiczno-organizacyjne, dotyczące realizacji nowego produktu, metody produkcji, otwarcia nowego rynku, zdobycia nowego źródła zasobów (surowców, półfabrykatów) oraz reorganizacji procesów wytwarzania.

W literaturze ekonomicznej spotyka się wiele innych definicji innowacji. Są one interpretowane w znaczeniu szczegółowym (*sensu stricto*) i określa się je jako zmiany w sferze produkcji, bazując na nowej lub niewykorzystanej dotychczas wiedzy. Niektórzy badacze uważają, że innowacje to procesy badań i rozwoju, zmierzające do zastosowania i użytkowania ulepszonych rozwiązań w technice, technologii i organizacji [Czemiel-Grzybowska 2011]. Do nich należą:

- Soete definiujący innowacje, jako „pierwsze komercyjne zastosowanie lub wyprodukowanie nowej technologii lub produktu” [Freemen, Soete 1997],
- Kuznets [1959], według którego innowacje to „nowe zastosowanie starej lub nowej wiedzy do procesu produkcji inicjujące zastosowanie wynalazku”,
- Carter i William [1958], którzy uważają, że innowacje to „wprowadzenie wynalazku stanowiącego część niewykorzystanej wiedzy technologicznej.

Według Janasza [2003] kategoria innowacji powinna być przedstawiana zarówno w wąskim znaczeniu z określeniem jej wpływu na: procesy produkcyjne, przedprodukcyjne i poprodukcyjne i w trakcie realizacji produkcji, jak i w znaczeniu społecznym i organizacyjnym (szerszym).

W teorii ekonomii występują definicje innowacji określające z jednej strony absolutną nowość, z drugiej zaś dopuszczającą nowość upowszechnioną. Wyjaśnia to definicja innowacji zawarta w *Podręczniku Oslo* z 2008 r., określająca jako „całokształt działań naukowych, technicznych, organizacyjnych, finansowych i komercyjnych, które prowadzą lub mają w zamierzeniu prowadzić do wdrażania innowacji. Niektóre z tych działań mają charakter innowacyjny, natomiast inne nie są nowością, lecz stanowią niezbędny krok na drodze ku wdrożeniu innowacji”. Wśród badaczy uważających, że innowacją jest pierwsze zastosowanie wynalazku można wymienić:

- Mansfield’a [1968], który pod pojęciem innowacji rozumie pierwsze zastosowanie wynalazku,
- Whitfield’a [1979], który uważa, że innowacja to „ciąg skomplikowanych działań polegających na rozwiązywaniu problemów. W rezultacie powstaje kompleksowa i całkowicie opracowana nowość”. Natomiast do osób, które zaliczają do innowacji niekoniecznie nowość w skali światowej można zaliczyć:
 - Rogers’a [1962], którego zdaniem innowacja to „idea, praktyka lub obiekt postrzegany przez jednostkę akceptującą jako nową, przy czym dla zachowania ludzkiego istnienia istotne nie jest to, czy jakaś idea jest obiektywnie nowa tzn. dopiero odkryta lub stworzona, tylko to czy jest ona traktowana przez ludzi jako nowa”;
 - Barnett’a [1953], który twierdził, że innowacja to „każda myśl, zachowanie lub rzecz, która jest nowa tzn. jakościowo różni się od form istniejących”;
 - Pietrusińskiego [1971], w opinii którego innowacje to „zmiany celowo wprowadzone przez człowieka lub zaprojektowane przezeń układy cybernetyczne, które polegają na zastępowaniu dotychczasowych stanów rzeczy innymi, ocenianymi dodatnio w świetle określonych kryteriów i składającymi się w sumie na postęp”;
 - Rothwell’a [1985], który uważa, że innowacja to „techniczne, finansowe, jak i związane z zarządzaniem, projektowaniem, produkcją, marketingiem, działania zaangażowane w komercjalizację nowego (bądź ulepszanego) procesu wytworzenia lub produktu”;
 - Bogdaniecko [2004], według którego pod pojęciem innowacyjności rozumie się „zdolność do tworzenia i wdrażania zmian w różnych sferach życia społeczno-gospodarczego. Pojawia się ona głównie w sposobach zaspokajania potrzeb oraz w sposobach działania człowieka przy realizacji procesów wytwórczych i usługowych służących uzyskiwaniu produkowanych wyrobów, a także w umożliwieniu wytwarzania nowych dóbr, co związane jest ze zmianami w strukturach organizacyjnych oraz w stosowanej technice”;
 - Marczyka [1971] uważającego, że innowacja to „taka wartość kulturowa (materialna np. narzędzie lub niematerialna np. metoda pracy), która w danych warunkach czasowych i przestrzennych jest traktowana przez ludzi jako nowa”.

Innowacje można klasyfikować ze względu na różne kryteria podziału. Biorąc pod uwagę kryterium przedmiotowe można podzielić innowacje na produktowe i procesowe. Według Hjalagera [2010] „innowacje produktowe dotyczą zmian bezpośrednio postrzeganych przez konsumenta jako nowych, zarówno w znaczeniu niespotykanych dotychczas, jak i nowatorskich dla poszczególnych przedsiębiorstw czy przelnaczenia. Innowacje te mogą w znacznym stopniu przyczynić się do decyzji o zakupie. Zaś innowacje procesowe zazwyczaj dotyczą funkcjonowania zaplecza, którego głównym celem jest wzrost sprawności, wydajności oraz przepustowości poszczególnych operacji. Rozwiązania technologiczne oraz innowacje z nimi związane, będąc podstawą koncepcji innowacji procesowych, często wykorzystywane są razem z przebudowanym planem technicznym wykorzystywanych czynności manualnych”.

Ze względu na fazy tworzenia i realizacji produktu można wyodrębnić innowacje organizacji zaopatrzenia produkcji i zbytu, a w tym także innowacje marketingowe. Mieszczą się one w obrębie innowacji procesowych, gdyż są to innowacje polegające na wprowadzeniu nowej metody organizacji funkcjonowania firmy, organizacji miejsca pracy oraz relacji w obrębie zatrudnionego personelu.

Innowacyjność we współczesnej gospodarce stanowi podstawę osiągnięcia przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Jest ona powiązana z kreatywnością i przedsiębiorczością. Wdrażanie wynalazków połączone z dążeniem do zapewnienia wysokiej jakości świadczonych usług staje się obecnie wyzwaniem dla każdego przedsiębiorstwa w branży turystycznej.

Institutionalno-organizacyjne uwarunkowania rozwoju innowacyjności turystyki wiejskiej

W rozwoju innowacyjności turystyki wiejskiej istotną rolę odgrywa sfera instytucjonalno-organizacyjna. Obecnie można dostrzec dynamiczny rozwój badań dotyczących instytucji ekonomicznych i ich roli w działalności turystycznej. Szczególne znaczenie w tym zakresie powinny mieć podmioty działające na szczeblu o zasięgu krajowym, regionalnym i lokalnym (urzędy

marszałkowskie urzędy powiatów i gmin), Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”, Polska Organizacja Turystyczna oraz podległe jej regionalne i lokalne organizacje turystyczne, ośrodki doradztwa rolniczego, stowarzyszenia agroturystyczne, lokalne grupy działania, stowarzyszenia związków gmin i inne podmioty przyczyniające się do wzrostu tej formy działalności turystycznej na obszarach wiejskich.

Zaangażowanie samorządów terytorialnych w innowacyjny rozwój turystyki wiejskiej polegać powinno na tworzeniu warunków do jej funkcjonowania, np. poprawie stanu infrastruktury technicznej i społecznej, w tym szczególnie infrastruktury turystycznej. Ważne jest także inicjowanie i finansowanie działań mających na celu zwiększenie atrakcyjności turystycznej regionu, np. upowszechniających kulturę regionu przez organizowanie festynów, targów służących prezentacji dorobku artystycznego lokalnych twórców, organizacja szkoleń i konkursów (na najlepszą zagrodę rolniczą, konkurs „Innowatora roku” w różnych kategoriach: osoba kreująca innowacyjne rozwiązania w turystyce, innowacyjne gospodarstwo, innowacyjne przedsięwzięcie). W ramach działań promocyjnych samorząd terytorialny powinien podejmować czynności zachęcające potencjalnych klientów do wypoczynku na obszarach wiejskich (publikacja ulotek, map, broszur).

Udział ośrodków doradztwa rolniczego w rozwoju turystyki wiejskiej głównie powinien być podejmowany w celu pomocy rolnikom w uruchomieniu działalności agroturystycznej. Polegać to powinno na przekazaniu rolnikom podstawowej wiedzy dotyczącej przygotowania bazy materialnej oraz zagadnień formalno-prawnych. W czasie rozwijania tej sfery usług turystycznych istnieje potrzeba większego wsparcia ze strony doradców w zakresie doskonalenia oferty i jej promocji. Na tym etapie konieczna jest bezpośrednia pomoc w formie indywidualnej i grupowej, na którą obecnie środki finansowe są bardzo ograniczone. Ośrodki doradztwa rolniczego wspólnie ze stowarzyszeniami agroturystycznymi, Polską Federacją Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” i innymi organizacjami edukacyjnymi wykorzystującymi własnych specjalistów oraz wykładowców z uczelni wyższych powinny systematycznie prowadzić kursy i szkolenia dla obecnych oraz potencjalnych wiejskich usługodawców. Tematyka szkoleń i kursów powinna koncentrować się wokół, takich zagadnień jak: zakwaterowanie i żywienie gości, aspekty prawne prowadzenia działalności agroturystycznej, marketing usług agroturystycznych, ekologizacja gospodarstw agroturystycznych, ubezpieczenia społeczne i majątkowe, komunikacja interpersonalna, zagadnienia wykorzystania dziedzictwa kulturowego oraz źródła i możliwości wykorzystania środków krajowych i pomocowych dla potrzeb inwestycyjnych i szkoleniowych w agroturystyce.

Przedstawiciele stowarzyszeń agroturystycznych powinni przede wszystkim wzmocnić działania promocyjne. Działania te powinny dotyczyć tworzenia produktów turystycznych dla klientów o specjalistycznych zainteresowaniach, wyodrębnione w drodze analizy tendencji rynkowych. W budowie tych produktów wykorzystywać należy bogatą różnorodność dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego. Przedstawiciele stowarzyszeń powinni również bardziej aktywnie uczestniczyć w działaniach oświatowych mających na celu podnoszenie jakości produktu (np. upowszechnianie takich walorów produktów, jak regionalne wyposażenie wnętrz, sposobów wzbogacania infrastruktury turystycznej w gospodarstwie i urozmaicenie oferty żywieniowej).

Institutionalno-organizacyjne uwarunkowania stanowią ważny element innowacyjności w rozwoju turystyki wiejskiej.

Innowacyjność oferty Wiejskich Domów Pracy Twórczej „Uroczanka”

W ramach innowacyjności oferty turystycznej w Wiejskich Domach Pracy Twórczej „Uroczanka” organizuje się warsztaty, szkolenia i spotkania tematyczne, które mają na celu zapoznanie uczestników z bogactwem kulturowym i przyrodniczym wsi, a w tym z tradycją ginących zawodów, sztukami plastycznymi, wiejskim teatrem lalek, sztuką zielarską. W zespołach wiejskich domów znajduje się ekspozycja muzealna o określonej tematyce i charakterze do prowadzenia warsztatów, szkoleń i imprez. W skład tych zabudowań wchodzi: Chata Swojskich Smaków (odkrywanie tajemników tradycyjnej lokalnej kuchni kresowej), Dom Rzemiosła Dawnego (odkrywanie tajemników ginących zawodów: stolarstwa i obróbki drewna, kołodziejstwa, plecionkarstwa,

sitarstwa, garncarstwa, rymarstwa, szewstwa, obróbki kamieni, fajkarstwa, zabawkarstwa, wyrobu instrumentów muzycznych), Antkowa Kuźnia (odkrywanie tajemnic kowalstwa artystycznego), Dom Dzieła Artystycznego (odkrywanie sekretów sztuk plastycznych: malarstwa, grafiki, rzeźby, w tym sztuki ludowej: hafciarstwa, koronkarstwa, wycinanek z papieru, ozdób z różnych materiałów, krawiectwa, tkactwa, a ponadto przygotowanie i wystawienie własnego spektaklu w Wiejskim Teatrze Lalek), Słowiańska Chata Zdrowia i Urody, Samotnia Zielarza (odkrywanie tajemnic ziołozbieractwa, przechowywania ziół, ziołolecznictwa, masaży, kosmetyki) oraz Ruska Bania (odkrywanie tajemnic zabiegów hartowania ciała). W tych żywych muzeach organizuje się:

- multimedialne prezentacje dorobku kulturowego województwa podlaskiego;
 - pokazy rzemiosła dawnego (ginących zawodów), kulinarne, zdrowego stylu życia oraz twórczości artystycznej (profesjonalnej i ludowej);
 - warsztaty tematyczne w zakresie: wytwarzania przedmiotów codziennego użytku w gospodarstwie domowym, w zabawie i twórczości artystycznej, tradycyjnego wzornictwa (zdobnictwa), renowacji dóbr kultury i warsztatów plastycznych (malarstwo, rysunek, rzeźba), działalności Wiejskiego Teatru Lalek, tradycyjnego przygotowania potraw kuchni lokalnej i regionalnej oraz popularyzacji innych aspektów zdrowego stylu życia (ziołozbieractwo, metody przechowywania ziół, receptury stosowania ziół w lecznictwie, w profilaktyce i rehabilitacji, a także zajęcia w przedmiocie masażu ręcznego i mechanicznego w Izbie Masażu);
 - szkolenia i przedsięwzięcia edukacyjne;
 - ekspozycje stałe i czasowe oraz koncerty muzyki dawnej w Wiejskiej Galerii;
 - imprezy integracyjne w Wiejskiej Karczynie „U Romana”.
- Wiejskie Domy Pracy Twórczej „Uroczanka” mają na celu:
- rozwój zainteresowań i zamiłowania wśród dzieci i młodzieży do wartości dziedzictwa kulturowego,
 - wspieranie ich przedsiębiorczości i kreatywności na terenach wiejskich,
 - ochrona, dokumentowanie, ekspozycja i wykorzystanie walorów dziedzictwa kulturowego regionu w formie edukacyjno-warsztatowej „żywych muzeów”,
 - racjonalne wykorzystanie zasobów naturalnych regionu w turystyce i ochronie zdrowia,
 - promocja wartości kulturowych i przyrodniczych regionu.

Własnoręcznie tworzenie bazy lokalowej i wyposażanie w ekspozaty przez właścicieli tego przedsięwzięcia odbywało się przez dwanaście lat. Na początku opracowano strategię zagospodarowania turystycznego tego terenu. Przede wszystkim miał być to pomysł innowacyjny, twórczy. Oferta turystyczna miała polegać na tym, że obok tradycyjnego wypoczynku uwzględniającego wykorzystanie naturalnych zasobów przyrodniczych, wprowadzono formę aktywności intelektualnej, związanej z poznawaniem wartości dziedzictwa kulturowego obszaru, przeżywaniem, rozwojem zainteresowań. Należy niestety zauważyć, że dotychczasowy rozwój turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki opiera się na tradycyjnych i biernych formach spędzania wolnego czasu. Całość koncepcji Wiejskich Domów Pracy Twórczej „Uroczanka” i jej realizacja dają podstawę wprowadzenia nowego wymiaru aktywności turystycznej na obszarach wiejskich, „nowej agroturystyki”. Warto zauważyć, że osoba korzystająca z usług gospodarstw agroturystycznych oczekuje bogatej oferty turystycznej. Chce ona przeżywać pobyt emocjonalnie, a nie tylko biernie spędzać czas w obiekcie turystycznym. Turysta pragnie, aby zapewniono mu aktywny wypoczynek na łonie ujarzmionej (ale i wciąż niezwykłej) natury, spokojny, twórczy intelektualnie pobyt z ludźmi podobnymi do siebie, odkrywanie wartości dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego regionu, zagwarantowane szybkiego przemieszczania się z miejsca na miejsce, przy jednoczesnym zapewnieniu coraz to nowszych atrakcji.

Wnioski

1. Innowacyjność może dotyczyć gospodarki jako całości, ale może być analizowana także w odniesieniu do poszczególnych osób lub obiektów agroturystycznych;
2. Kluczową rolę przypisuje się obecnie władzom lokalnym i regionalnym, ośrodkom doradztwa rolniczego, stowarzyszeniom agroturystycznym i innym podmiotom wspierającym rozwój innowacyjności turystyki wiejskiej.

3. Dotychczasowy rozwój turystyki wiejskiej opierał się na tradycyjnych i biernych formach spędzania wolnego czasu. Należałoby wprowadzić nowy termin aktywności turystycznej na obszarach wiejskich – „nowa agroturystyka”, ponieważ turysta chce przeżywać pobyt emocjonalnie w obiekcie turystycznym.
4. Oferta turystyczna Wiejskich Domów Pracy Twórczej „Uroczanka” została uznana za innowacyjną, ponieważ w 2011 r. gospodarstwo zostało laureatem z konkursie „Innowator Podlasia” organizowanym przez marszałka województwa podlaskiego i rektora Uniwersytetu w Białymstoku. W ramach tej oferty turyści mogą korzystać z poszerzonych usług, opartych nie tylko na wartościach naturalnych wypoczynku, powszechnie dostępnych, jak: spokój, świeże powietrze i inne wartości przyrodnicze, lecz także na atrakcjach związanych z poznawaniem, przeżywaniem, podniesieniem swoich kwalifikacji, rozwojem zainteresowań, a także przypomnieniem sobie dzieciństwa i chęci powrotu do „korzeni”.

Literatura

- Barnett H.G. 1953: *Innovation, The Basis of Cultural Change*, McGraw-Hill, New York, s. 7-8.
- Bogdanienko J. 2004: *Innowacyjność przedsiębiorstw*, Wyd. Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń, s. 19.
- Borkowska S. 2010: *Rola ZZL w kreowaniu innowacyjności organizacji*, Wyd. C.H.Beck, Warszawa, s. 140.
- Carter C.F., Williams B.R. 1958: *Industry and Technological Process*, Oxford University Press, London, s. 29.
- Czemieli-Grzybowska W. 2011: *Zarządzanie przedsiębiorstwem*, Difin, Warszawa, s. 83.
- Fiedor B. 1979: *Teoria innowacji*, PWN, Warszawa, s. 18.
- Freeman C., Soete L. 1997: *The Economic of Industrial Innovation*, Continuum, London, s. 1.
- Hjalager A.M. 2010: *A review of innovation research in tourism*, Tourism Management, Vol. 31, s. 1-12.
- Janasz W. 2003: *Innowacje i ich miejsce w działalności przedsiębiorstw*, [W:] W. Janasz (red), *Innowacje w modelach działalności przedsiębiorstw*, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 53.
- Kuznets S. 1959: *Six Lectures of Economic Growth*, Chicago, s. 30.
- Mansfield E. 1968: *The Economics of Technological Change*, W.W. Norton and Co., New York, s. 1.
- Marczyk W. 1971: *Kierunki badań nad procesami przyswajania i dyfuzji innowacji*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 26.
- Niedzielski P., Rychlik K. 2006: *Innowacje i kreatywność*, Wyd. Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, s. 19.
- Pietrański Z. 1971: *Ogólne i psychologiczne zagadnienia innowacji*, PWN, Warszawa, s. 9.
- Podręcznik Oslo. 2008: *Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji. Pomiar działalności naukowej i technicznej*, Komisja Europejska, OECD, s. 20-21.
- Rogers D.M. 1962: *Diffusion of innovation*. Free Press New York, s. 13.
- Rothwell R. 1985: *Design and Innovation, Policy and Management*, Frances Pinter, London, s. 188.
- Schumpeter J.A. 1960: *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa, s. 104.
- Tokarski J. 1980: *Słownik wyrazów obcych*, PWN, Warszawa, s. 307.
- Whitfield P. R. 1979: *Innowacje w przemyśle*, PWE, Warszawa, s. 26.

Summary

The paper aims to show the institutional and organizational conditions for innovation development of rural tourism.

In the first part of the article presents the problem of innovation in economic theory, then presented conditions for the development of rural tourism based on selected entities (local governments, advisory centers, associations agritourism). It also presents its own innovative idea of tourism activity in the Podlaskie province.

Adres do korespondencji
dr Michał Roman

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie
Katedra Ekonomiki, Edukacji Komunikowania i Doradztwa
ul. Nowoursynowska 166
02-787 Warszawa
tel. 503 865 900
e-mail: michal_roman@sggw.pl