

Renata Przeorek-Smyka

WYBRANE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA INNOWACJI W PRZEDSIĘBIORSTWACH TURYSTYCZNYCH W POLSCE

1. Wstęp

W dobie globalizacji internacjonalizacja i innowacyjność stanowią podstawowe elementy decydujące o konkurencyjności na rynku Europy i świata przedsiębiorstw, zwłaszcza małych i średnich. Wiedza i innowacje nabierają podstawowego znaczenia nie tylko dla przetrwania, ale przede wszystkim dla rozwoju podmiotów gry rynkowej.

Jednocześnie innowacje to jeden z najbardziej progresywnych czynników rozwoju firm. Oparciem dla procesów innowacyjnych są instytucje naukowo-badawcze, uznane za jedną z głównych determinant konkurencyjnego przedsiębiorstwa i regionu.

Wydaje się jednak, iż często podstawową barierą ograniczającą wprowadzanie rozwiązań innowacyjnych w polskich przedsiębiorstwach jest, oprócz niewystarczającego rozwoju instytucji naukowo-badawczych i rozwiązań legislacyjnych, dostępność do źródeł ich finansowania¹. O ile dostęp do wiedzy o nowych rozwiązaniach stwarza możliwości kreowania i wdrażania innowacyjnych rozwiązań w przedsiębiorstwach turystycznych, o tyle dysponowanie odpowiednim kapitałem daje podstawy do ich urzeczywistnienia.

Celem artykułu jest identyfikacja podstawowych zewnętrznych źródeł finansowania innowacji dostępnych dla przedsiębiorstw turystycznych działających na pol-

¹ Z badań przeprowadzonych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w 2005 r. wynika, iż głównym czynnikiem ograniczającym wdrażanie innowacyjnych rozwiązań w przedsiębiorstwach polskich jest brak środków finansowych. Raport – Wyniki badań innowacyjności polskich małych i średniej wielkości przedsiębiorstw, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005. Natomiast badanie przeprowadzone przez PKPP „Lewiatan” w 2006 r. wskazuje, iż jedną z głównych barier podnoszenia innowacyjności są m.in. zbyt złożone procedury administracyjne. R. Stanisławski, *Znaczenie innowacyjności w procesie zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem w Polsce w kontekście zjawisk globalizacji europejskiej*, [w:] *Mechanizmy i obszary przeobrażeń w organizacjach*, red. A. Potocki, Difin, Warszawa 2007, s. 319-320.

skim rynku, z uwzględnieniem podmiotów funkcjonujących na obszarach większych.

Należy zauważyć, iż wiele przedstawionych w niniejszym artykule źródeł finansowania innowacji w podmiotach gospodarki turystycznej ma charakter uniwersalny i jest dostępnych dla ogółu przedsiębiorstw, niezależnie od rodzaju prowadzonej działalności. Równocześnie należy podkreślić, iż zaprezentowane w artykule możliwości wspierania aktywności innowacyjnej w przedsiębiorstwach nie wyczerpują tematu.

2. Istota i rodzaje innowacji

Zakres pojęcia innowacja w literaturze przedmiotu jest szeroki i często interpretowany w sposób dość dowolny. Jedni termin ten rezerwują dla nowych rozwiązań, można powiedzieć tzw. nowości absolutnych – niestosowanych dotąd przez nikogo. Zdaniem innych, innowacje to wszelkie zmiany w stosunku do stanu poprzedniego². Drugie podejście do innowacji proponuje m.in. E.M. Rogers, określając omawianym terminem wszystko, co ludzie postrzegają jako nowe, niezależnie od obiektywnej nowości danego usprawnienia³.

Z kolei według Komisji Europejskiej, innowacja oznacza „udaną produkcję, asymilację i wykorzystanie nowości w dziedzinie ekonomicznej i społecznej”⁴. Rozszerzona definicja tego pojęcia określa aktywność innowacyjną jako „całokształt działań naukowych, technologicznych, organizacyjnych, finansowych i handlowych, które prowadzą, bądź mają prowadzić, do wdrażania nowych lub udoskonalonych produktów lub procesów”⁵.

W odniesieniu do przedsiębiorstwa, w tym również turystycznego, uzasadnione wydaje się przypisanie pojęciu: „innowacja” nieco węższego znaczenia i uznanie za nią: tworzenia lub modyfikowania procesów, wyrobów, technik i metod działania, które są postrzegane przez daną organizację jako nowe oraz postępowe w danej dziedzinie i prowadzą do zwiększenia efektywności wykorzystania zasobów będących w jego dyspozycji⁶.

Z przytoczonych powyżej definicji wynika techniczny, ekonomiczny i organizacyjny charakter innowacji, przy czym należy zauważyć, iż innowacje technologiczne są skutkiem postępu naukowo-badawczego, organizacyjne zaś wynikają z przedsiębiorczości.

² Por.: J. Penc, *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1999, s. 142-143.

³ D.M. Rogers, *Diffusion of Innovation*, Free Press, New York 1962, s. 62.

⁴ R. Stanisławski, wyd. cyt., s. 316.

⁵ K. Ćwik, W. Szumowski, *Globalizacja a transfer nowych technologii*, [w:] *Zmiana warunkiem sukcesu. Integracja, globalizacja, regionalizacja – wyzwania dla przedsiębiorstw*, red. J. Skalik, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 963, AE, Wrocław 2002, s. 94.

⁶ J. Penc, wyd. cyt., s. 143.

Występuje wiele podziałów innowacji dokonywanych według rozmaitych kryteriów. Mianowicie np.:

1. Według kryterium oryginalności dzielone są one na innowacje:

- kreatywne – zmiany stosowane pierwszy raz w gospodarce, wynalazki i odkrycia często chronione patentem,
- imitujące – zmiany naśladowcze.

2. Ze względu na zakres oddziaływania i uzyskiwane efekty wyróżnia się innowacje:

- procesowe – to m.in. wprowadzanie nowego sposobu świadczenia usługi, dystrybucji czy obsługi klienta,
- produktowe – ulepszenia dokonywane w produktach (usługach), wprowadzanie nowych, dotąd nieświadczonych usług⁷.

Niezależnie od stosowanych kryteriów podziału innowacji można wskazać pięć podstawowych obszarów wprowadzania zmian⁸ w przedsiębiorstwach turystycznych:

- świadczone usługi i wytwarzane produkty, np. oparcie wprowadzanych zmian na przyjaznych środowisku formach turystyki i infrastrukturze turystycznej, wykorzystywanie do wytwarzania produktów ekologicznych komponentów pochodzących np. z recyklingu (m.in. do opakowania produktu – pamiątki);
- organizacja i zarządzanie, np. wykorzystanie ekologicznych – niekonwencjonalnych środków transportu, głównie na potrzeby turystów (np. wozy, bryczki, rowery, sanie, łodzie);
- marketing: przede wszystkim budowa systemu informacji i edukacji, którego jednym z podstawowych zadań byłoby tworzenie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa, np. ekologicznego, oraz wprowadzenie elementów badania rynku turystycznego;
- zasoby rzeczowe i ludzkie: głównie wprowadzanie odpowiednich systemów kształcenia dla przedsiębiorców oraz zatrudnianych przez nich pracowników, prowadzących do zmniejszania oporu wobec innowacji i wprowadzania ich w zarządzanych firmach, podnoszenie poziomu wiedzy na temat możliwości wprowadzania zmian i kosztów ich stosowania;
- relacje z otoczeniem, np. wypracowanie i wprowadzanie zmian w wykorzystywanych formach kooperacji z innymi podmiotami turystycznymi, jak również z przedstawicielami samorządu terytorialnego, a także zasad komunikacji i zarządzania jakością w kontaktach z otoczeniem⁹.

⁷ Tamże, s. 144-146.

⁸ W związku z tym w opracowaniu pojęcie „innowacja” traktowane jest zamiennie z pojęciem „zmiana”. Por. również np.: F. Mroczo, *Uwarunkowania innowacji opartych na wiedzy*, [w:] *Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością*, red. L. Pawłowicz, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2006, s. 358-359.

⁹ Kształtowanie współpracy z podmiotami otoczenia (np. w formie klastra turystycznego) prowadzi do umocnienia pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, wzrostu efektywności działania, jak również do obniżenia kosztów, m.in. pozyskiwania innowacji z otoczenia. R. Przeorek-Smyka, *Identyfikacja*

3. Źródła finansowania innowacji w podmiotach gospodarki turystycznej

Do zewnętrznych źródeł finansowania innowacji w przedsiębiorstwach turystycznych można zaliczyć przede wszystkim:

- środki finansowe Unii Europejskiej,
- kredyty i pożyczki.

Środki finansowe pochodzące z Unii Europejskiej należą niewątpliwie do głównych źródeł finansowania innowacji w gospodarce Polski. Podstawy do ich tworzenia i wykorzystania tworzą zapisy w głównych dokumentach strategicznych UE i Polski, które traktują zagadnienie innowacji jako jeden z głównych priorytetów rozwoju gospodarki państw, regionów i przedsiębiorstw¹⁰.

Na szczeblu UE podstawowym dokumentem indukującym tworzenie podstaw do finansowania innowacji jest Strategia lizbońska, która stanowi długofalowy, kompleksowy program rozwoju społeczno-gospodarczego UE. W owej strategii wśród pięciu sfer działania wymienia się m.in. innowacyjność i przechodzenie do gospodarki opartej na wiedzy¹¹.

Do polskich dokumentów strategicznych wskazujących cele i obszary wprowadzania innowacji należy przede wszystkim zaliczyć Kierunki Wzrostu Innowacyjności Gospodarki na lata 2007-2013¹². Jest to zasadniczy dokument strategiczny określający obszary rozwoju innowacji w Polsce z uwzględnieniem sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).

Wśród pozostałych dokumentów podnoszących omawiane zagadnienia można wymienić: Narodowy Plan Rozwoju na lata 2007-2013 (NPR), Strategię Rozwoju Kraju 2007-2015 oraz Strategię Rozwoju Turystyki w Polsce na lata 2007-2013.

Z kolei strategicznym dokumentem określającym priorytety i obszary wykorzystania oraz system wdrażania funduszy unijnych w Polsce jest Narodowa Strategia Spójności (NSS).

Środki finansowe UE dostępne w Polsce dla przedsiębiorstw turystycznych, z których będą finansowane tzw. programy operacyjne i regionalne programy operacyjne, to:

obszarów innowacji proekologicznych w przedsiębiorstwach turystycznych, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej (w druku), AE, Wrocław 2007. Por. również: M. Brojak-Trzaskowska, *Rola innowacji w polityce rozwoju przedsiębiorstw turystycznych*, [w:] *Polityka turystyczna*, red. A. Panasiuk, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin-Kopenhaga 2005, s. 403-405.

¹⁰ W opracowaniu, pisząc o przedsiębiorstwie, autorka nie zawsze będzie odnosić się bezpośrednio do przedsiębiorstwa turystycznego. Takie rozwiązanie wynika m.in. z tego, iż: przez pojęcie przedsiębiorstwa rozumiane jest również przedsiębiorstwo turystyczne oraz brak jest często odrębnych regulacji traktujących firmy z danego sektora gospodarki priorytetowo.

¹¹ Szerzej zob.: L. Pawłowicz (red.), wyd. cyt., s. 358-359.

¹² *Kierunki wzrostu innowacyjności na lata 2007-2013*, Ministerstwo Gospodarki, Departament Rozwoju Gospodarki, Warszawa 2006, <http://www.pi.gov.pl>.

- Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR),
- Europejski Fundusz Społeczny (EFS),
- Fundusz Spójności (FS).

Podział programów dostępnych dla przedsiębiorstw turystycznych, w których podnoszona jest kwestia innowacji w różnym zakresie, przedstawia tab. 1.

Tabela 1. Programy pomocowe Unii Europejskiej i źródła ich finansowania na lata 2007-2013

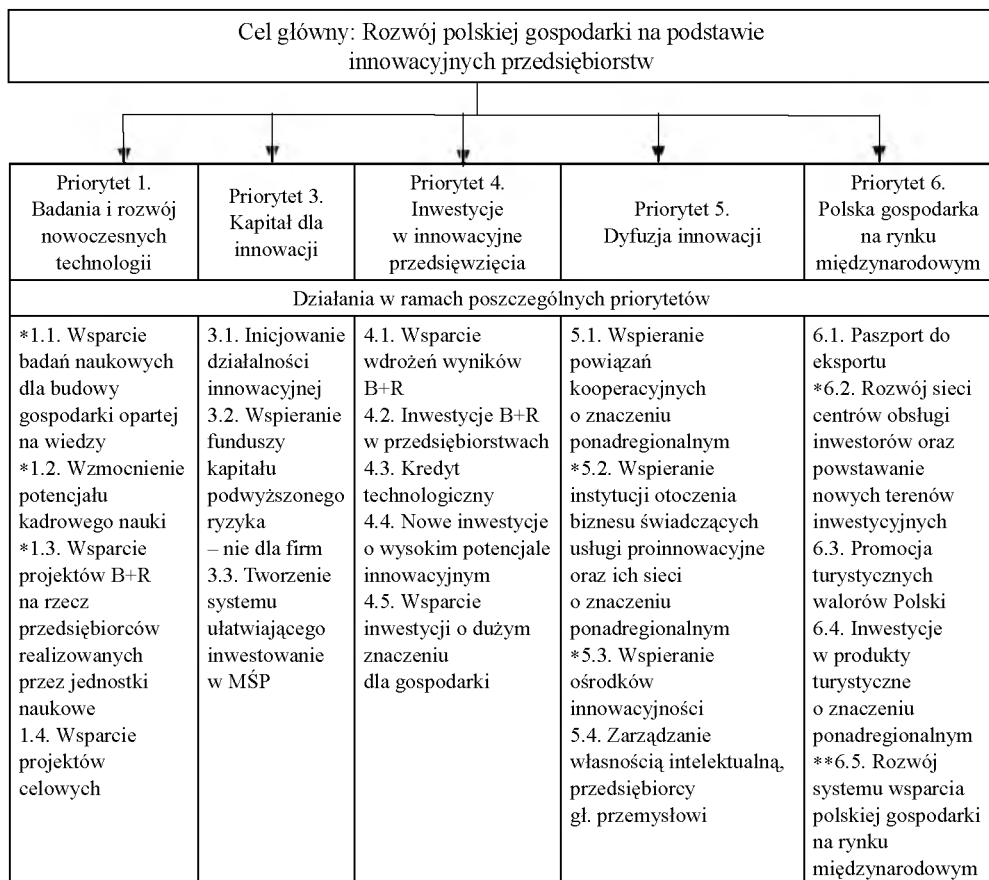
Nazwa programu	Źródło finansowania	Udział procentowy w całości środków	Kwota (w mld euro)
Infrastruktura i Środowisko	EFRR i FS	41,9	27,9
Innowacyjna Gospodarka	EFRR	12,4	8,3
Kapitał Ludzki	EFS	14,6	9,7
16 programów regionalnych	EFRR	24,9	16,6
Rozwój Polski Wschodniej	EFRR	3,4	2,3
Pomoc Techniczna	EFRR	0,8	0,5
Europejska Współpraca Terytorialna	EFRR	–	0,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://www.funduszezstrukturalne.gov.pl>.

Podstawowe znaczenie dla finansowania innowacji w przedsiębiorstwach turystycznych ma przede wszystkim Program Operacyjny: Innowacyjna Gospodarka (PO IG). W ramach tego programu wspierane są działania z zakresu innowacyjności produktowej, usługowej (procesowej) oraz organizacyjnej. Interwencja dotyczy bezpośredniego wsparcia dla przedsiębiorstw, instytucji otoczenia biznesu oraz jednostek naukowych, jak również obejmuje wsparcie systemowe zapewniające rozwój środowiska instytucjonalnego innowacyjnych przedsiębiorstw. Program Operacyjny IG ma, poza celem głównym, pięć celów szczegółowych realizowanych przez dziewięć priorytetów. Opis działań w wybranych priorytetach (dostępnych dla przedsiębiorstw) przedstawia rys. 1.

Z punktu widzenia tematu opracowania na szczególną uwagę zasługuje priorytet 6, którego cel odnosi się bezpośrednio do rozwoju usług turystycznych. Natomiast wyróżnione w jego ramach działanie 6.4 w całości poświęcone zostało inwestycjom w obszarze gospodarki turystycznej. Celem wskazanego działania jest wsparcie inwestycji¹³ dla stworzenia konkurencyjnych i innowacyjnych produktów turystycz-

¹³ W zakresie inwestycji wspierane będą szczególnie budowa, rozbudowa, modernizacja lub zagospodarowanie: infrastruktury turystyki wodnej, rowerowej, narciarskiej, konnej, obiektów i terenów poprzemysłowych i powojkowych na cele turystyczne, infrastruktury rekreacyjnej i rozrywkowej, jak np. wiosek tematycznych, infrastruktury związanej z trasami kolejek wąskotorowych łączących atrakcje turystyczne, wraz z zakupem taboru, szlakami samochodowymi łączącymi atrakcje turystyczne, a także odrestaurowanie, modernizacja lub zagospodarowanie obiektów zabytkowych na cele turystyczne i budowa infrastruktury towarzyszącej turystyce kwalifikowanej, m.in. punktów rekreacyjnych wzdłuż szlaków, parkingów przy atrakcjach i obiektach turystycznych, wykonanie schronów kajakowych i rowerowych, stworzenie punktów widokowych. <http://www.dotacjeue.org.pl>.



Rys. 1. Wybrane priorytety i działania w ramach PO IG na lata 2007-2013

Objaśnienia: * – działania, w których beneficjentami są inne jednostki niż przedsiębiorstwa.

** – działanie, w którym beneficjentem pośrednim są przedsiębiorstwa.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: <http://www.dotacjeue.org.pl>.

nych o charakterze ponadregionalnym. Z tego względu w PO IG przewidziano wsparcie projektów o największym znaczeniu turystycznym, także takich, które pozwolą na rozwój turystyki w kilku województwach. Ponadto udzielane będzie wsparcie inwestycyjne mające na celu powiązanie wielu elementów, zlokalizowanych w różnych regionach, należących do różnych właścicieli, w spójne produkty, postrzegane przez turystów jako jednolita oferta.

Wprowadzanie innowacji na poziomie regionalnym wspierane jest w ramach 16 regionalnych programów operacyjnych (tzw. innowacyjność niska). Każde województwo tworzy swój program kompatybilny z wytycznymi na szczeblu kraju. Na przykład jednym z priorytetów Regionalnego Programu Operacyjnego dla Woje-

wództwa Dolnośląskiego jest finansowanie wzrostu konkurencyjności dolnośląskich przedsiębiorstw („Przedsiębiorstwa i innowacyjność”). Priorytet ten wskazuje również na prowadzenie i wspieranie inwestycji zwiększającej atrakcyjność turystyczną regionu oraz na wsparcie dla przedsiębiorstw prowadzących działalność uzdrowską zlokalizowanych w miejscowościach uzdrowskich. W ramach tego priorytetu MŚP mogą również korzystać z odnawialnych instrumentów finansowych, głównie takich jak: regionalne i lokalne fundusze pożyczkowe i poręczeniowe oraz inicjatywy JEREMIE¹⁴.

Wśród innych programów finansujących wprowadzanie innowacji, również w obszarze turystyki, należy wymienić: Program Ramowy na Rzecz Konkurencyjności i Innowacji (CIP)¹⁵, Siódmy Program Ramowy w Zakresie Badań, Rozwoju Technologicznego i Demonstracji (7 PR) oraz Program Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW) finansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Obszarów Wiejskich.

Z programu CIP mogą być finansowane technologiczne, jak też pozatechnologiczne aspekty innowacji (m.in. rynkowe badania produktu, wykorzystanie nowych technologii w obszarze informacyjnym i komunikacji, wprowadzanie innowacji związanych z ochroną środowiska i energią. Budżet tego programu wynosi 3,62 mld euro. Nie zapewnia on jednak bezpośredniego finansowania przedsiębiorstw – zajmują się tym instytucje finansowe. Dostępne w ramach programu instrumenty mają zachęcić te instytucje do zwiększania finansowania mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, zwłaszcza tych innowacyjnych¹⁶.

Natomiast 7 PR jest głównym instrumentem UE w zakresie finansowania badań w Europie.

Wśród pozostałych źródeł finansowania innowacji dostępnych dla przedsiębiorstw turystycznych na uwagę zasługuje kredyt technologiczny obsługiwany przez Bank Gospodarstwa Krajowego¹⁷. Kredyt ma być przeznaczony dla przedsiębiorców na sfinansowanie wdrożenia nowych technologii, zarówno własnych, jak i nabytych, oraz wprowadzenia nowych produktów lub na ich modernizację.

Podmioty oferujące usługi agroturystyczne mogą uzyskać m.in. kredyt na wprowadzanie zmian i rozwój z Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa.

Pożyczki na realizację inwestycji o charakterze innowacyjnym udzielane są również przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARR). O wsparcie mogą ubiegać się małe i średnie przedsiębiorstwa posiadające siedzibę w Polsce. Objęte pożyczką są wydatki na: wdrożenie wyników prac badawczo-rozwojowych, zakup licencji krajowych lub zagranicznych, zakup i montaż maszyn lub urządzeń, budo-

¹⁴ <http://www.rpo.umwd.pl/>.

¹⁵ Program ten przygotowany został przez Komisję Europejską na lata 2007-2013, a jego celem jest realizacja założeń Strategii lizbońskiej.

¹⁶ *Konkurencyjność i innowacje. Fundusze na wsparcie MŚP*, „Monitor Unii Europejskiej” 2007 nr 12, s. 61.

¹⁷ Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej (DzU 2005 nr 179, poz. 1484).

wę, rozbudowę lub modernizację budynków lub instalacji niezbędnych do wprowadzenia innowacji¹⁸.

Na zakończenie należy podkreślić, iż zmiany w przedsiębiorstwach turystycznych mogą być finansowane również z innych zewnętrznych źródeł, m.in. ze środków wspólnych, pochodzących np. z partnerstwa publiczno-prywatnego, od tzw. aniołów biznesu, z programu LIFE+ (główny wspólnotowy instrument finansowy w zakresie wdrażania polityki ochrony środowiska).

4. Zakończenie

W dobie globalizacji wzrost gospodarczy można osiągnąć w wyniku podniesienia innowacyjności całej gospodarki. Funkcjonujące w warunkach silnej konkurencji przedsiębiorstwa turystyczne potrzebują dobrych warunków do inwestowania w innowacyjne przedsięwzięcia.

Jednak w tym zakresie nie wystarczy tylko chęć i umiejętność korzystania przez przedsiębiorców z rządowych i prywatnych instrumentów finansowych, ale niezbędna jest odpowiednia polityka proinnowacyjna państwa.

Dlatego w Polsce muszą zostać stworzone atrakcyjne i opłacalne ekonomicznie dla przedsiębiorstw warunki wdrażania nowych rozwiązań technologicznych i organizacyjnych. Konieczne jest w związku z tym m.in.:

- powstanie i wdrożenie właściwego systemu zachęt, np. podatkowych, motywujących firmy do inwestycji w innowacyjne rozwiązania¹⁹,
- zwiększenie dostępności do kapitału na działania innowacyjne dla przedsiębiorstw, zwłaszcza małych i średnich,
- stworzenie właściwie ukształtowanej polityki naukowo-technologicznej wzmacniającej m.in. znaczenie badań naukowych w obszarze innowacji,
- wzrost wydatków państwa na rozwój sfery B+R²⁰,
- rozwój środowiska instytucjonalnego innowacyjnych przedsiębiorstw.

Literatura

- Brojak-Trzaskowska M., *Rola innowacji w polityce rozwoju przedsiębiorstw turystycznych*, [w:] *Polityka turystyczna*, red. A. Panasiuk, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin-Kopenhaga 2005.
- Ćwik K., Szumowski W., *Globalizacja a transfer nowych technologii*, [w:] *Zmiana warunkiem sukcesu. Integracja, globalizacja, regionalizacja – wyzwania dla przedsiębiorstw*, red. J. Skalik, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 963, AE, Wrocław 2002.

¹⁸ <http://www.parp.cmdok.dt.pl>.

¹⁹ W Polsce istnieje wprowadzić ustawę o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej, w której zaproponowane zostały dwa instrumenty stymulujące przedsiębiorstwa do aktywności innowacyjnej, ale ich realizacja w praktyce jest ograniczona.

²⁰ Działalność badawczo-rozwojowa jest wspierana bezpośrednio przez państwo, m.in. w postaci grantów. Jednak trudno przełożyć efekty tych prac na skalę makroekonomiczną.

- Kierunki wzrostu innowacyjności na lata 2007-2013*, Ministerstwo Gospodarki, Departament Rozwoju Gospodarki, Warszawa 2006.
- Konkurencyjność i innowacje. Fundusze na wsparcie MSP*, „Monitor Unii Europejskiej” 2007 nr 12.
- Mroczo F., *Uwarunkowania innowacji opartych na wiedzy*, [w:] *Strategia Lizbońska a zarządzanie wartością*, red. L. Pawłowicz, CeDeWu Sp. z o.o., Warszawa 2006.
- Penc J., *Innowacje i zmiany w firmie. Transformacja i sterowanie rozwojem przedsiębiorstwa*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1999.
- Przeorek-Smyka R., *Identyfikacja obszarów innowacji proekologicznych w przedsiębiorstwach turystycznych*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej (w druku), AE, Wrocław 2007.
- Raport – Wyniki badań innowacyjności polskich małych i średniej wielkości przedsiębiorstw, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005.
- Rogers D.M., *Diffusion of Innovation*, Free Press, New York 1962.
- Stanisławski R., *Znaczenie innowacyjności w procesie zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem w Polsce w kontekście zjawisk globalizacji europejskiej*, [w:] *Mechanizmy i obszary przeobrażeń w organizacjach*, red. A. Potocki, Difin, Warszawa 2007.
- Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej (DzU 2005 nr 179, poz. 1484).

Źródła internetowe

- <http://www.dotacjeue.org.pl>
<http://www.funduszeustrukturalne.gov.pl>
<http://www.parp.cmdok.dt.pl>
<http://www.pi.gov.pl>
<http://www.rpo.umwd.pl>

SELECTED SOURCES OF FINANCING THE INNOVATIONS IN TOURIST ENTERPRISES

Summary

The article identifies the main, according to the author, sources of financing innovations in tourist enterprises operating on the Polish market (including rural areas). The discussed issues are supplemented with the characteristics of selected support forms.

Renata Przeorek-Smyka – dr, adiunkt w Katedrze Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu – Wydział w Jeleniej Górze.