

**Prace Naukowe Wydziału Ekonomii
Uniwersytetu Rzeszowskiego
Seria: Monografie i Opracowania nr 23**

KATARZYNA SZARA

**UWARUNKOWANIA I MOŻLIWOŚCI AKTYWIZACJI
KAPITAŁU KREATYWNEGO JAKO DETERMINANTY
ROZWOJU LOKALNEGO NA PRZYKŁADZIE
GMIN WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO**



**WYDAWNICTWO
UNIwersytetu Rzeszowskiego
Rzeszów 2017**

Rada Programowa

prof. dr hab. Mariusz Bratnicki (UE Katowice), prof. SGH dr hab. Jacek Brdulak (SGH Warszawa),
prof. dr hab. Marian Gorynia (UE Poznań), prof. dr hab. Eugeniusz Kwiatkowski (UŁ Łódź),
prof. dr hab. Sylwester Makarski (UR Rzeszów), prof. dr hab. Janusz Neider (UG Gdańsk),
prof. dr hab. Edward Nowak (UE Wrocław), prof. dr hab. Jerzy Węclawski (UMCS Lublin),
prof. dr hab. Michał Gabriel Woźniak (UE Kraków)

Redaktor serii

prof. UR dr hab. JERZY KITOWSKI

Recenzowały

prof. dr hab. IRENA JĘDRZEJCZYK
prof. dr hab. DANUTA STRAHL

Redakcja tekstu i korekta

BARBARA PAWLIKOWSKA
BERNADETA LEKACZ

Opracowanie techniczne, łamanie,
projekt okładki

DOROTA KOCZĄB

Korekta techniczna

EWA KUĆ

© Copyright by

Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego
Rzeszów 2017

ISBN 978-83-7996-531-1

1501

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU RZESZOWSKIEGO

35-959 Rzeszów, ul. prof. S. Pigoń 6, tel. 17 872 13 69, tel./faks 17 872 14 26
e-mail: wydaw@ur.edu.pl; <http://wydawnictwo.ur.edu.pl>
wydanie I, format B5, ark. wyd. 22,5, ark. druk. 21, zlec. red. 27/2017

Druk i oprawa: Drukarnia Uniwersytetu Rzeszowskiego

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
ROZDZIAŁ 1. Założenia badawcze	11
1.1. Problematyka badawcza	11
1.2. Cel i hipotezy	16
1.3. Metodyka i przedmiot badań	24
ROZDZIAŁ 2. Kapitał kreatywny w teorii nauk ekonomicznych	33
2.1. Identyfikacja i istota kreatywności	33
2.2. Kreatywność jako podstawa działań przedsiębiorczych i tworzenia innowacji	37
2.3. Miejsce kreatywności w teorii „twórczej destrukcji” J.A. Schumpetera	41
2.4. Istota teorii klasy kreatywnej R. Floridy	48
2.5. Zakres przedmiotowy kapitału kreatywnego	64
ROZDZIAŁ 3. Pojęcie rozwoju w lokalnej przestrzeni terytorialnej z uwzględnieniem wymiaru gospodarczego i społecznego	73
3.1. Założenia rozwoju regionalnego i lokalnego	73
3.2. Lokalizacja jako wyznacznik rozwoju regionalnego	82
3.3. Teorie wzrostu i rozwoju	87
3.3.1. Przesłanki teorii wzrostu i rozwoju od góry	87
3.3.2. Znaczenie teorii wzrostu i rozwoju od dołu i mezoteorii	92
3.4. Uwarunkowania rozwoju lokalnego	105
ROZDZIAŁ 4. Identyfikacja działań lokalnych wpływających na rozwój kapitału kreatywnego	113
4.1. Rola samorządu terytorialnego w kreowaniu polityki rozwoju lokalnego	113
4.2. Specyfika polityki rozwoju gospodarczego	117
4.3. Glokalizacja jako wynik procesów lokalizacji i globalizacji	125
4.4. Gmina jako lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego	139
4.5. Podział i charakterystyka wybranych czynników determinujących występowanie kapitału kreatywnego	152
ROZDZIAŁ 5. Potencjał lokalny Podkarpacia w zakresie rozwoju kapitału kreatywnego	164
5.1. Podkarpacie jako terytorium ukierunkowane na rozwój	164

5.2. Urzędy gmin jako miejsce do rozwoju kreatywności	168
5.2.1. Składowe kreatywności	168
5.2.2. Czynniki sprzyjające kreatywności na stanowisku pracy	174
5.2.3. Kreatywność w rozwiązywaniu problemów i barier w urzędach gmin	181
5.3. Przedsiębiorczość i innowacyjność w podkarpackich przedsiębiorstwach jako środowisko dla kreatywności	185
5.4. Oddziaływanie infrastruktury kultury na rozwój lokalny	190
5.5. Determinanty i ograniczenia rozwoju lokalnego w opinii administracji i mieszkańców	194
ROZDZIAŁ 6. Ocena gmin województwa podkarpackiego według zmodyfikowanych zmiennych opisujących kategorie „3T”	197
6.1. Dobór wskaźników do analizy i charakterystyki gmin Podkarpacia ze względu na kategorię talentu, technologii, tolerancji i infrastruktury kultury	197
6.2. Zagregowana ocena gmin Podkarpacia w układzie przyjętych zmiennych	210
6.3. Potencjał gmin do aktywizacji kapitału kreatywnego	220
6.4. Znaczenie zmiennych opisujących kategorie „3T” w opinii respondentów	226
6.5. Typologia gmin na podstawie ocen zmiennych opisujących kategorie „3T” przez respondentów	235
ROZDZIAŁ 7. Kierunki rozwoju kapitału kreatywnego w gminach i ich związek z determinantami rozwoju	244
7.1. Wpływ uwarunkowań na rozwój kapitału kreatywnego	244
7.2. Nowe czynniki aktywizujące kapitał kreatywny	248
7.3. Związki ocen czynników z lokalizacją i oceną rozwoju lokalnego	251
7.4. Budowa koncepcyjnego modelu rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym	261
7.5. Komparatywna konfrontacja wyników badań własnych i obcych w aspekcie uwarunkowań rozwoju kapitału kreatywnego	279
Podsumowanie i wnioski	292
Bibliografia	298
Aneks	327
Summary	330
Wykaz tabel, rysunków, wykresów, map	333
Wykaz tabel	333
Wykaz rysunków	334
Wykaz wykresów	335
Wykaz map	336

WSTĘP

Rozwój gospodarczy jest procesem zmian o charakterze ilościowym i jakościowym. Celem polityki rozwoju jest poprawa poziomu cywilizacyjnego mieszkańców. Ma on różne wymiary, dlatego śledzi się go z wielu perspektyw; najczęściej z perspektywy globalnej, ale także lokalnej (regionalnej). Na każdym poziomie terytorialnym o rozwoju decydują różne czynniki, wśród nich w szczególności posiadane zasoby, które w zależności od lokalizacji są wykorzystywane w danej przestrzeni.

We współczesnych zmieniających się warunkach gospodarczych, społecznych i kulturowych na świecie za fundamentalny potencjał gospodarek uważa się zarówno zasoby materialne, jak i zasoby niematerialne, spośród których te ostatnie nabierają znaczenia pomimo tego, że są trudno mierzalne lub wręcz niemierzalne. Do zasobów niematerialnych w literaturze przedmiotu zalicza się nie tylko wiedzę, ale również i kreatywność ludzką. Decyduje ona o sukcesach lub porażkach społeczno-gospodarczych, stwarza możliwości rozwoju, które kształtują perspektywy współczesnej cywilizacji.

Traktowanie kreatywności jako czynnika sprawczego w rozwoju wynika z potrzeby poszukiwania przez człowieka rozwiązań, które pozwalają mu osiągnąć sukces. W tym sensie kreatywność jest pierwotnym czynnikiem rozwoju uruchamiającym czynniki bezpośrednie, takie jak kapitał, praca i ziemia. Kreatywność jest naturalnym przymiotem człowieka, a jej wykorzystanie przynosi konkretne korzyści.

Na poziomie mikroekonomicznym wykorzystanie kreatywności przez różne organizacje, m.in. takie, jak gospodarstwa domowe, przedsiębiorstwa, urzędy i inne podmioty, dokonuje się przez wdrażanie innowacji. Na poziomie makroekonomicznym kreatywność (państwa i jego organów) przejawia się przede wszystkim przez zmiany strukturalne gospodarki, a ściślej – przez zmiany układu gałęziowo-branżowego (sektorowego) będące skutkiem prowadzonej polityki gospodarczej, społecznej i kulturowej.

Rozwój lokalny jest traktowany w literaturze przedmiotu jako droga do rozwoju globalnego lub najczęściej jako naturalna alternatywa rozwoju globalnego, która w polityce gospodarczej przejawia się w doktrynie „myśl globalnie,

działaj lokalnie”. W interpretacji tej doktryny pojawia się jednak problem adekwatności kategorii regionu i kategorii administracji lokalnej (np. województwa, gminy). Przyjmuje się, że jednostki podziału terytorialnego były tworzone stosownie do odrębności terytorialnych. Założenie takie jest konieczne również ze względów warsztatowych, bowiem ewidencje zaszczości społeczno-gospodarczych i wszelkie statystyki prowadzone są w układzie administracji terytorialnej (lokalnej).

Rozwój zarówno na poziomie globalnym, jak i lokalnym determinowany jest przez różne uwarunkowania. W literaturze przedmiotu prezentowane są poglądy, że w perspektywie globalnej na rozwój krajów czy miast wpływa klasa kreatywna.

Koncepcja klasy kreatywnej powstała na gruncie gospodarki amerykańskiej w wyniku promowania znaczenia kreatywności w rozwoju. W przywołanej koncepcji wyróżniono „klasę” rozumianą jako osoby wyznaczone z perspektywy zawodowej wykorzystujące kreatywność¹. Jej rozwojowi sprzyjają ujęte w modelu „3T” – talent, technologia i tolerancja.

Klasa kreatywna stanowi wąsko ujętą definicję kapitału kreatywnego traktowanego w pracy jako pogłębienie pojęcia czynnika ludzkiego.

Wybór tematu pracy wynika z przekonania o znaczeniu kapitału kreatywnego w inicjowaniu, pobudzaniu i podtrzymywaniu rozwoju lokalnego. Główną przesłanką do podjęcia problematyki kapitału kreatywnego jest przekonanie autorki o występowaniu warunków dla aktywizacji kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym w Polsce.

Zarówno rozwój lokalny, jak i aktywizacja kapitału kreatywnego zależą od różnych czynników, dlatego za cel główny pracy przyjęto identyfikację uwarunkowań rozwoju lokalnego wraz z określeniem możliwości rozwoju w oparciu o kapitał kreatywny.

Szczegółowo problem badawczy zostanie sformułowany i uzasadniony w rozdziale pierwszym pracy, w którym zostaną ujęte również założenia metodyczne.

Szczególą uwagę w pracy zwracać się będzie na założenia teorii klasy kreatywnej, która będzie charakteryzowana z uwzględnieniem modelu uwarunkowań „3T”. Model ten zostanie poddany krytycznej analizie i twórczo zmodyfikowany. W odniesieniu do wymienionej teorii klasy kreatywnej przedstawione zostanie też podejście krytyczne prezentowane przez niektórych autorów w literaturze przedmiotu. Na tej podstawie zaproponowana zostanie autorska definicja kapitału kreatywnego i modyfikacja własna modelu, a także autorska metodyka pomiaru uwarunkowań rozwoju klasy kreatywnej „3T”, co stanowi z jednej

¹ R. Florida, *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010, s. 338–339.

strony próbę eliminacji wad krytycznie wskazywanych w literaturze przedmiotu, a z drugiej strony twórcze rozwinięcie tej teorii.

Celem metodologicznym pracy jest krytyczna modyfikacja modelu klasy kreatywnej, jego twórcze rozwinięcie oraz wdrożenie do oceny potencjału gmin województwa podkarpackiego pod kątem zasobów kapitału kreatywnego i możliwości jego aktywizacji dla potrzeb rozwoju lokalnego.

Ze względu na wynikające ze wstępnej analizy literatury i dokumentów predyspozycje województwa podkarpackiego dla rozwoju klasy kreatywnej ocenie poddane zostaną warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie gmin (lokalnym). Badaniami własnymi objęto różnych uczestników przestrzeni lokalnej, w tym urzędników samorządu terytorialnego i mieszkańców.

Założenia teorii rozwoju regionalnego prezentowane w literaturze stanowiąc będą podstawę do identyfikacji miejsca kreatywności w rozwoju lokalnym.

Umiejscowienie zakresu pracy na poziomie lokalnym wiąże się z charakterystyką samorządu terytorialnego, wykonawcy działań, zadań na określonej przestrzeni. Łącząc zagadnienia kreatywności, kapitału kreatywnego oraz wskazując na ich ujęcia lokalne i globalne, potrzebne będzie odwołanie się do koncepcji globalizacji i poznanie możliwości budowy lokalnego kreatywnego systemu na poziomie gminy.

Modyfikacja zmiennych przyjętych do oceny kategorii „3T”, tj. talentu, technologii, tolerancji, a także ich uzupełnienie o niektóre nowe zmienne zostaną podjęte z myślą o autorskim wkładzie własnym do teorii kapitału kreatywnego i wdrożeniu modelu kapitału kreatywnego do identyfikacji uwarunkowań rozwoju lokalnego na poziomie gminy i do oceny możliwości aktywizacji tego kapitału w gminie.

Wykorzystując dostępne dane statystyki publicznej, zweryfikowane zostaną uwarunkowania rozwoju lokalnego, w tym kapitału kreatywnego. Wyznaczony zostanie statystyczny model determinant tego kapitału, a także zbudowany zostanie koncepcyjny model kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym. Ze względu na spory w środowiskach naukowych dotyczące teorii klasy kreatywnej dokonana zostanie konfrontacja uzyskanych wyników badań własnych z wynikami prac innych autorów.

Praca stanowić będzie wielokryterialną, komparatywną ocenę uwarunkowań gmin podkarpackich ze wskazaniem możliwości aktywizacji kapitału kreatywnego jako czynnika rozwoju na poziomie lokalnym.

Celem praktycznym pracy będzie dostarczenie wyników z badań i wniosków dotyczących możliwości aktywizacji kapitału kreatywnego na potrzeby rozwoju gmin i rozwoju województwa podkarpackiego możliwych do wykorzystania przez władze samorządowe i administracyjne, a także przez animatorów, liderów i organizacje wspierające i/lub realizujące różne kierunki rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego w terenie.

Autorka ma świadomość złożoności podjętego problemu badawczego i ograniczeń wynikających z prowadzonej analizy, głównie ze względu na trudną dostępność niektórych danych statystycznych. Ograniczenia spowodowały ujęcie podjętego problemu w ramy uwarunkowań rozwoju lokalnego, co nie oznacza zamknięcia badań nad tą problematyką, zwłaszcza że kreatywność jest tematem złożonym, wieloaspektowym i wskazującym na inne możliwości rozwiązań.

Pragnę złożyć serdeczne podziękowania za cenne uwagi recenzentów, które służyły udoskonaleniu pracy. Kieruję je również pod adresem wszystkich osób, które swoją życzliwością i merytorycznym wsparciem wspomagały mnie podczas pisania tej książki.

Katarzyna Szara

ROZDZIAŁ 1

ZAŁOŻENIA BADAWCZE

1.1. Problematyka badawcza

Podstawowym problemem badawczym do rozwiązania podjętym w pracy jest aktywizacja kapitału kreatywnego dla potrzeb rozwoju lokalnego na poziomie gminy.

W pracy poszukuje się odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Czy można aktywizować kapitał kreatywny jako determinantę rozwoju lokalnego?
2. W jakich płaszczyznach (gospodarczej, społecznej) na poziomie lokalnym można zidentyfikować i rozwijać kapitał kreatywny?
3. Jakie są determinanty rozwoju kapitału kreatywnego i czy determinują one również rozwój lokalny?
4. Czy warunki rozwoju kapitału kreatywnego są zróżnicowane w zależności od lokalizacji?
5. W jakim kierunku należy podjąć działania, aby na poziomie lokalnym rozwijać kapitał kreatywny?

Za przyjęciem powyższej problematyki badawczej przemawia niedostatek badań odnoszących się do roli kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym. W teorii rozwoju przestrzennego przypisuje się znaczącą rolę temu kapitałowi, zawsze w rozwoju obszarów centralnych, metropolitalnych, co uzasadniane bywa tym, że klasa kreatywna, stanowiąca wąskie ujęcie kapitału kreatywnego, najlepiej rozwija się w miastach. W literaturze występuje wiele publikacji²,

² E. Szafranek, *Sfera badawczo-rozwojowa jako element kształtowania kreatywności małych ośrodków akademickich o skali regionalnej*, w: *Rola kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju miast i aglomeracji*, red. A. Klasik, Wyd. UE w Katowicach, Katowice 2010, s. 156. Zob. *Kreatywne miasto – kreatywna aglomeracja*, red. A. Klasik, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2009; M. Rogowska, *Kreatywność i sektor kultury jako czynniki determinujące rozwój współczesnych miast*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu” 2011, nr 39, s. 227; Ch. Landry, F. Bianchini, *The Creative City*, www.demos.co.uk/files/thecreativecity.pdf (12.09.2013); *Male miasta a rozwój lokalny i regionalny*, red. K. Heffner, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2005; *Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności*, red. A. Klasik, Wyd. AE w Kato-

w których autorzy podejmują problematykę miast kreatywnych. Według tej literatury miasta kreatywne kształtują swój rozwój w oparciu o wiedzę i umiejętności mieszkańców, rozwijając przede wszystkim potencjał kreatywny obejmujący m.in. sektory nauki, edukacji, sztuki, kultury oraz wysokich technologii. Szczególnie ważną rolę w kształtowaniu i rozwijaniu kreatywności odgrywają ludzie określani jako klasa kreatywna. Aglomeracje stanowią przestrzeń, w której następuje rozwój ze względu na sprzyjające warunki i dużą różnorodność. Widoczna atrakcyjność miast przemawia za rozpatrywaniem procesów rozwoju w układzie centrów i peryferii. Wyróżnienie przestrzenne odnoszące się do skali ośrodka wzrostu, jakim jest najczęściej miasto i przestrzeń lokalna, wskazuje na dysproporcje pomiędzy nimi w uwarunkowaniach rozwoju.

W literaturze przedmiotu zgłaszana jest przez niektórych autorów wątpliwość, czy wyróżnienie przestrzenne, administracyjne jednostki samorządowej dyskwalifikuje ją ze względu na jej lokalny charakter w rozwoju kreatywności. Przyczyną tych wątpliwości jest względnie niższa jakość życia społeczności lokalnej, wzrost problemów społecznych, migracje i nierówności społeczne. Szansą zaś może być rozwój „od dołu”, inicjowany przez społeczności lokalne. Zwolennicy tej koncepcji przyjmują, że skuteczny rozwój lokalny i regionalny za przyczyną zasady funkcjonalistycznej (integracji) prowadzić powinien do efektywnego rozwoju globalnego³.

Jak twierdzi R. Brol, proces takiego oddziaływania ma charakter relacji między globalnością zmian a lokalnością rozwoju. Globalność zmian jest procesem mającym swoje źródła w gospodarce rynkowej, liberalizacji i internacjonalizacji gospodarki, a także postępującej swobodzie dyslokacji czynników produkcji i faz procesu biznesowego, nieograniczonej dyfuzji informacji, idei, wzorców kulturowych oraz produktowych i procesowych innowacji. Lokalność rozwoju określają natomiast endogeniczne zasoby potencjałów rozwojowych, a także endogeniczna, lokalna zdolność reagowania na globalność zmian⁴.

Zmiany delokalizacyjne dotyczą procesów biznesowych, szczególnie przemieszczania przedsiębiorstw. Następuje wraz z nimi dyfuzja innowacji z poziomu globalnego na lokalny.

Wśród występujących powiązań kreatywności wymieniane w literaturze są jej związki z przedsiębiorczością i innowacyjnością. Innowacje są ekonomicznym

wicach, Katowice 2008; *Cities and Regions in the New Learning Economy*, http://www.liaison.uoc.gr/documents/articles/OECD-Cities_in_Learning_Econ.pdf (15.05.2014).

³ A. Barcik, R.A. Barcik, *Rozwój lokalny i regionalny w dobie globalizacji*, Wyd. Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2007, s. 8.

⁴ R. Brol, *Relacja między globalnością zmian a lokalnością rozwoju*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2013, nr 284, s. 12.

wyrazem kreatywności, a jednocześnie zmianą, która poprawia istniejący stan rzeczy. Również z badań dotyczących klasy kreatywnej wynikają związki między innowacyjnością a czynnikami determinującymi jej występowanie. Wykorzystanie posiadanej wiedzy i kapitału skutkuje działaniami badawczo-rozwojowymi, ciągłą edukacją, zaś innowacje uważa się za czynnik wzrostu gospodarczego nie tylko w skali globalnej, ale też lokalnej. Rozwijanie przedsiębiorczości poprzez zakładanie własnej działalności jest uważane za działanie innowacyjne. Z punktu widzenia celu ekonomicznego liczy się zysk uzyskiwany przez przedsiębiorcę, co pozwala mu na budowę pozycji konkurencyjnej, ale również liczy się liczba miejsc pracy utworzona dzięki powstającym nowym podmiotom gospodarczym. Cele te wydają się szczególnie istotne w przypadku przedsiębiorstw zaliczanych do sektora kreatywnego, dla którego kreatywność stanowi wyznacznik.

Rozwój badań nad przemysłami kreatywnymi wiąże się z poszukiwaniem nowych źródeł dochodu. Często klasyfikację przemysłów kreatywnych rozszerza się o podmioty sektora kultury⁵, interpretując, że także produkty z tego sektora oferowane klientowi mają charakter twórczy i powstają jako skutek kreatywności.

Nośnikiem kreatywności jest czynnik ludzki traktowany w klasycznym ujęciu jako czynnik produkcji lub jako zasób stanowiący istotną determinantę rozwoju gospodarki i społeczeństwa. W historii myśli ekonomicznej interpretacje czynników rozwoju gospodarczego były różne. Niektóre szkoły za decydujący czynnik produkcji uznawały ziemię, a szkoły późniejsze eksponowały kapitał rozumiany jako kapitał rzeczowy, na który składają się środki trwałe i przedmioty pracy. W nowoczesnym ujęciu, według wielu autorów, czynnikiem decydującym jest człowiek lub jak niektórzy podkreślają – człowiek kreatywny. Bardzo ważne są jego predyspozycje poznawcze w organizacji, umiejętność wczuwania się w sytuację w pracy i zaspokajania potrzeb innych ludzi⁶.

⁵ Badania nad sektorami kreatywnymi (*creative industries*) są prowadzone od niedawna. Nie została wypracowana jedna, uniwersalna definicja, podobnie jak nie przyjęto jednego tłumaczenia angielskiego terminu na język polski. Termin *creative industries* w języku polskim najczęściej tłumaczony jest jako „sektory kreatywne” lub „przemysły kreatywne”. *Creative industries* utożsamiane są jednocześnie z terminami *cultural industries* (przemysły kultury), a także *experience economy* (ekonomia doświadczeń/doznań) w zależności od przyjętych kryteriów badania. Zob. *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych. Raport z badań*, Ekorys Polska, Warszawa 2009, s. 4. Sektory kreatywne są szeroko rozumiane jako kreatywne przedsiębiorstwa, które są w szczególności zorientowane na rynek, a zajmują się kreacją, produkcją, dystrybucją i/lub rozprzestrzenianiem kreatywnych dóbr i usług poprzez media. Zob. *Creative Industries in Berlin, Development and Potential*, DCMC, Berlin 2008, s. 5. Natomiast definicja sektorów kreatywnych wypracowana przez DCMS (Brytyjskie Ministerstwo Kultury, Mediów i Sportu) jest ujęciem najczęściej przytaczanym w literaturze. Opiera się ona na założeniu, że kreatywność jest głównym czynnikiem procesu produkcji sektorów kreatywnych, zaś własność intelektualna jest charakterystyczną cechą jego rezultatu.

⁶ Jan Paweł II, Encyklika *Centesimus annus*, Watykan 1991, s. 64.

Wśród występujących w literaturze publikacji⁷, wymieniając te prezentujące kapitał ludzki, społeczny, intelektualny, należy wskazać na różne ich ujęcia, role, znaczenie w środowisku i organizacji. Człowiek jako jednostka indywidualna zaspokaja potrzebę własnego rozwoju, migrując po świecie, by znaleźć miejsce spełnienia tej potrzeby. Jeżeli go nie znajdzie w przestrzeni globalnej, często wraca do swojej małej „lokalnej ojczyzny”.

Problematyka podjęta w pracy wpisuje się w podejmowaną na gruncie ekonomii wielowątkową dyskusję dotyczącą kreatywności.

Człowiek jest istotą niezwykle złożoną. Nie można do końca przewidzieć jego zachowania w szybko transformującym się świecie. W teoriach ekonomii coraz częściej uwzględnia się paradygmat człowieka emocjonalnego, stosuje się podejście behawioralne zamiast racjonalnego. Nie zawsze decyzje człowieka mają przymiślany, ekonomiczny, racjonalny charakter. Przykładem jest wskazywany w literaturze przedmiotu *homo creator* – człowiek kreatywny, twórczy, dla którego efekt ekonomiczny nie zawsze jest najważniejszy.

W drodze do kompromisu ekonomiści przyjmują, że najlepszym twórcą gospodarki opartej na innowacjach jest *homo oeconomicus creativus*, podając w uzasadnieniu, że dąży on do maksymalnego wykorzystania tego, co natura i istniejący ład instytucjonalny pozwalają mu posiadać. Jednakże równocześnie buntuje się on przeciwko istniejącym ograniczeniom natury i ograniczeniom systemowym, poszukując rozwiązań ulepszających otoczenie i jakość życia oraz spełniających kryterium ekonomiczności⁸.

⁷ K. Cichy, K. Malaga, *Kapitał ludzki w modelach i teorii wzrostu gospodarczego*, Scholar, Warszawa 2007; G. Grodzicki, *Rola kapitału ludzkiego w rozwoju gospodarki globalnej*, Wyd. UG, Gdańsk 2003; H. Król, A. Ludwiczynski, *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji*, PWN, Warszawa 2006; G. Łukasiewicz, *Kapitał ludzki organizacji*, PWN, Warszawa 2009; A. Mazurkiewicz, *Kapitał ludzki w procesie kształtowania sprawności organizacji*, Wyd. UR, Rzeszów 2010; M. Rybak, *Kapitał ludzki a konkurencyjność przedsiębiorstw*, Poltext, Warszawa 2003; G. Wronowska, *Kapitał ludzki. Ujęcie teoretyczne*, Wyd. UE w Krakowie, Kraków 2012; D.G. Andriessen, C.D. Stam, *The Intellectual Capital of the European Union. Measuring the Lisbon Agenda*, Center for Research in Intellectual Capital, 2004, <http://www.ejkm.com/issue/download.html?idArticle=200> (4.02.2015); *idem*, *Intellectual Capital of the European Union 2008: Measuring the Lisbon Strategy for Growth and Jobs*, „Electronic Journal of Knowledge Management” 2008, vol. 7, no. 4, s. 489–500; P. Bochniarz, *Raport o kapitale intelektualnym Polski*, Centrum Obsługi Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2008, <http://zds.kprm.gov.pl/przegladaj-raport-o-kapitale-intelektualnym> (24.06.2014); N. Bontis, *Intellectual Capital: An Exploratory Study That Develops Measures and Models*, „Management Decision” 1998, vol. 36, no. 2, s. 63–76; D. Dobija, *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*, Wyd. Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania, Warszawa 2003; L. Edvinsson, M.S. Malone, *Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa, odnajdując jego ukryte korzenie*, PWN, Warszawa 2001.

⁸ M.G. Woźniak, Ł. Jabłoński, E. Soszyńska, D. Firszt, T. Bal-Woźniak, *Kapitał ludzki w rozwoju innowacyjnej gospodarki i zarządzaniu innowacyjnością przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2015, s. 22.

Problematykę miejsca stwarzającego korzystne warunki sprzyjające kreatywności podejmują nieliczni autorzy w opracowaniach naukowych poświęconych lokalizacji, w których w aspekcie przestrzennym łączy się ją ściśle z zagadnieniem rozwoju. Zasadniczo jednak nie ma badań dotyczących znaczenia kreatywności na poziomie lokalnym.

Wychodząc naprzeciw rozpoznanej luce badawczej, w niniejszej pracy zostanie dokonany przegląd koncepcji teoretycznych kreatywności i rozwoju lokalnego. Rozwój lokalny jest szeroko interpretowany w literaturze, a znaczna część pozycji poświęcona jest uwarunkowaniom tego rozwoju. Natomiast spojrzenie na problematykę rozwoju lokalnego i na możliwości tego rozwoju z uwzględnieniem roli kapitału kreatywnego jest ujęciem bardzo rzadko spotykanym w publikacjach. W ujęciu teoretycznym i empirycznym poddawane są ocenie różne czynniki rozwoju, ale analizy te są prowadzone oddzielnie dla każdego z tych czynników. Spotyka się też ujęcia, w których kreatywność towarzyszy innym czynnikom, natomiast sporadycznie jest ona analizowana na poziomie lokalnym. Na podstawie studiów literatury została więc zidentyfikowana luka poznawcza w zakresie badań rozwoju na poziomie lokalnym i roli kapitału kreatywnego jako czynnika rozwoju lokalnego.

Zaznaczyć należy, że prace badawcze realizowane w układzie międzynarodowym, a dotyczące klasy kreatywnej zostały przeniesione na polski grunt⁹, natomiast nie dokonano dotychczas ani analizy, ani oceny tego kapitału na poziomie lokalnym, np. na poziomie gminy. Odniesienie do warunków lokalnych panujących w Polsce czyni to zagadnienie poznawcze bardzo interesującym.

Wyniki badań nad oddziaływaniem kreatywności i kapitału kreatywnego na rozwój lokalny są też interesujące ze względów praktycznych dla wszystkich interesariuszy uczestniczących w tym rozwoju.

Próba wyróżnienia determinant oddziałujących na rozwój lokalny, a tym samym na możliwości aktywizacji kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym, jest też formą weryfikacji kryteriów „3T”: talentu, technologii, tolerancji, wyróżnionych w teorii klasy kreatywnej.

Odwołanie się do warunków rozwoju lokalnego jest zasadne, bo polega na poszukiwaniu takiego czynnika rozwoju, który da jednostce przestrzennej przewagę konkurencyjną nad innymi z bliższego i dalszego otoczenia, w tym z otoczenia globalnego.

W zaproponowanym podejściu od globalnego do lokalnego natomiast widoczna jest potrzeba dostosowania się na poziomie lokalnym do uwarunkowań wpływających na rozwój na płaszczyźnie globalnej, za które uznano talent,

⁹ *Klasa kreatywna w Polsce. Technologia, talent i tolerancja jako źródła rozwoju regionalnego*, red. K. Klincewicz, Wyd. Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2012.

technologię, tolerancję. Wymienione wyżej przesłanki są inspiracją do podjęcia badania obejmującego m.in. następujące zadania badawcze:

- próbę weryfikacji metodyki amerykańskiej teorii klasy kreatywnej w polskich realiach,
- poszukiwanie zróżnicowania gmin na poziomie lokalnym w oparciu o potencjał endogenny, w tym na podstawie nowoczesnych ujęć ważnej determinanty, za jaką uznano kapitał kreatywny,
- obserwację uczestniczącą kreatywności ludzi na poziomie lokalnym znanej autorce w praktyce, zaś często w literaturze utożsamianej z definicjami przedsiębiorczości czy innowacyjności,
- opracowanie koncepcyjne propozycji zestawu czynników i takich ich miar, które mogą w przypadku braku bezpośrednich danych świadczyć o występowaniu kapitału kreatywnego i pozwolić na jego komparatywną ocenę.

1.2. Cel i hipotezy

Przy tak postawionym problemie jako cel pracy przyjmuje się identyfikację uwarunkowań rozwoju lokalnego wraz z określeniem możliwości rozwoju w oparciu o kapitał kreatywny.

Cele szczegółowe to:

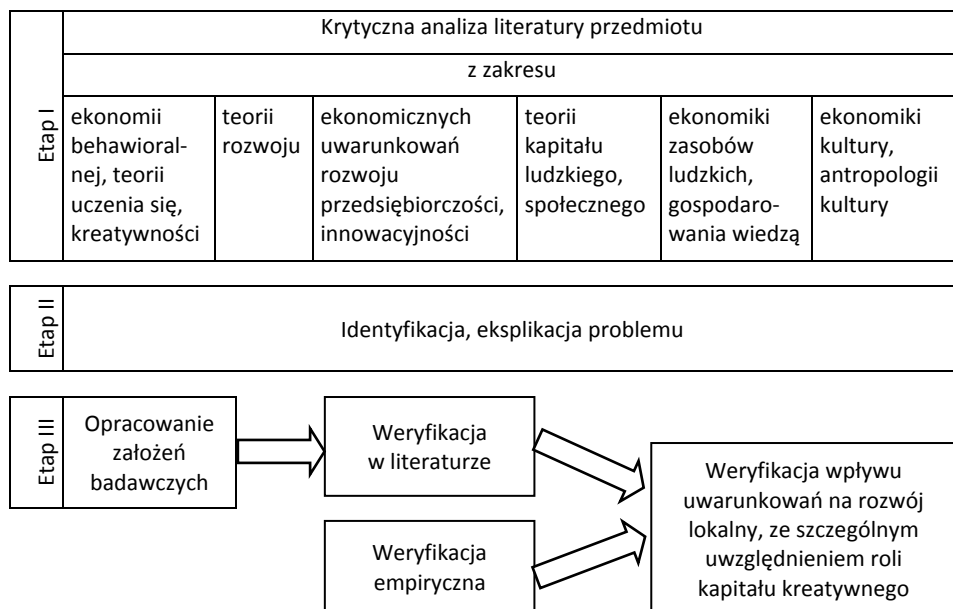
- wyjaśnienie istoty procesu tworzenia kapitału kreatywnego wraz z rozpoznaniem, gdzie na poziomie lokalnym może on występować (C 1),
- identyfikacja czynników rozwoju lokalnego z próbą poszukiwania związku pomiędzy nimi a kreatywnością w teoriach rozwoju (C 2),
- ustalenie zależności między wybranymi warunkami rozwoju kapitału kreatywnego a lokalizacją (C 3),
- określenie kierunków działań samorządu lokalnego w pobudzaniu rozwoju kapitału kreatywnego (C 4).

Celem o charakterze poznawczym (C 5) jest poznanie warunków rozwoju kapitału kreatywnego i jego roli w rzeczywistości lokalnej.

Celem metodologicznym (C 6) pracy jest krytyczna modyfikacja modelu klasy kreatywnej, jego twórcze rozwinięcie oraz wdrożenie do oceny potencjału gmin województwa podkarpackiego pod kątem zasobów kapitału kreatywnego i możliwości jego aktywizacji dla potrzeb rozwoju lokalnego. Cel o charakterze metodologicznym wiąże się bezpośrednio z wyjaśnieniem pojęcia kapitału kreatywnego, stworzeniem podstaw do właściwego rozumienia tego zjawiska na poziomie lokalnym oraz opracowaniem katalogu zmiennych (cech) opisujących na poziomie lokalnym kategorie modelu „3T”: talent, technologię, tolerancję.

Celem praktycznym, aplikacyjnym, utylitarnym (C 7) pracy jest dostarczenie wyników z badań i wniosków dotyczących aktywizacji kapitału kreatywnego na potrzeby rozwoju gmin i rozwoju województwa podkarpackiego, możliwych do wykorzystania przez władze samorządowe i administracyjne, a także przez animatorów, liderów i organizacje wspierające i/lub realizujące różne kierunki rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego w terenie.

Realizacja celów wiąże się z koniecznością dokonania logicznie następujących po sobie etapów analizy teoretycznej i empirycznej. Przebieg procedury badawczej odzwierciedla rysunek 1.



Rysunek 1. Schemat przebiegu procesu badawczego

Źródło: opracowanie własne.

Kreatywność jest przedmiotem rozważań w wielu dyscyplinach naukowych w obszarze nauk społecznych i humanistycznych. W naukach ekonomicznych rozważana jest ona w kontekście zasobowym jako kapitał kreatywny, który w literaturze ekonomicznej jest analizowany od strony jego roli ekonomicznej w polu badawczym, takim jak np. ekonomia kreatywności czy ekonomia behawioralna.

W pierwszym etapie procesu badawczego ze względu na potrzebę teoretycznego ujęcia podjętego problemu analizie poddana zostanie literatura z zakresu nauk ekonomicznych. Przegląd literatury przedmiotu wiąże się z poszukiwaniem odwołania m.in. do koncepcji, które zaprezentowano poniżej.

Do przedstawienia podstaw teoretycznych kapitału kreatywnego wykorzystane zostaną założenia wspomnianej ekonomii kreatywności, do której odniesienie pośrednio lub bezpośrednio można znaleźć w publikacjach takich autorów, jak: S. Popek, G. Musiał, W. Tatarkiewicz, M. Karwowski, E. Nęcka, A. Lipka, S. Waszczak, M. Król, A. Winnicka-Wejs czy M. Brzeziński¹⁰. Ekonomia kreatywności dotyczy rozwijania i wykorzystania kapitału kreatywności i jako nowe pole badań włącza się nurt kreatologii, ale i ekonomii behawioralnej¹¹.

W teoriach ekonomicznych ważne miejsce zajmuje rozpoznanie cech człowieka przejawianych w działalności gospodarczej z zamiarem określenia natury ludzkiej¹². Nie wszystkie aspekty życia mają jednak charakter mierzalny¹³ i motyw indywidualnego bogacenia się nie jest jedynym w życiu ludzi. Różnorodność natury ludzkiej prezentowana w teoriach ekonomicznych wskazuje, że współczesna ekonomia jest niejednorodna i nie jest zgodna w poglądach¹⁴. Ujęte w pracy zagadnienia wpisują się w obszar mikroekonomii behawioralnej, szczególnie przedsiębiorczości behawioralnej, i dotyczą niektórych elementów behawioralnych aspektów pracy¹⁵.

Traktuje się ekonomię behawioralną jako obszar wiedzy, który zrodził się ze sporu naukowego podważającego paradygmat *homo oeconomicus* na rzecz uznania *homo creatora* jako kategorii także opisującej naturę gospodarującego człowieka. Spór ten jednocześnie wykracza poza czysto ekonomiczne wyjaśnienie zjawisk¹⁶, przywołując kreatywność. W rozważaniach nad podjętym proble-

¹⁰ *Kształtowanie kreatywnego kapitału ludzkiego*, red. A. Lipka, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2012, nr 83; A. Lipka, M. Król, A. Winnicka-Wejs, *Kreatywność i rutyna w działalności personalnej. Podstawy HR-owego kreacjonizmu*, Difin, Warszawa 2011; *Psychologia twórczości. Nowe horyzonty*, red. S. Popek, R.E. Bernacka, C.W. Domański, B. Gawda, D. Turska, A.M. Zawadzka, Wyd. UMCS, Lublin 2009, s. 96; *Rozwój ekonomii jako dziedziny nauki ze szczególnym uwzględnieniem tendencji do specjalizacji*, red. G. Musiał, Wyd. UE w Katowicach, Katowice 2011; W. Tatarkiewicz, *Dzieje sześciu pojęć*, PWN, Warszawa 1975; *Homo creator. Kreatywność (nie tylko) w klasie szkolnej*, red. M. Karwowski, A. Gajda, Wyd. Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2010; *W stronę kreatywności*, red. W. Dobrołowicz, M. Karwowski, Wyd. Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2002; M. Karwowski, *Klimat dla kreatywności. Koncepcje, metody, badania*, Difin, Warszawa 2009; M. Brzeziński, *Organizacja kreatywna*, PWN, Warszawa 2009.

¹¹ Zob. A. Wojtyła, *Współczesna ekonomia – kontynuacja czy poszukiwanie paradygmatu?*, „Ekonomista” 2008, nr 1, s. 9–32.

¹² R. Bartkowiak, *Ekonomia rozwoju*, PWE, Warszawa 2013, s. 71.

¹³ Zob. R. Bartkowiak, *Historia myśli ekonomicznej*, PWE, Warszawa 2003.

¹⁴ R. Bartkowiak, *Ekonomia...*, *op. cit.*, s. 73.

¹⁵ Zob. A. Solek, *Ekonomia behawioralna a ekonomia neoklasyczna*, „ZN PTE”, Kraków 2010, z. 8, s. 25; J. Polowczyk, *Elementy ekonomii behawioralnej w dziełach A. Smitha*, „Ekonomista” 2010, nr 4, s. 493–516.

¹⁶ M. Maciejasz-Świątkiewicz, M. Musiał, *Zarys ekonomii behawioralnej. Wprowadzenie do psychologicznych aspektów gospodarowania*, Wyd. UO, Opole 2014, s. 46.

mem badawczym wykorzystane zostaną naukowe teorie twórczości, które są źródłem teorii klasy kreatywnej, a mianowicie behawiorystyczna koncepcja procesu twórczego¹⁷ i ekonomiczne teorie twórczości odwołujące się do pomysłowości i zachowania pod wpływem sił rynkowych¹⁸.

Niektóre założenia ekonomii behawioralnej wykazują znaczne podobieństwo do założeń ekonomii ewolucyjnej¹⁹ odnoszącej się do zachowań różnych organizacji. W nurcie ewolucyjnym przywołana będzie w pracy teoria J.A. Schumpetera²⁰. Jego założenia przenikają do treści trzech głównych szkół ewolucyjnych: austriackiej, neoschumpeterowskiej oraz instytucjonalnej²¹. Elementy tej teorii będą uwzględniane w pracy podczas prezentacji założeń twórczej destrukcji, przedsiębiorcy, sygnalnie innowacji.

Podstawowy zakres teoretyczny, w którym umiejscowiono problem badawczy, dotyczył jednak teorii rozwoju regionalnego. Umocowanie pracy w teorii rozwoju regionalnego będzie potrzebne z tego powodu, że dla polskich regionów na początku XXI w. zasadne jest optymalne wykorzystanie potencjału rozwojowego, tak by sprostać wyzwaniom globalnym.

Koncepcje rozwoju regionalnego przekładają się na rozwój na poziomie lokalnym. Szczególnie dotyczy to endogenicznych teorii rozwoju. Bogata literatura polskich autorów będzie analizowana w pracy odnośnie do:

- istoty rozwoju na poziomie lokalnym i regionalnym (kwestia ta podejmowana była przez: S.L. Bagdzińskiego, R. Broła, Z. Chojnickiego, P. Churskiego, A. Czyżewskiego, T. Czyż, R. Domańskiego, Z. Strzeleckiego, T. Grossa, B. Gruchmana, Z. Grzymałę, G. Maślocha, M. Klamuta, D. Kołodziejczyk, S. Korenika, D. Strahl, J. Paryska, R. Piaseckiego, I. Pietrzyk, G. Gorzelaka, A. Tucholską, Z. Szymłą, D. Śniegowską i innych²²),

¹⁷ Zob. K.J. Szmidt, *Pedagogika twórczości*, GWP, Sopot 2013, s. 154–155.

¹⁸ *Ibidem*, s. 141 i 212–218.

¹⁹ Zob. J. Polowczyk, *Podstawy ekonomii behawioralnej*, „Przegląd Organizacji” 2009, nr 12, s. 4–5.

²⁰ Zob. Z. Narski, *Ekonomia w rozwoju. Historia myśli ekonomicznej*, Suspens, Toruń 2001, s. 279–290; *Chaos czy twórcza destrukcja? Ku nowym modelom w gospodarce i polityce*, red. A. Zorska, Wyd. SGH, Warszawa 2011.

²¹ Zob. W. Kwaśnicki, *Ekonomia ewolucyjna – alternatywne spojrzenie na proces rozwoju gospodarczego*, cz. I, „Gospodarka Narodowa” 1996, nr 10, s. 1–13; *idem*, *Ekonomia ewolucyjna – alternatywne spojrzenie na proces rozwoju gospodarczego*, cz. II, „Gospodarka Narodowa” 1996, nr 11, s. 40–55.

²² S.L. Bagdziński, *Lokalna polityka gospodarcza*, Wyd. UMK, Toruń 1995; R. Broł, *Rozwój lokalny – nowa logika rozwoju gospodarczego*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i w praktyce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 1998, nr 785; Z. Chojnicki, *Problematyka metodologiczna studiów regionalnych*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2004, nr 4(18), s. 5–11; P. Churski, *Czynniki rozwoju regionalnego i polityka regionalna w Polsce w okresie integracji z Unią Europejską*, Wyd. UAM, Poznań 2008; P. Czaplński, *Problematyka badawcza przemysłu*

- uwarunkowań rozwoju (takie odniesienie można znaleźć w pracach np. R. Broszkiewicza, M. Dutkowskiego, K. Jarosińskiego, G. Ślusarza, R. Domańskiego, K. Gwosdz, J. Hausnera, K. Heffnera, J. Hryniewicza, B. Jalo-wieckiego, T. Komornickiego, I. Jędrzejczyk, A. Jewtuchowicz, B. Kryk, J. Kudelko, W. Lizińskiej, R. Marks-Bielskiej, R. Kisiela, W. Kosiedowskiego, A. Kuklińskiego, J. Łobody, A. Pruska, J. Szczepańskiego, J. Szlachty, L. Wojtasiewicza i innych²³),

w geografii na tle nauk ekonomicznych, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2009, nr 11; A.B. Czyżewski, *Rozwój regionalny w warunkach transformacji*, ZBS-E GUS i PAN 2002, z. 203; T. Czyż, *Podstawy regionalizacji geograficznej*, Bogucki, Poznań 1996; R. Domański, *Przestrzenna transformacja gospodarki*, PWN, Warszawa 1997; *Gospodarka regionalna i lokalna*, red. Z. Strzelecki, PWN, Warszawa 2008; T. Grosse, *Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2002, nr 1(8), s. 25–48; B. Gruchman, *Nowy paradygmat rozwoju regionalnego*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1992, z. 2; Z. Grzymała, G. Maśloch, *Rozwój lokalny i regionalny*, w: *Gospodarka i finanse samorządu terytorialnego*, red. G. Maśloch, J. Sierak, Wyd. SGH, Warszawa 2013; M. Klamut, *Konkurencyjność regionów*, Wyd. AE, Wrocław 1999; D. Kołodziejczyk, A. Wasilewska, D. Lidke, *Rozwój demograficzno-gospodarczy w skali lokalnej*, IERiGŻ, Warszawa 1998; S. Korenik, *Gospodarka kreatywna*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu” 2010, nr 27, s. 73–78; *idem*, *Region ekonomiczny w nowych realiach społeczno-gospodarczych*, CeDeWu, Warszawa 2011; *idem*, *Rozwój lokalny w świetle globalnych trendów ze szczególnym uwzględnieniem kryzysu*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2013, nr 284, s. 31–40; *idem*, *Współczesne uwarunkowania rozwoju regionalnego (lokalnego) w realiach polskich*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2012, nr 99, s. 111–123; *Metody oceny rozwoju regionalnego*, red. D. Strahl, Wyd. AE, Wrocław 2006; J. Parysek, *Podstawy gospodarki lokalnej*, Wyd. UAM, Poznań 1997; R. Piasecki, *Ekonomia rozwoju*, PWE, Warszawa 2007; I. Pietrzyk, *Teoretyczne podstawy rozwoju lokalnego*, w: *Związki polityki gospodarczej z polityką regionalną*, red. R. Broszkiewicz, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 1997, nr 768; *Rozwój, region, przestrzeń*, red. G. Gorzelak, A. Tucholska, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego i Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych UW (Euroreg), Warszawa 2007; Z. Szymła, *O miernikach oceny rozwoju regionów*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Studia Regionalne w Polsce: Teoria, Polityka, Projektowanie” 2005, s. 49–54; D. Śniegowska, *Samorząd terytorialny a rozwój gospodarki lokalnej*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu” 1992, nr 205.

²³ R. Broszkiewicz, *Metody pomiaru społeczno-ekonomicznej efektywności przekształceń w układach przestrzenno-funkcjonalnych*, w: *Przekształcenia regionów funkcjonalno-przestrzennych*, red. S. Ciok, D. Ilnicki, Wyd. UW, Wrocław 2000; M. Dutkowski, *Konflikty w gospodarowaniu dobrami środowiskowymi*, Wyd. UG, Gdańsk 1995; *Dylematy rozwoju społeczno-gospodarczego w Polsce*, red. K. Jarosiński, „Monografie i Opracowania SGH” 2013, nr 594; A. Jewtuchowicz, *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wyd. UŁ, Łódź 2013; G. Ślusarz, *Studium społeczno-ekonomicznych uwarunkowań rozwoju obszarów wiejskich w świetle zagrożenia marginalizacją np. woj. podkarpackiego*, Wyd. UR, Rzeszów 2005; K. Gwosdz, B. Domański, *Czynniki sukcesu kreatywnej destrukcji gospodarki Bielska-Białej*, w: *Miasto w badaniach geografów*, t. 2, red. M. Soja, A. Zborowski, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków 2015, s. 57–75; J. Hausner, *Zasady i mechanizmy rozwoju regionalnego i lokalnego*, w: *Aktywizacja gospodarcza gminy górniczej*, red. J. Hausner, MSAP, Kraków 1999; K. Heffner, *Lokalny potencjał*

- problemów pokrewnych związanych pośrednio z przedmiotem badań, a dotyczących m.in. przemysłów kreatywnych czy rozwoju miast, przedstawianych w opracowaniach: P. Adamiaka, Z. Dworakowskiej, J. Herbsta, J. Przewłockiej, A. Drobnika, K. Wrany, B. Junga, M. Grochowskiego, A. Gwóźdź, A. Harańczyk, D. Ilczuk, A. Klasika, S. Szultki, A. Zorskiej, M. Między-Zdziech, T. Kudłacza, K. Heffnera, T. Markowskiego, T. Marszał, S. Golinowskiej, T. Strykiewicza, M. Mączyńskiego, K. Stachowiaka i innych²⁴,

sprzyjający inwestowaniu w regionie opolskim, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2011, nr 152; *idem*, *Zmiany struktury funkcjonalnej małych miast w obszarach metropolitalnych*, w: *Transformacja funkcji miejskich w ośrodkach lokalnych*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach” 2010, s. 35–52; J. Hryniewicz, *Czynniki rozwoju regionalnego*, w: *Oblicza polskich regionów*, red. B. Jałowiecki, „Studia Regionalne i Lokalne” 1996, nr 17, s. 89–129; B. Jałowiecki, *Nowe przestrzenie produkcji jako czynnik rozwoju regionalnego i lokalnego*, w: *Restrukturyzacja regionów jako problem współpracy europejskiej*, red. A. Kukliński, B. Jałowiecki, Warszawa 1991, s. 215–240; *Gospodarka oparta na wiedzy. Wyzwania dla Polski XXI wieku*, red. A. Kukliński, KBN, Warszawa 2001; B. Jałowiecki, *Zmierzch i odrodzenie lokalizmu w XX stuleciu*, Wyd. UW, Warszawa 1997; T. Komornicki, P. Śleszyński, *Typologia obszarów wiejskich pod względem powiązań funkcjonalnych i relacji miasto–wieś*, „Studia Obszarów Wiejskich” 2009, t. 16, s. 9–37; I. Jędrzejczyk, *Innowacyjność funkcjonalno-organizacyjna przedsiębiorstw na rynku turystycznym*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki” 2014, nr 2(26), s. 51–66; B. Kryk, *Środowiskowe uwarunkowania jakości życia w województwie zachodniopomorskim na tle Polski*, „Ekonomia i Środowisko” 2015, nr 3(54), s. 170–181; J. Kudęłko, *Rola europejskiej polityki spójności w krajowej i regionalnej polityce*, w: *Jaka polityka spójności po 2013?*, red. M. Klamut, E. Szostak, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2010, s. 223–232; *Przedsiębiorczość i innowacyjność jako czynnik rozwoju regionalnego i lokalnego*, red. W. Kosiedowski, Wyd. UMK–Wrocławskie Towarzystwo Naukowe, Wrocław 2002; *Gospodarka oparta na wiedzy. Wyzwania dla Polski...*, *op. cit.*; W. Lizińska, R. Marks-Bielska, R. Kisiel, *Atrakcyjność inwestycyjna gmin i znaczenie w jej kształtowaniu preferencji specjalnej strefy ekonomicznej*, „Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G, Ekonomika Rolnictwa” 2011, t. 98, z. 3, s. 191–205; *Rozwój ekonomiczny regionów: Rynek pracy. Procesy migracyjne Polska, Czechy, Niemcy*, red. S. Golinowska, Raport IPiSS, z. 16, Warszawa 1998; *Strategiczne diagnozy i perspektywy rozwoju społeczno-ekonomicznego Polski w nowych uwarunkowaniach światowych i europejskich*, red. A. Prusek, Wyd. UE w Krakowie, Kraków 2014; J. Szlachta, *Nowe uwarunkowania trzeciej generacji strategii rozwoju regionalnego w Polsce*, „Prace i Materiały Instytutu Rozwoju Gospodarczego SGH” 2014, nr 94, s. 243–268; J. Szlachta, *Przyszłość studiów i badań regionalnych w Polsce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Studia Regionalne w Polsce: Teoria, Polityka, Projektowanie” 2005, s. 103–107; J. Szczepański, *Polska lokalna*, w: *Spółczesność i gospodarka w Polsce lokalnej*, red. B. Jałowiecki, Wyd. UW, Warszawa 1992; L. Wojtasiewicz, *Czynniki i bariery rozwoju lokalnego w aktualnej polityce gospodarczej Polski*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i w praktyce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 1996, nr 734; *Wybrane regionalne i lokalne polityki publiczne w Polsce. 10 lat doświadczeń w warunkach członkostwa w Unii Europejskiej*, red. Z. Strzelecki, Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, Warszawa 2015.

²⁴ P. Adamiak, Z. Dworakowska, J. Herbst, J. Przewłocka, *Współpraca w obszarze kultury – samorządy, publiczne instytucje kultury, organizacje pozarządowe*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2013; A. Drobnik, *Kultura i przemysły kreatywne: doświadczenia, tendencje rozwoju*,

- tematów badawczych, których przedmiotem jest funkcjonowanie administracji publicznej (m.in. realizowanych przez S. Kołdrasa, T. Kudłacza, K. Mamicię, H. Brandenbura, A. Miszczuka, A. Nowakowską, A. Noworóla, R. Przybyszewskiego, B. Gruchmana, J. Tarkowskiego, B. Słonimską, E. Wojciechowskiego czy B. Kożuch)²⁵.

nowe obszary badawcze w miastach, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Kreatywna Gospodarka w Mieście i Aglomeracji” 2012, s. 21–40; A. Drobnik, K. Wrana, *Założenia metodyki badawczej aktywności kreatywnych miast aglomeracji*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Kreatywna Aglomeracja – Potencjały, Mechanizmy, Aktywności: Podejścia Metodologiczne” 2008; *Ekonomia kultury. Od teorii do praktyki*, red. B. Jung, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011; M. Grochowski, *Sektor kreatywny w Warszawie. Potencjał i warunki rozwoju*, Urząd m.st. Warszawy, Warszawa 2010; A. Gwóźdź, *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010; A. Harańczyk, *Miasta Polski w procesie globalizacji gospodarki*, PWN, Warszawa 1998; D. Ilczuk, *Ekonomika kultury*, PWN, Warszawa 2012; A. Klasik, A. Drobnik, K. Wrana, *Perspektywy rozwoju aglomeracji górnośląskiej na podstawie sektora gospodarki kreatywnej*, „Biblioteka Regionalisty” 2009, nr 9, s. 55–76; *Klasy w sektorach kreatywnych*, red. S. Szultka, PARS, Warszawa 2012; *Kreatywność i innowacyjność w erze cyfrowej*, red. A. Zorska, M. Miłęda-Zdziech, B. Jung, Wyd. SGH, Warszawa 2014; T. Kudłacz, *Ekonomiczne aspekty gospodarowania przestrzenią miasta i regionu. Zarys problemu*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2014, nr 12(936), s. 35–44; *Małe miasta a rozwój lokalny...*, *op. cit.*; T. Markowski, *Zarządzanie rozwojem miast*, PWN, Warszawa 1999; T. Marszał, *Funkcje obszaru metropolitalnego Łodzi*, w: *Obszar metropolitalny Łodzi – wyzwania i problemy*, red. K. Bald, T. Markowski, „Biuletyn KPZK PAN” 2005, z. 215, s. 48–72; T. Strykiewicz, M. Męczyński, K. Stachowiak, *Sektor kreatywnej wiedzy w Poznaniu i powiecie poznańskim w świetle wyników międzynarodowego projektu ACRE*, w: *Powiat poznański. Jakość przestrzeni i jakość życia*, red. T. Kaczmarek, A. Mizgajski, Bogucki, Poznań 2008, s. 301–318.

²⁵ S. Kołdras, T. Kudłacz, K. Mamica, *Programowanie rozwoju regionalnego – poradnik dla samorządowców województwa*, MASY, Kraków 1999; H. Brandenburg, *Rola władz samorządowych gmin w planowaniu i realizacji lokalnych projektów rozwojowych*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Projekty Regionalne i Lokalne – Uwarunkowania Społeczne i Gospodarcze” 2012, s. 95–112; *idem*, *Wpływ kompetencji władz samorządowych na sukces projektu publicznego – studia przypadków*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Projekty Lokalne i Regionalne: Rola Kompetencji w Zarządzaniu Projektami” 2015, s. 13–24; A. Miszczuk, M. Miszczuk, K. Żuk, *Gospodarka samorządu terytorialnego*, PWN, Warszawa 2007; *Nowoczesne metody i narzędzia zarządzania rozwojem lokalnym i regionalnym*, red. A. Nowakowska, Wyd. UŁ, Łódź 2015; A. Noworól, *Bariery rozwoju lokalnego w Polsce. Współpraca dla rozwoju*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Administracji Publicznej w Szczecinie” 2008, nr 1; R. Przybyszewski, *Administracja publiczna wobec przemian społeczno-ekonomicznych epoki informacyjnej*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2009; *Rozwój regionalny. Rozwój lokalny. Samorząd terytorialny*, t. 22, red. B. Gruchman, J. Tarkowski, Wyd. UW, Warszawa 1990; B. Słonimska, *Gmina w procesach stymulowania przedsiębiorczości*, „Samorząd Terytorialny” 2005, nr 7–8; E. Wojciechowski, *Zarządzanie w sektorze publicznym – od modelu tradycyjnego do governance*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i w praktyce*, red. D. Strahl, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2007, nr 1164, s. 589–600; B. Kożuch, *Współpraca międzyorganizacyjna w zarządzaniu publicznym*, w: *Sprawniejsze państwo*, red. W. Kieżun, Poltext, Warszawa 2015, s. 255–270.

Ze względu na liczebność pozycji literatury dokonane będą pewne uogólnienia i konsolidacja różnych ujęć teoretycznych.

Na poziomie lokalnym rozwój jest determinowany przez różne czynniki. Jednym z nich jest wymieniany kapitał kreatywny. Dzięki kreatywności ludzkiej kapitał ten ma zdolność dostosowywania się do nowych warunków, w których się znajduje w terenie, np. w gminie. Ta zdolność decyduje o jego sprawności, jakości funkcjonowania i skłonności do zmian.

Na terenie gminy istnieją ekonomiczne, społeczne, techniczne, kulturowe czynniki, które oddziałują na proces rozwoju. Stąd przyjęto potwierdzoną w literaturze **tezę, że kreatywność występuje zarówno na poziomie globalnym, jak i lokalnym; wszędzie tam, gdzie mają miejsce procesy związane z przedsiębiorczością**, począwszy od idei tworzenia przedsiębiorstwa, poprzez „twórczą destrukcję”, aż po innowacje.

Hipoteza główna zakłada, że w jednostce przestrzennej, za jaką przyjęto gminę, występują warunki determinujące identyfikację i aktywizację kapitału kreatywnego.

Przy takim założeniu sformułowano następujące hipotezy cząstkowe:

- H 1. Kapitał kreatywny można zidentyfikować i dokonać jego oceny, zaś źródłem tego kapitału jest przedsiębiorczość, co nie wyklucza możliwości jego rozpoznania w innych płaszczyznach.
- H 2. Czynniki sprzyjające kreatywności na stanowisku pracy urzędników mają związek z oceną rozwoju ich gminy.
- H 3. Dla respondentów (mieszkańcy i urzędnicy) większy wpływ na rozwój lokalny ma lokalizacja gminy niż kreatywność ludzi mieszkających na jej terenie.
- H 4. Przy wykorzystaniu w ocenie metody skupień istnieje związek między rodzajem gminy a jej przynależnością do grupy, jednocześnie w przestrzeni lokalnej zachodzą koncentracja i dekoncentracja gmin wynikające z ich pozycji w grupach.
- H 5. Z implikacji teoretycznych wynika, że lepsze warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego mają miasta; w przypadku Podkarpacia przyjęto, że są to gminy miejskie.

Uwarunkowania rozwoju lokalnego z uwzględnieniem wpływu kapitału kreatywnego wiązać się będą z oceną odnoszącą się do społeczności lokalnej, jednostek samorządu terytorialnego oraz innych organizacji²⁶.

²⁶ Na przykład R. Brol traktuje rozwój lokalny jako „zharmonizowane i systematyczne działanie społeczności lokalnej, władzy lokalnej oraz pozostałych podmiotów funkcjonujących w gminie zmierzające do kreowania nowych i poprawy istniejących walorów użytkowych gminy, tworzenia korzystnych warunków dla lokalnej gospodarki oraz zapewnienia ładu przestrzennego i ekologicznego”. R. Brol, *Rozwój lokalny – nowa logika...*, op. cit., s. 11.

W rozwoju lokalnym uczestniczą różne grupy interesariuszy. W badaniach ich działania rozpoznane zostaną w kilku płaszczyznach, w tym na poziomie jednostki samorządu terytorialnego. Z reguły przyjmuje się, że urzędy gmin mimo autonomii realizują swoje działania w oparciu o wyznaczone schematy, zasady, a sam sposób funkcjonowania ma charakter biurokratyczny. Grupą oceniającą rozwój byli więc przedstawiciele/pracownicy urzędów gmin. W zakres ich obowiązków wpisany jest szeroko rozumiany rozwój gminy. Przyjmuje się również, że rozwój jest formą zmiany kierowanej, a na poziomie lokalnym przypisana jest ona władzom samorządowym. Ta ocena przebiegać może w różnych kierunkach w zależności od przyjętych założeń, natomiast w pracy będzie rozpatrzona pod kątem uwarunkowań sprzyjających rozwojowi lokalnemu i kapitałowi kreatywnemu w urzędzie gminy. Nie ograniczając oceny tylko do jednego uczestnika życia społecznego, w rozważaniach empirycznych zaprezentowano punkt widzenia społeczności lokalnej. W celu prezentacji oceny rozwoju lokalnego i kreatywności powołano się także sygmalnie na badania zrealizowane wśród podkarpackich przedsiębiorców.

Podejmując się w rozważaniach założonego problemu, oczekuje się następujących efektów:

- uporządkowania wiedzy dotyczącej kapitału kreatywnego,
- identyfikacji uwarunkowań rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym,
- weryfikacji uwarunkowań modelu „3T” w warunkach lokalnych,
- identyfikacji możliwości rozwoju lokalnego z uwzględnieniem kapitału kreatywnego,
- oceny zróżnicowania gmin Podkarpacia w zakresie uwarunkowań predestynujących rozwój kapitału kreatywnego,
- opracowania modelu pozwalającego na ocenę uwarunkowań kapitału kreatywnego w gminach.

1.3. Metodyka i przedmiot badań

Studia literatury przedmiotu pozwalają stwierdzić, że nie ma przeciwskażeń, aby kapitał kreatywny analizować w określonym miejscu, za które przyjęto obszar lokalny (gminy). Inspiracja badawcza dotycząca podjętej problematyki wynika z zainteresowania przedsiębiorczością, organizacjami uczącymi się, w tym regionem opartym na wiedzy. Połączenie koncepcji regionu uczącego się i klasy kreatywnej jest wynikiem lektury publikacji m.in. R. Floridy. Budząca wiele kontrowersji koncepcja ma ważną cechę widoczną już z perspektywy czasu. Mianowicie teoria klasy kreatywnej dała początek studiom nad rozwojem gospodarczym opartym na kreatywności głównie miast i krajów. Przy wykorzysta-

niu indeksów budowano i weryfikowano ich rankingi rozwojowe. Jednocześnie badania te wymagały operacjonalizacji, przełożenia cechy, jaką jest kreatywność, na określony zbiór twierdzeń opisujących zależności między nimi.

Poznanie naukowe ma na celu zdobycie wiedzy. W pracy przyjęto podejście jakościowe i ilościowe wykorzystane w porównaniu gmin. Rozwój jednostki przestrzennej, za jaką uznano gminę, jest procesem wielowymiarowym. Stąd badanie wymagało przyjęcia założeń upraszczających. Punktem wyjścia w metodach wielowymiarowej analizy porównawczej jest wytypowanie zmiennych opisujących przedmiot badania (tzw. zmiennych potencjalnych). W badaniu dysproporcji w rozwoju gmin przyjęto cechy, które uznano za charakteryzujące zmienność przestrzenną. Do pomiaru warunków sprzyjających rozwojowi kapitału kreatywnego przyjęto więc zmienne (tabela 27) w podziale umownie odnoszącym się do metodyki R. Floridy.

Kierując się wiedzą uzyskaną na podstawie literatury przedmiotu²⁷, dotyczącą czynników wpływających na rozwój lokalny z uwzględnieniem kapitału kreatywnego, należy wyjaśnić powód ich względnego wyboru. Dobór danych według kryteriów zastosowanych w metodyce R. Floridy nie jest możliwy na poziomie lokalnym z braku agregacji cech. W opracowaniu K. Klincewicza, w którym zweryfikowano wyżej wymienioną teorię na przykładzie polskich województw, również niemożliwa okazała się dokładna replikacja oryginalnych analiz. Budowa wskaźnika kreatywności na poziomie lokalnym z wykorzystaniem używanych w innych badaniach indeksów za poziomie gminy nie jest obecnie możliwa ze względu na brak agregacji analogicznych danych w Banku Danych Lokalnych GUS. Możliwość ich udostępnienia na poziomie instytucji (US w Warszawie, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej) została wykluczona ze względu na obowiązującą tajemnicę statystyczną. Także próba uzyskania liczebności zawodów zaliczanych do klasy kreatywnej na poziomie gminy nie była możliwa, co skutkowało przyjęciem do oceny cech względnie opisujących występowanie tej klasy.

W pracy będą wykorzystane różne metody badawcze, od ogólnych (m.in. indukcja, dedukcja, analiza, synteza) po metody analizy opisowo-jakościowej, analizy porównawczej, krytycznej analizy literatury, metody ekonometryczne (w szczególności analizy skupień), a także techniki graficznej prezentacji danych wyjściowych i wyników badania. Podczas gromadzenia materiału empirycznego zostanie wykorzystana metoda statystyki gospodarczej i powszechnej, metoda ankietowa oraz wywiad.

²⁷ Między innymi uwzględniono wyniki badań dotyczące klasy kreatywnej, przemysłów kreatywnych i kreatywnych miast zrealizowane w Polsce i za granicą przez autorów: R. Floridę, K. Klincewicza, M. Podogrodzką, M. Miedzianowską, A. Klasika, R. Kuźnika, T. Strykiewicza.

Diagnoza oparta na cechach ilościowych będzie potwierdzona wynikami uzyskanymi z badań ankietowych. Badania przeprowadzono w trzech grupach wyznaczonych celowo respondentów, w których część pytań w kwestionariuszu ankiety pokrywała się. Stąd niezależne trzy grupy respondentów ustosunkowały się do przyjętych założeń.

Ze względu na wskazywaną w rozwoju lokalnym rolę jednostki samorządowej założono badanie pełne wśród wszystkich 160 urzędów gmin Podkarpacia²⁸. Ankieta, realizowana metodą CAWI (wywiad wspomagany komputerowo za pomocą strony WWW), poprzedzona była kontaktem telefonicznym informującym o założeniu badawczym i prośbie o wypełnienie kwestionariusza. Kwestionariusz wypełniano w lipcu i sierpniu 2015 r. Ankiety w urzędach gmin realizowała firma Fast Solution.

W urzędach ankietę wypełniło trzech losowo wybranych pracowników różnego szczebla struktury organizacyjnej. Sześć gmin (Dynów – gmina miejska, Gawłuszowice, Nowa Szarżyna, Sokołów Małopolski, Strzyżów, Żołynia) nie poddało się badaniu. Z pięciu gmin nie uzyskano założonej liczby trzech kwestionariuszy zawierających odpowiedzi. Z przyjętej pierwotnie populacji 480 badanych uzyskano zwrot 453 ankiet. Badane gminy stanowią 6,2% gmin w Polsce.

Kwestionariusz ankiety realizowanej w gminach przed badaniem został zweryfikowany w trakcie bezpośrednich spotkań z 10 przedstawicielami podkarpackich gmin w 2014 r. Oprócz weryfikacji kwestionariusza ankiety przeprowadzono wywiad, który pozwolił trafniej sformułować problem badawczy, a jednocześnie rozszerzyć go o kwestie dotyczące potrzeby zmian w urzędach gmin w obszarze aktywności pracy urzędnika. Rozbudowany zakres tematyczny kwestionariusza uwzględniony w badaniu po zidentyfikowaniu takiej potrzeby w praktyce obejmował ocenę stanowiska pracy pod kątem możliwości wykorzystania kreatywności. Stąd ta część analizy jest także próbą odpowiedzi na pytanie: na ile, nie uchybiając obowiązującym obowiązkom i procedurom w pracy, urzędnik może wykorzystać swoją kreatywną aktywność.

Drugą grupę badanych stanowili mieszkańcy podkarpackich gmin²⁹. Ankieta realizowana była metodą PAPI (bezpośredni wywiad kwestionariuszowy)

²⁸ Mimo że podstawowym, kontrolnym i stanowiącym organem gminy jest rada gminy i przysługują jej uprawnienia w sferze działania oraz organizacji gminy, nie objęto tego organu badaniem. Wybór pracowników urzędu gminy jako podmiotu badań wiązał się z przynależnością do organu wykonawczego (wójt, burmistrz), a także do organu o znaczeniu administracyjnym, pomocniczym, szczególnie w sprawach wykonawczych, realizujących bieżące zadania w gminie.

²⁹ Mieszkańcy są przedstawicielami społeczności lokalnej, są również członkami rad gmin. Wybór tej grupy do analizy pośrednio usprawiedliwia wybór pracowników urzędów gmin, a nie przedstawicieli rad gmin w procedurze badania ankietowego.

w doborze losowym. Przyjęto, że na Podkarpaciu mieszka około 2130 tys. osób³⁰. Założono wielkość frakcji na poziomie 50%, nie jest bowiem znane analizowane zjawisko odnoszące się do oceny czynników warunkujących rozwój kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym. Uwzględniono błąd maksymalny na poziomie 5%, poziom istotności 5%, co dało próbę wielkości 385 ankiet. Ze względu na trudności, jakie spotyka się w realizacji badań, głównie związane z niekompletnym wypełnieniem ankiety, przyjęto przeprowadzanie badań na poziomie zwiększonym o 50. Daje to próbę statystyczną pozwalającą uzyskać pewną wiedzę o całej populacji.

Ankieta skierowana do mieszkańców gmin nie zawierała wszystkich elementów, które były oceniane przez pracowników urzędów gmin. Zakres tematyczny ograniczony został do uwarunkowań rozwoju lokalnego z uwzględnieniem kreatywności. W zestawieniu wykorzystano dane z 418 kompletnie wypełnionych kwestionariuszy.

W celu dokonania analizy porównawczej opinii różnych grup interesariuszy zaprezentowano również fragmenty badań odnoszące się do przyjętego problemu badawczego, zrealizowane w przedsiębiorstwach Podkarpacia w okresie wcześniejszym (tj. w 2012 r., w którym część pytań odnosiła się do wdrożenia innowacji w latach 2000–2012; przyjęty tak długi okres oceny wiąże się z czasem pozyskania i wdrażania innowacji, szczególnie w małych i średnich przedsiębiorstwach). Dodatkowo, mając na uwadze krytykę teorii Floridy, zweryfikowano kwestionariusz rozwoju kapitału kreatywnego w przedsiębiorstwie. W pracy zaprezentowane zostaną ogólne wyniki badania ankietowego przeprowadzonego w okresie od stycznia do kwietnia 2016 r. wśród 100 przedsiębiorstw sektora kreatywnego z terenu Podkarpacia (tabela 1).

Tabela 1. Charakterystyka materiału badawczego

Wyszczególnienie	Oszacowana minimalna liczebność próby	Zrealizowana	Stopień pokrycia w %
1	2	3	4
Pracownicy urzędów gmin	480	453	94,37
Mieszkańcy gmin	385	418	108,57
Wywiad pogłębiony z przedstawicielami administracji szczebla gminnego	dobór celowy	10	100,00

³⁰ Bank Danych Lokalnych, dane za 2014 r.

1	2	3	4
Wywiad dotyczący kreatywności z przedsiębiorcami	dobór celowy	30	100,00
Badania ankietowe wśród przedsiębiorców	dobór losowy	100	100,00
Badania ankietowe wśród przedsiębiorstw sektora kreatywnego	dobór celowy	100	100,00

Źródło: opracowanie własne.

Analizy prowadzone zostaną odrębnie dla każdego zbioru danych, tak by poznać opinie reprezentantów poszczególnych gmin. Gminy różniły się potencjałem i uwarunkowaniami, co podkreślają uczestnicy badania. W pracy pozyskane dane zaprezentowane zostaną w układzie ogólnym, w wybranych zaś zagadnieniach w podziale na gminy miejskie, wiejskie i miejsko-wiejskie. Przedstawiona zostanie synteza ocen respondentów, co pozwoli na wskazanie gmin przodujących w zakresie aktywizacji kapitału kreatywnego.

Liczebność uczestników oceniających uwarunkowania rozwoju lokalnego i kreatywności, co wynika z próby, jest reprezentatywna. Pozwala to za pośrednictwem metod wnioskowania statystycznego uogólnić wyniki na całą populację.

Materiał empiryczny pochodzący z różnych źródeł służyć ma uzyskaniu jak najszerszej informacji dotyczącej uwarunkowań i możliwości rozwoju kapitału kreatywnego, porównaniu wyników oceny kreatywności, uwarunkowań rozwoju lokalnego i kapitału kreatywnego wśród różnych interesariuszy. Otrzymane wyniki badań własnych wykorzystano przy weryfikacji założeń przyjętych w pracy (tabela 2).

Tabela 2. Wykorzystanie materiału badawczego do weryfikacji przyjętych założeń

Wyszczególnienie	Dane ilościowe statystyki powszechnej	Badania wśród pracowników urzędów gmin	Badania wśród społeczności lokalnej	Badania wśród przedsiębiorców
1	2	3	4	5
C 1 (związek z H 1)	–	ocena kreatywności i możliwości jej wykorzystania	ocena kreatywności i możliwości jej wykorzystania	ocena kreatywności i możliwości jej wykorzystania
C 2 (związek z H 3)	ocena zmiennych ilościowych	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego
C 3 (związek z H 3)	ocena metodą statystyczną	ocena rozwoju gminy	ocena rozwoju gminy	–

1	2	3	4	5
C 4 (związek z H 2)	zmienne ilościowe jako charakterystyki gmin	wskazanie czynników i obszarów rozwijania kreatywności w pracy i w gminie	–	–
C 5 (związek z H 4 i H 5)	zmienne ilościowe charakteryzujące gminy	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego, w tym „3T”	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego, w tym „3T”	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego, w tym „3T”
C 6 (związek z H 4 i H 5)	–	cechy charakteryzujące osoby kreatywne; ocena uwarunkowań rozwoju i możliwości wykorzystania kreatywności	ocena uwarunkowań rozwoju i możliwości wykorzystania kreatywności	ocena uwarunkowań rozwoju i możliwości wykorzystania kreatywności
C 7 (związek z H 4 i H 5)	–	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego	ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego

Źródło: opracowanie własne.

W celu określenia względnej atrakcyjności kreatywnej gmin zostanie wykonane grupowanie wszystkich gmin Podkarpacia metodą Warda, która należy do aglomeracyjnych metod grupowania w oparciu o kryterium minimalizacji wariancji. W powszechnej opinii uważa się ją za najskuteczniejszą w tworzeniu homogenicznych skupień³¹. Grupowanie dokonane zostanie dla cech ilościowych i dla danych uzyskanych techniką ankietową. Dla czytelności uzyskanych wyników w pracy dane te i wyniki zostaną umownie nazwane „jakościowymi”.

Wykorzystane cechy ocenione zostaną pod kątem występowania współzależności z wykorzystaniem współczynnika korelacji rang Spearmana³². Większość zjawisk na świecie występuje w różnych związkach. Dotyczy to również rozwoju lokalnego i jego uwarunkowań. Dokonane zostanie zestawienie oceny, czy pomiędzy zmiennymi zachodzi jakikolwiek związek i czy jest on ścisły. Dodatkowo z wykorzystaniem testu Kruskala-Wallisa przeprowadzone będą oceny związku rodzaju gminy z przyjętymi cechami³³.

³¹ M. Wierzińska, M. Sobolewski, *Klasyfikacja powiatów województwa podkarpackiego ze względu na poziom życia ludności*, „Taksonomia” 2002, nr 9, s. 87. Wybór tej metody do klasyfikacji uzasadniają jej własności teoretyczne. Zob. A. Młodak, *Analiza taksonomiczna w statystyce regionalnej*, Difin, Warszawa 2006; *Metody oceny rozwoju regionalnego...*, op. cit.

³² Zob. S. Kot, J. Jakubowski, A. Sokołowski, *Statystyka*, Difin, Warszawa 2011, s. 104, 308, 299.

³³ Zob. *ibidem*, s. 477.

Ustalony będzie ostateczny kierunek wpływu siły każdego z poddanych ocenie czynników, obliczona zostanie średnia arytmetyczna ważona, nazywana współczynnikiem oddziaływania. Następnie na podstawie wartości współczynnika oddziaływania ustalony zostanie ranking determinant mających wpływ na rozwój i na kapitał kreatywny³⁴.

Cechy opisujące uwarunkowania wpływające na rozwój lokalny i rozwój kapitału kreatywnego ze względu na ich liczbę i powtarzalność w formie pytań kontrolnych w kwestionariuszu poddane będą analizie czynnikowej³⁵.

Weryfikacja statystyczna zostanie zakończona modelem ekonometrycznym opisującym lokalizację i rozwój gminy z wyznaczonymi cechami. Przyjęte zostaną one jako zmienne objaśniane w oparciu o teorie rozwoju regionalnego³⁶.

Uwzględniając syntezę wiedzy, na podstawie literatury i badań własnych podjęta zostanie próba budowy koncepcyjnego modelu rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym.

Ocena kreatywności i kapitału kreatywnego jest bardzo trudna ze względu na brak obiektywnych wskaźników pomiaru, a przede wszystkim danych. Opis i ocena determinant rozwoju kapitału kreatywnego stanowią swoiste studium przypadku odniesione do gmin województwa podkarpackiego. Jednym z powodów zastosowania metody studium przypadku jest nietypowość zjawiska kapitału kreatywnego, możliwość stosowania wielu metod w celu jak najdokładniejszej diagnozy. Umożliwia to poznanie przypadków różniących się od pozostałych, co pozwala na poszerzanie wiedzy związanej z daną dziedziną nauki.

Dążono więc do wszechstronnego opisu gmin województwa podkarpackiego z uwzględnieniem jak największej liczby zmiennych charakteryzujących uwarunkowania rozwoju lokalnego, a jednocześnie kapitał kreatywny. Stąd podjęto badania wśród różnych grup respondentów. Wszystkie pozyskane wyniki starano się zintegrować wokół pojęcia kapitału kreatywnego. Celem takiej anali-

³⁴ Por. M. Zastępowski, *Uwarunkowania potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, Wyd. UMK, Toruń 2010, s. 168 i n.; M.J. Stankiewicz, *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalnych*, TNOiK, Toruń 2002, s. 128 i n.; R. Haffer, *Systemy zarządzania jakością w budowaniu przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw*, Wyd. UMK, Toruń 2003, s. 183; J. Wiśniewski, *Ekonometryczne badanie zjawisk jakościowych. Studium metodologiczne*, Wyd. UMK, Toruń 1986, s. 14–22; A. Zych, *Wykorzystanie czynników innowacyjności w MŚP (np. branży rolno-spożywczej)*, praca doktorska, Uniwersytet Warszawski, 2013.

³⁵ Por. W. Pluta, *Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach ekonomicznych*, PWE, Warszawa 1977.

³⁶ Zob. D. Witkowska, *Podstawy ekonometrii i teorii*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005, s. 30, 43–50; *Opisowe modele ekonometryczne elementy teorii przykłady i zadania*, red. N. Łapińska-Sobczak, Wyd. UŁ, Łódź 2001, s. 7–8.

zy była prezentacja gmin, które posiadają warunki sprzyjające dla rozwoju kapitału kreatywnego, warte naśladowania³⁷.

Praca zakresem przestrzennym obejmuje województwo podkarpackie w podziale na gminy. Zakres czasowy badań dotyczy okresu od roku 2014 do roku 2016, a w uzasadnionych przypadkach analizy historycznej obejmuje także okresy wcześniejsze, głównie w sferze studiów literatury przedmiotu. Wybór do analizy województwa podkarpackiego wynikał z zaliczenia go do grupy pretendentów w rozwoju kapitału kreatywnego w porównaniu do innych województw Polski³⁸.

W zakres rzeczowy nie wchodzi następujące zagadnienia powiązane z przyjętym tematem:

- dokładna charakterystyka czynników wpływających na kapitał kreatywny, w tym innowacji,
- charakterystyka, związki i relacje pomiędzy uczestnikami w lokalnym systemie kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego w gminie,
- bezpośrednia analiza oparta na zawodach kreatywnych,
- szczegółowe opisy ocen dokonanych przez respondentów (przedstawiciele urzędów gminy, mieszkańców, przedsiębiorców) i ich porównania.

Struktura pracy jest dostosowana do założeń metodycznych. W zakres pracy wchodzi siedem rozdziałów. W rozdziale pierwszym przedstawione zostaną założenia pracy. Oprócz charakterystyki problemu badawczego sformułowany będzie cel i hipotezy oraz zaprezentowana metodyka badań.

W rozdziale drugim przedstawione będzie pojęcie kreatywności i różne interpretacje jego znaczenia. Zaprezentowane zostaną miejsca, w których można zidentyfikować kreatywność. Przedstawione będą tezy twórczej destrukcji J.A. Schumpetera i założenia teorii klasy kreatywnej R. Floridy, stanowiącej wąską definicję kapitału kreatywnego.

Rozdział trzeci identyfikuje kreatywność w odniesieniu do ekonomicznych teorii rozwoju regionalnego. Przedmiot identyfikacji analizowano na tle innych uwarunkowań rozwoju.

Zakres rozdziału czwartego obejmuje rolę samorządu terytorialnego, a także odwołanie do wpływu globalizacji na lokalne struktury. Zostanie zaproponowana również budowa modelu lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego gminy z udziałem różnych interesariuszy.

Rozdział piąty, szósty i siódmy mają charakter empiryczny i zawierają wyniki badań własnych. Zostaną przedstawione w nich możliwości rozwijania kreatywności w urzędzie gminy jako miejscu decyzji wykonawczych. Wskazane

³⁷ Zob. S. Nowak, *Metodologia badań socjologicznych*, PWN, Warszawa 1970.

³⁸ Szczegółowe powołanie na wyniki badań znajduje się przy charakterystyce województwa.

będą determinanty aktywizacji kapitału kreatywnego. Weryfikacji statystycznej będą poddane zmienne opisujące kryteria talentu, technologii i tolerancji. Po zinterpretowaniu skupień gmin wyróżnionych w procesie grupowania zostaną wyznaczone nowe czynniki metodą czynnikową redukującą liczbę determinant. Z wykorzystaniem narzędzi statystycznych skonstruowany będzie model, poprzez elementy którego można identyfikować kapitał kreatywny, a także zaprezentowane założenia koncepcyjnego modelu kreatywnego systemu gminy. Na zakończenie zostanie dokonana kompilacja badań własnych z badaniami innych autorów i przedstawione wnioski.

ROZDZIAŁ 2

KAPITAŁ KREATYWNY W TEORII NAUK EKONOMICZNYCH

2.1. Identyfikacja i istota kreatywności

Termin „kreatywność” pochodzi od łacińskiego *creare*, co oznacza „robić”, „produkować” lub „rosnąć”³⁹. W słowniku synonimów można znaleźć wiele określeń pokrewnych – pomysłowość, wynalazczość, odkrywczność, inwencja, inicjatywa, oryginalność, świeżość, śmiałość, nieszablonowość, awangardowość, nowatorstwo, pionierstwo, innowacyjność, eksperymentatorstwo⁴⁰.

Powstawanie nowych pomysłów lub idei fascynowało wielu badaczy ze względu na pojawienie się „czegoś nowego”, co zajmuje miejsce starego. Wytworzona nowość ma być jednak oryginalna, wcześniej niestosowana⁴¹ przez nikogo.

Kreatywność analizowana jako cecha jest właściwa wszystkim ludziom, pozwala bowiem adaptować się im do zmian zachodzących w środowisku. Rozpatrywać ją można, odnosząc do jednostki, człowieka, który tę cechę indywidualnie wykorzystuje. W tym kontekście będzie właściwa wszystkim synonimom definicja mówiąca, że kreatywność to zdolność twórczego myślenia, szeroko pojęta pomysłowość i elastyczność adaptacyjna skutkująca umiejętnością odnajdowania twórczych, oryginalnych rozwiązań wykraczających poza przyjęte schematy⁴². Takie myślenie cechuje niestandardowość, wyjście poza schemat, dywergencja, umiejętność kompilacji różnej wiedzy do innego zasto-

³⁹ G. Koziół, R. Zaborek, *Przedsiębiorczość drogą do nauki kreatywności i pracy zespołowej*, Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego–Poznański Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości, Poznań 2012, www.org.pl/kreatywnyuczen/media/.../Podrecznik_uzytkownika_modelu.pdf, s. 8 (8.04.2014).

⁴⁰ <http://www.synonimy.pl/synonim/kreatywno%C5%9B%C4%87/> (8.12.2014).

⁴¹ Zob. *Nowy słownik języka polskiego*, red. E. Sobol, PWN, Warszawa 2003, s. 1124.

⁴² R. Drozdowski, A. Zakrzewska, K. Puchalska, M. Morchat, D. Mroczkowska, *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, PARP, Warszawa 2010, s. 20.

sowania⁴³. Różnorodność definicji świadczy o bardzo szerokim traktowaniu kreatywności.

Kreatywność w ekonomii jest postrzegana jako najważniejsza cecha kapitału ludzkiego wpływająca na wdrożenie innowacji i podstawa procesu innowacyjnego. Można ją zdefiniować jako tworzenie użytecznych i wartościowych produktów, usług, pomysłów, procedur przez współpracujące ze sobą jednostki⁴⁴.

W tym miejscu warto wskazać na definicję, która w sferze ekonomicznej określa kreatywność jako krzyżowanie sektorów, elementów artystycznej formy wyrazu, zarówno innowacji ekonomicznych, jak i technologicznych. W tym przypadku kreatywność jest rozpatrywana jako proces interakcji pomiędzy procesami innowacyjnymi⁴⁵.

Wskazuje się więc na wymagane elementy kreatywności:

- zawsze potrzebuje ona twórczego myślenia lub działania,
- działania twórcze są celowe,
- muszą one prowadzić do powstania oryginalnego dzieła myśli ludzkiej,
- wynik musi być wartościowy⁴⁶.

Kreatywność rozumiana jest jako potencjał dla twórczych osiągnięć teraz lub w przyszłości, niekoniecznie zaś jako twórczość już zrealizowana. Kreatywność jako cecha jest dość powszechna w populacji, nie jest jedynie charakterystyką geniuszy, ale też dzieci, młodzieży i dorosłych o tyle, o ile cechują się oni zdolnościami zadawania sobie i światu ważnych pytań czy dziwienia się⁴⁷.

A. Maslow twierdził, że osobą kreatywną jest każdy, kto akceptuje samego siebie, ciągle się rozwija, żyje zdrowo i jest szczęśliwy. To ujęcie akcentuje A. Bubrowiecki⁴⁸, twierdząc, że to sam człowiek określa te wartości. W procesie rozwoju człowieka jest spójna nowość i użyteczność i te dwie cechy spotyka się ponownie w definicjach kreatywności i twórczości stanowiącej wykładnię ludzkiego działania.

⁴³ Zob. E. Jerzyk, G. Leszczyński, H. Mruk, *Kreatywność w biznesie*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 12.

⁴⁴ Por. R.W. Woodman, J.E. Sawyer, R.W. Griffin, *Toward a Theory of Organizational Creativity*, „Academy of Management Review” nr 18(2), s. 293–321, citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.333.8.12.2016.

⁴⁵ EC, *Economy of Culture in Europe*, DG Education and Culture, Brussels 2006, s. 41.

⁴⁶ F. Trompenaars, *Kultura innowacji. Kreatywność pracowników a sukces firmy*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2010, s. 25.

⁴⁷ M. Karwowski, *Klimat dla kreatywności...*, *op. cit.*, s. 9.

⁴⁸ A. Bubrowiecki, *Sekrety kreatywnego myślenia*, http://www.zyciedlasiebie.com.pl/pliki/Sekrety_kreatywnego_myslania, s. 9 (12.03.2010).

Odnosząc się do hierarchii potrzeb A. Masłowa, w szczególności do samo-realizacji znajdującej się na najwyższym szczeblu piramidy, potrzeba bycia kreatywnym nie jest łatwa do zaspokojenia. Wiązać się ona będzie bowiem z innymi potrzebami, m.in. pewnością siebie, samospelnieniem oraz optymistycznym spoglądaniem w przyszłość, co decyduje również o poczuciu szczęścia. Kreatywność to nieodłączny element samorealizacji człowieka, co wskazuje na jej związek z teoriami motywacji. Jest też najlepszym sposobem tworzenia przyszłości poprzez jej wymyślanie⁴⁹ znane pod nazwą twórczości wtórnej wymagającej wysokiej motywacji, znajomości warsztatu w danej dziedzinie, pracowitości i konsekwencji w realizacji⁵⁰.

Kreatywność jest cechą, która wiąże się z dużą subiektywnością oceny. Najczęściej to druga osoba, grupa, organizacja, społeczeństwo decyduje, czy ktoś lub efekt pracy ma znamiona kreatywności. Warto pamiętać, że miernikiem poziomu kreatywności jednostki nie muszą być konkretne wytwory materialne. Kreatywność to przede wszystkim potencjał człowieka, dzięki któremu jest on w stanie wykonywać dzieła nowe i wartościowe dla siebie lub innych⁵¹. Jako cecha ludzka i zarazem procedura wydobywania na światło dzienne nieznanymi ideami i pomysłami – nie tylko nieznanymi, ale również wartymi zachodu – wiąże się ona bezpośrednio z podejmowaniem czegoś nowego, znajdującego się poza obowiązującym wzorcem i rutyną⁵².

Kreatywność jest cechą, którą posiada każdy człowiek. Nie każdy jednak z cech tej korzysta. Odkrycie kreatywności to akt bazujący na percepcji jawiącej się człowiekowi najczęściej w najmniej oczekiwanym momencie. Świadomość, że potrafię to zrobić, poradzić sobie w trudnych warunkach, wiąże się z identyfikacją kreatywności. Kreatywność jest też procesem dostrzegania nowych możliwości⁵³ – kreatywny może być poszczególny człowiek, jak i zespół ludzi. Stąd w organizacjach należy zmierzać do tego, aby zespoły ludzi wyzwalały nowe pomysły, ponieważ jeden człowiek pomimo wygenerowania pomysłu niewiele może, aby zagwarantować jego wprowadzenie w życie⁵⁴.

⁴⁹ I.M. Kouzes, B. Posner, *Wyzwania przyszłości*, GWP, Sopot 2002, s. 57, cyt. za: B. Kaczmarek, *Kapitał intelektualny (wiedza) a kreowanie wizji przedsiębiorstwa*, w: *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, red. M.G. Woźniak, Wyd. UR, Rzeszów 2005, s. 326.

⁵⁰ S. Popek, *Człowiek jako jednostka twórcza*, Wyd. UMCS, Lublin 2001, s. 33.

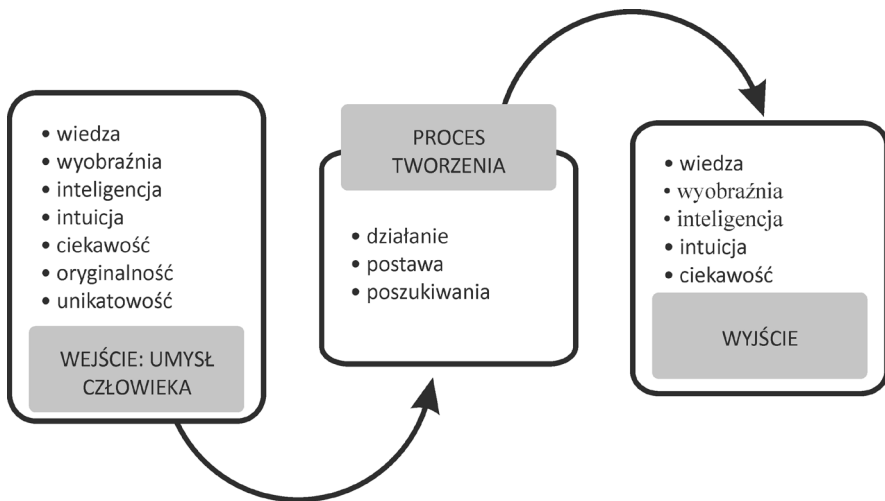
⁵¹ A. Bubrowiecki, *Sekrety ...*, op. cit., s. 10.

⁵² Zob. E.P. Torrance, *Predictive Validity of the Torrance Test of Creative Thinking*, „The Journal of Creative Behavior” 1972, vol. 5, s. 4, s. 236–262.

⁵³ J. Morbitzer, *Kreatywność jako istotna kategoria aksjologiczna we współczesnej edukacji*, w: *Edukacja jutra. Polityka, aksjologia i kreatywność w edukacji jutra*, Oficyna Wydawnicza Humanitas, Sosnowiec 2012, s. 252.

⁵⁴ A. Pomykański, *Innowacyjność organizacji*, Wyd. Naukowe Wyższej Szkoły Kupieckiej, Łódź 2009, s. 80.

Na podstawie analizy literatury przedmiotu można stwierdzić, że kreatywność postrzegana jest jako proces pozyskania i wymiany świadome i nieświadome nabytej wiedzy, doświadczenia życiowego, kompetencji wykorzystanych w sposób niekonwencjonalny w procesie twórczym (rysunek 2).



Rysunek 2. Kreatywność jako proces

Źródło: opracowanie własne.

Terminy „kreatywność” i „kreatywny” odnoszą się do potencjału, do otwierania nowych perspektyw i do stwarzania nowych możliwości, a nie do konkretnych dokonań czy form⁵⁵. Kreatywność jest cechą stanowiącą siłę napędową rozwoju ludzkości na przestrzeni wieków. Wyraz „kreatywny” jest zaś czynnościowym ujęciem tej cechy.

M. Pastuszak⁵⁶ definiuje kreatywność jako umiejętność myślenia kreatywnego i twórczego przekształcania otaczającego świata, która jest kluczowa w rozwoju osobistym, zawodowym i społecznym. Rozwój ten powinien być wspierany w procesie uczenia się człowieka przez całe jego życie, by mógł on dostosowywać się do szybko zmieniającej się rzeczywistości i ją współtworzyć. Kreatywność to sztuka chodzenia drogami innymi niż te, do których prowadzą przyzwyczajenia nabyte w domu, szkole i pracy. Wykracza ona zawsze poza standardowe myślenie, poza szarą, którą zazwyczaj się zadowalamy. Kreatywność stwarza struktury, rzeczy, opinie, które są wyjątkowe, mają sens i są użyteczne.

⁵⁵ *Kreatywny, kreatywność a twórczy, twórczość*, http://portal.wiedzy.onet.pl/140623kreatywny_kreatywnosc_a_tworczy_tworczość_haslo.html (8.08.2013).

⁵⁶ M. Pastuszak, *Zrozumieć kreatywność*, Wyd. PJATK, Warszawa 2015, s. 61.

Jest ona również traktowana jako popularny sposób na rozwiązywanie problemów. Identyfikacja problemu to proces polegający na jego odkrywaniu, określeniu celów i zbadaniu go. Służą temu np. techniki twórczego analizowania problemu, techniki uściślające definicję problemu, techniki analityczne⁵⁷.

Zidentyfikowany problem może mieć różne warianty rozwiązania. A. Lipka wskazuje, że wszystkie procesy kreatywności mają wspólny mianownik, którym jest dostrzeżenie analogii. Wynikiem jednoczesnego ujęcia „danej sytuacji lub idei w dwóch różnych układach odniesienia, kontekstach skojarzeniach”⁵⁸ jest wykrycie nieznannej dotąd korelacji lub powstanie nowej idei.

2.2. Kreatywność jako podstawa działań przedsiębiorczych i tworzenia innowacji

W świetle klasycznych poglądów J.A. Schumpetera i P.F. Druckera rodzajem działań, które charakteryzują się twórczym, nowatorskim podejmowaniem i rozwiązywaniem problemów, identyfikowaniem i umiejętnym wykorzystywaniem nadarzających się okazji oraz elastycznym dostosowaniem się do zmieniających warunków, jest przedsiębiorczość⁵⁹. W tej definicji występują wskazania na powiązania z kreatywnością. Pierwszy element to twórczy pomysł, który daje nowy efekt działania. Rozwiązywanie problemów jest niczym innym jak jednym z rodzajów efektywnego działania poprzez kreatywność.

Formułę przedsiębiorczości, która przeszła do klasyki nauk ekonomicznych, podał J.A. Schumpeter, który stwierdził, że przedsiębiorczość jest „nową kombinacją środków produkcji”, która w efekcie umożliwi wprowadzenie nowego wyrobu lub technologii, otwarcie nowego rynku, pozyskanie nowych źródeł surowców lub wprowadzenie nowej organizacji⁶⁰. Sam fakt inicjowania działalności gospodarczej jest uznawany za element tworzenia nowego, a więc jest to działanie kreatywne. Pozwala ona na rozwiązywanie problemów, poszukiwanie rozwiązań produkcyjnych, organizacyjnych, wprowadzanie zmian⁶¹.

Przedsiębiorczość jest ludzką zdolnością przekształcania idei w rzeczy realne (produkty, usługi, doświadczenia, rozważania lub ich połączenie), które

⁵⁷ Zob. T. Proctor, *Twórcze rozwiązywanie problemów*, GWP, Gdańsk 2002; E. Bono, *Naucz się myśleć kreatywnie*, Prima, Warszawa 1998; E. Nęcka, J. Orzechowski, A. Słabosz, B. Szymbura, *Trening twórczości*, GWP, Gdańsk 2005.

⁵⁸ *Kształtowanie kreatywnego kapitału ludzkiego...*, *op. cit.*, s. 11.

⁵⁹ *Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, red. M. Juchnowicz, Poltext, Warszawa 2004, s. 200.

⁶⁰ W. Adamczyk, *Przedsiębiorczość – próba definicji*, „Przegląd Organizacji” 1995, nr 11, s. 12.

⁶¹ Zob. D. Deakins, M. Freel, *Entrepreneurship and Small Firms*, McGraw-Hill Education, London 2006, s. 29.

mogą zachowywać lub tworzyć wartości dla organizacji i społeczeństwa. Przedsiębiorczość jest mieszanką wielu różnych składników pochodzących z trzech źródeł: ze świata idei, osobowości, zasobów⁶². Powołanie się w definicji na świat idei stanowi kolejny przykład powiązania z kreatywnością. Ponieważ kreatywność jest wymieniana jako cecha przedsiębiorcy, bez względu na działanie można uznać, że zawsze przedsiębiorcy towarzyszy kreatywność. Nie oznacza to jednak, że przedsiębiorca czy przedsiębiorczy człowiek tę cechę zawsze wykorzystuje.

Atrybutem, który jest często w literaturze przypisywany przedsiębiorcy, jest innowacyjność. Między innowacyjnością a kreatywnością zachodzi relacja bezpośrednia, gdyż pomysł, będący efektem twórczości, jest pierwszym etapem innowacji. Kreatywność ma jednak szersze zastosowanie w procesie innowacji. Oprócz generowania pomysłów wpływa na efektywność przebiegu wszystkich faz procesu innowacyjnego⁶³. Widzimy więc podobny mechanizm działania jak w przypadku przedsiębiorczości.

Innowacyjność rozważana w odniesieniu do kreatywności polega na przyjęciu następującego rozróżnienia: kreatywność to zdolność do tworzenia nowych i wartościowych rozwiązań (wytworów, pomysłów), a innowacyjność to zdolność do wprowadzania i zastosowania ich w praktyce⁶⁴.

Związek między kreatywnością a innowacjami najczęściej prezentowany jest w formie deterministycznej. Nowe pomysły są siłą napędową biznesu i podstawą sukcesów każdego przedsiębiorstwa⁶⁵.

Innowacja jest zastosowaniem twórczego pomysłu, który rodzi się w procesie myślowym. Ten zaś jest domeną kreatywności. Stąd wywodzi się więc traktowanie kreatywności jako początku procesu innowacyjnego. Różnica jednak dotyczy liczby zaangażowanych osób. Kreatywność najczęściej ma charakter indywidualny (jakkolwiek w przedsiębiorstwach preferuje się tendencję pracy zespołowej i wspólnego kreatywnego rozwiązywania problemów), innowacyjność wiąże się z pracą wielu osób.

Na kreatywność jako atrybut innowacyjności zwraca również uwagę J. Brillman. Według niego innowacja jest „zastosowaniem jakiejś twórczej idei”⁶⁶. Pozwala firmie stawić czoła konkurencji i jest czynnikiem niezbędnym do rozwoju. Stąd wyróżnia on:

⁶² J. Klimek, *A co z naszą przedsiębiorczością*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2005, s. 98.

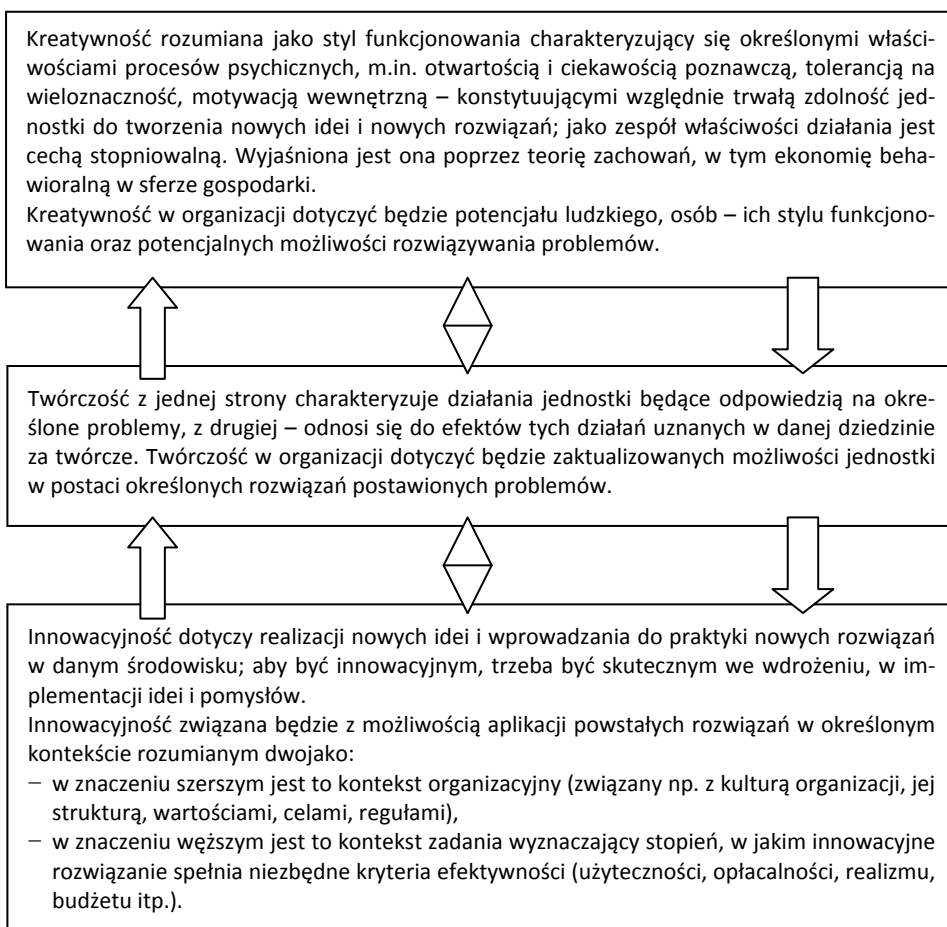
⁶³ P. Niedzielski, K. Rychlik, *Innowacje i kreatywność*, Wyd. US, Szczecin 2006, s. 152.

⁶⁴ B. Łukasik, M. Adamska-Staroń, M. Piasecka, *Twórcze myślenie*, Akademia im. J. Długosza w Częstochowie, Częstochowa 2009, s. 30–31.

⁶⁵ *Kreatywność i innowacje według J. Adaira*, red. N. Thomas, Wolter Kluwer business, Kraków 2009, s. 9.

⁶⁶ J. Brillman, *Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania*, PWE, Warszawa 2002, s. 168–170.

- kreatywność adaptacyjną odnoszącą się do pracowników, którzy przyczyniają się do lepszego funkcjonowania przedsiębiorstwa,
- kreatywność innowacyjną, którą rozumie się jako poszukiwanie nowych rozwiązań, sposobów mogących dać firmie przewagę konkurencyjną⁶⁷.



Rysunek 3. Kreatywność i innowacyjność – wzajemne powiązania

Źródło: R. Drozdowski, A. Zakrzewska, K. Puchalska, M. Morchat, D. Mroczkowska, *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, PARP, Warszawa 2010, s. 38.

Na szerszy związek wskazuje E. Stawasz, który również rozpoczyna proces innowacyjny od „powstania pomysłu, prac badawczo-rozwojowych i projektu,

⁶⁷ E. Chell, *Entrepreneurship: Globalization, Innovation and Development*, Thomson Learning, London 2001, s. 225.

produkcji i upowszechnienia”⁶⁸. Inną w odniesieniu do faz procesu definicję wprowadził P. McGowan, który za proces innowacyjny uznał działalność twórczą, w której kładzie się nacisk na wdrożenie pomysłu. Jest to nieustanny proces, który rozpoczyna się od dostrzeżenia okazji i zmierza do zaspokojenia potrzeby⁶⁹.

Kreatywność w potocznym odbiorze postrzegana jest jako cecha wrodzona, która podlega kształtowaniu we wczesnej fazie socjalizacji, w przeciwieństwie do innowacyjności traktowanej jako cecha wyuczona i będąca wynikiem warunkowań oraz oddziaływań środowiskowych. Stąd należy odnieść się do roli przedsiębiorczości nie tylko w istocie działania, ale również w jej wpływie na rozwój społeczności lokalnej, na terenie której przedsiębiorca prowadzi swoją działalność. Wskazanie na procesowy charakter kreatywności i innowacyjności można także odnieść do organizacji, na co wskazuje np. R. Drozdowski (rysunek 3).

Do działania człowieka określanego mianem przedsiębiorczego czy przez analogię innowatora zaliczyć należy przełamywanie nawyków, stereotypów i konwencji w życiu codziennym. Decyduje o tym również umiejętność spojrzenia na problemy w ich różnych aspektach, czyli dążenie do zmiany. Pozwoliło to opisać analizowane pojęcia szczegółowo i porównać je (tabela 3).

Tabela 3. Porównanie pojęć

Cecha /wyszczególnienie	Przedsiębiorczość	Innowacyjność	Kreatywność
1	2	3	4
Pomysł	Wykonanie i podjęcie działań	Efekt myśli kreatywnej	I etap i kolejne w procesie twórczym
Działanie	Wyróżnik działania o charakterze behawioralnym	O charakterze behawioralnym ⁷⁰	O charakterze mentalnym – proces myślenia
Obiektywizacja	Działanie	Umiejętność	Cecha potencjału
Faza procesu działania	Pierwsza i kolejne	Efekt końcowy	Działanie pierwotne, impulsywne
Czas reakcji na zmiany	Szybki, bo wiąże się z konkurencyjnością	Ma znaczenie przy zastąpieniu produktem wyższej generacji, co obniża koszty eksploatacji	Zależy od sytuacji i potrzeby
Charakter zmiennej	Cecha nabyta lub wykształcona	Cecha nabyta	Cecha wrodzona, możliwa do nabycia

⁶⁸ E. Stawasz, *Innowacje a mała firma*, Wyd. UŁ, Łódź 1999, s. 24–25.

⁶⁹ P. McGowan, *Innowacje i przedsiębiorczość wewnętrzna*, w: *Praktyka kierowania*, red. D.M. Stewart, PWE, Warszawa 1994, s. 281–283.

⁷⁰ R. Drozdowski, A. Zakrzewska, K. Puchalska, M. Morchat, D. Mroczkowska, *Wspieranie postaw proinnowacyjnych...*, *op. cit.*, s. 21–22.

1	2	3	4
Orientacja	Indywidualna lub zbiorowa	Nastawienie na współpracę, socjalizację	Przewaga indywidualistycznej
Efekt	Niosący efekt sprawczy	Materialny, organizacyjny	Często niedający się uchwycić

Źródło: opracowanie własne.

Zdolność do innowacji⁷¹ zależy od kreatywności, zaś obie te cechy łączy osoba przedsiębiorcy. Wymaga to inteligentnych decyzji, które pozwalają wprowadzić nowe rozwiązania. W ekonomii przyjmuje się, że powinny one przynieść wartość dodaną dla gospodarki i społeczeństwa.

W biznesie kreatywność łączy indywidualizm z nieprzewidywalnością, jest najczęściej rozumiana i analizowana przez pryzmat innowacji. Przypisana jest również osobie przedsiębiorcy, łącząc się z „twórczą destrukcją” prowadzącą do zmiany. Trzeba jednak nadmienić, że kreatywność nie jest łatwa w ocenie, werbalizacji i powinna bezwzględnie być rozpatrywana przez pryzmat wartości. Analiza bez uwzględnienia wartości nie ma bowiem znaczenia. Każda zmiana czy myślenie poza schematami muszą identyfikować cel (*ex ante*) lub efekt (*ex post*).

2.3. Miejsce kreatywności w teorii „twórczej destrukcji”

J.A. Schumpetera

Kreatywność wiąże się z niezmiernie ważną w ekonomii, wspomnianą powyżej teorią „twórczej destrukcji” J.A. Schumpetera. W jego pracach bardzo często podejmowany jest temat innowacyjności i przedsiębiorczości ujęty w kontekście rozwoju gospodarczego⁷². Jednym z kluczowych haseł teorii J.A. Schumpetera jest pojęcie „twórczej destrukcji” (*creative destruction*, też tłumaczonej jako kreatywna destrukcja), podkreślane zwłaszcza w dziele *Kapitalizm, socjalizm, demokracja* z 1942 r. Z syntetycznego przeglądu dorobku naukowego Schumpetera wynika, że jego teorię rozwoju można traktować jako teorię ogólną, gdyż w jednym systemie teoretycznym łączy ona analizy różnych uwarunkowań procesu rozwoju gospodarczego⁷³.

⁷¹ Interesujące ujęcie zależności między przedsiębiorczością, kreatywnością a innowacyjnością można znaleźć w opracowaniu: A. Domurat, *Przedsiębiorczość a kreatywność i innowacyjność* (rozdział 4), w: *Innowacyjna przedsiębiorczość. Teorie, badania, zastosowania praktyczne perspektywa psychologiczna*, red. A. Strzelecki, Wyd. Academica SWPS, Warszawa 2011, s. 84–118.

⁷² Zob. *Elgar Companion to Neo-Schumpeterian Economics*, red. H. Hanush, A. Pyka, Cheltenham UK, Northampton 2007.

⁷³ S. Mikosik, *Teoria rozwoju gospodarczego Josepha A. Schumpetera*, PWN, Warszawa 1993, s. 32.

Twórcza destrukcja wyraża proces zmian polegający na wdrożeniu nowych, bardziej efektywnych rozwiązań (innowacji), zanim istniejące – coraz mniej skuteczne – staną się całkiem przestarzałe, nieefektywne i bezużyteczne. Schumpeter badał rozwój gospodarczy, cykle koniunkturalne, postęp techniczny, przedsiębiorczość. Jego zdaniem postęp techniczny i innowacje tworzą twórczą destrukcję, czyli zasadniczą siłę napędową wzrostu gospodarczego, „która nieustannie rewolucjonizuje strukturę ekonomiczną od wewnątrz, nieustannie niszcząc to co stare, nieustannie tworząc nowe”⁷⁴.

Koncepcja twórczej destrukcji odnosi się do procesów zachodzących wewnątrz przedsiębiorstw. W tych podmiotach dzięki innowacjom następują zmiany. W ramach cyklicznych procesów wewnętrznych niszczone są stare struktury i tworzone nowe. Są one lepiej dostosowane do otoczenia, wykorzystują bowiem postęp techniczny. Przedsiębiorstwa stanowią o podstawie rozwoju ekonomicznego każdego regionu, również na poziomie lokalnym.

J. Mohr, S. Sengupta i S. Slater⁷⁵ wyjaśniają, że kreatywna destrukcja to poгляд, w świetle którego firma w celu utrzymania rentowności musi być gotowa do zniszczenia podstaw obecnego sukcesu. Zdaniem autorów brak innowacji i chęci ponownego odkrywania się przez nią samą może prowadzić do jej zniszczenia przez konkurentów, którzy zdolni są podjąć ten wysiłek, by zaistnieć na rynku.

Schumpeter proces tworzenia i niszczenia nazwał „wichrem twórczej destrukcji”. To ona umożliwia utrzymywanie w długim okresie wyników na poziomie rynkowym⁷⁶. Miał to być sposób na polepszenie warunków działalności kapitalisty polegający na ciągłym wytrącaniu gospodarki ze stanu równowagi poprzez zmiany, których kierunku nie sposób przewidzieć⁷⁷.

J.A. Schumpeter uważał, że działania przedsiębiorców „wybijają” gospodarkę z równowagi, jednak każdą taką sytuację da się wyjaśnić na podstawie sytuacji poprzedniej⁷⁸. Równie ważne dla odkrywania „pojęcia kreatywności” w pracach Schumpetera jest to, że gdy mamy do czynienia z problemem nierozwiązanym, nie oznacza to, że nie jest on „nierozwiązywalny”. Wyraźne wskazanie na „przypadek indywidualny” dotyczy rozwiązywania problemu, który jest częścią kreatywności.

Rozwój wywołany jest naruszeniem równowagi, z tym że nie zależy on tylko od warunków ekonomicznych. Wskazanie na „to, że każdy sektor życia spo-

⁷⁴ *Chaos czy twórcza destrukcja...*, *op. cit.*, s. 12.

⁷⁵ J. Mohr, S. Sengupta, S. Slater, *Marketing of High-Technology Products and Innovations*, Pearson Education, New Jersey 2010, s. 36.

⁷⁶ R. Foster, S. Kaplan, *Twórcza destrukcja*, Galaktyka, Łódź 2003, s. 23.

⁷⁷ Zob. E. Maślak, *J.A. Schumpeter pół wieku później – współczesna recepcja teorii*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2002, z. 2, s. 224–225.

⁷⁸ J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960, s. 91, 102.

leczno jest jak gdyby zamieszkały przez odrębną grupę ludzi”⁷⁹, jest ukazaniem elementu różnorodności w funkcjonowaniu gospodarki, historii i społeczeństwa, a jednocześnie cechą ludzi kreatywnych. Potwierdzają to słowa: „sektor ekonomiczny z kolei może być ujmowany z nieskończenie różnorodnych punktów widzenia, które można uszeregować, np. zależnie od ich zakresu lub też zależnie od stopnia implikowania przez nie uogólnień”⁸⁰.

Potwierdzeniem takiego sposobu myślenia jest zapis odnoszący się do interpretacji teorii ekonomii. „Tam, gdzie powiązanie faktów historycznych jest tak skomplikowane, że wymaga metod interpretacji przekraczających zdolności analityczne przeciętnego człowieka, bieg myśli przybiera formę, jakiej dostarcza ów aparat analityczny”⁸¹.

J.A. Schumpeter uważał, że teorie ekonomii należy rozbudowywać, aby mogła lepiej służyć celom gospodarki. Za „nosiciela zmian” uznawany jest „przedsiębiorca”. Elementem kreatywnym można określić wynikającą z definicji przedsiębiorcy zależność „stosowania” nowych kombinacji środków produkcji (również i kredytu, co wiąże się z możliwościami finansowymi przedsiębiorstwa).

Wspomniany autor widział siły tkwiące wewnątrz systemu gospodarczego. Poszukiwał takiej, która jest czymś więcej niż przyczyną zakłóceń równowagi. Siły, która jest w stanie generować nowe zjawiska gospodarcze. Siłami tymi okazały się innowacje realizowane przez przedsiębiorców będących innowatorami. Generowany przez nich rozwój nie jest procesem ciągłym, lecz skokowym, polegającym na kształtowaniu się coraz to nowych stanów równowagi⁸².

J.A. Schumpeter napisał: „ekonomia jest wielkim pociągami, w którym znajduje się wielu pasażerów o nieporównywalnych interesach i umiejętnościach”⁸³. W zapisie tym można dostrzec metaforę wykorzystywaną w kreatywności, a także wskazanie na umiejętności ludzi – wszystkich ludzi, co potwierdza również egalitarny charakter kreatywności. Stąd uznając, że gospodarka to układ przedsiębiorstw, pomiędzy którymi dochodzi do relacji związanej z procesami tworzenia i niszczenia, Schumpeter przedstawił etapy ewolucji nie tylko na polu gospodarczym, ale i społecznym. Sam zacznyn procesu tworzenia musi nastąpić od pomysłu będącego istotą kreatywności. To również element ewolucji często spotykany w historii, bowiem bez pomysłu, „zapalnej idei” nie byłoby zmian.

⁷⁹ *Ibidem*.

⁸⁰ *Ibidem*, s. 92. Na temat twórczości J. Schumpetera zob. R. Ciborowski, A. Kargol-Wasilczuk, M. Zalesko, *Ekonomiści szkoły austriackiej*, Instytut Studiów Regionalnych w Białymstoku, Białystok 2011, s. 105–123.

⁸¹ J. Schumpeter, *Teoria...*, *op. cit.*, s. 92.

⁸² S. Mikosik, *Teoria rozwoju gospodarczego...*, *op. cit.*, s. 51.

⁸³ E. Skrzypek, *Integracja rynku finansowego w warunkach Nowej Ekonomii*, w: *Aktualne wyzwania ekonomii*, red. Z. Kwaśniak, W. Żukow, Radomska Szkoła Wyższa, Radom 2009, s. 82.

Jest to efekt działania kreatywnego, odmiennego sposobu myślenia będącego jednocześnie podstawą rozwiązywania problemów.

Według J.A. Schumpetera to innowacje i wzrost prowadzą do zastąpienia przestarzałych produktów, procesów, firm. Takie działanie związane ze zmianą lub unowocześnianiem, uaktualnianiem jest właśnie „twórczą destrukcją”.

Podstawą koncepcji twórczej destrukcji jest niszczenie. Ma ono na celu odkrycie, zbudowanie nowego. W gospodarce jest dążeniem w kierunku maksymalizacji zysku. Takie zmiany wpływają na życie ludzi, z którego wynika ponowna potrzeba niszczenia. „Ustabilizowany” poziom zysku jest akceptowany przez pewien okres, potem „ponownie” występuje potrzeba zmian.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę na problem zmiany będącej elementem nie tylko kreatywności, ale i ewolucji, której założenia wykorzystują ekonomiści.

Kreatywna destrukcja stanowi podstawę polityki gospodarczej będącą ważną cechą ekonomii i zmierza w kierunku produkcyjnego wykorzystania zasobów kapitału intelektualnego w gospodarce narodowej⁸⁴.

Tutaj również jest możliwe wskazanie na rynki kapitałowe, które działają na zasadzie nieciągłości, zaś w swój mechanizm działania wpisują dwa istotne elementy ewolucji: kreację i destrukcję, czyli zachęcają do tworzenia firm, pozwalają im na funkcjonowanie, dopóki są efektywne i konkurencyjne. Później są po prostu z rynku eliminowane⁸⁵.

Zdaniem R. Fostera i S. Kaplan z przyczyn historycznych uwarunkowań długookresowe wyniki przedsiębiorstw często nie dorównują wynikom rynkowym. Związane jest to ze sposobem rozwoju przedsiębiorstw, który ma niewiele wspólnego z ideą kreacji i destrukcji.

„Kontroluj to, co musisz, a nie to, co możesz; kontroluj wtedy, kiedy musisz, a nie kiedy możesz. Jeśli procedura kontrolna nie jest niezbędna, eliminuj ją”⁸⁶. Zarządzanie przedsiębiorstwem ma koncentrować się przede wszystkim na stymulowaniu kreatywności⁸⁷.

Kreatywna destrukcja wiąże się z wieloma zjawiskami i trendami, które obserwuje się obecnie w świecie i które w istotny sposób zmieniają funkcjonowanie firm, przedsiębiorstw, branż, gałęzi, regionów czy państw. Do najważniejszych należą niewątpliwie globalizacja, informatyzacja czy usieciowienie, które sprawiły, że dezaktualizacji uległo wiele ze stosowanych do niedawna modeli

⁸⁴ E. Skrzypek, *Integracja rynku finansowego...*, s. 82.

⁸⁵ G. Gołębiowski, *Twórcza destrukcja jako koncepcja wpływająca na możliwości rozwoju przedsiębiorstw*, w: *Zarządzanie finansami firm – teoria i praktyka*, red. W. Pluta, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2007, nr 1152, s. 2.

⁸⁶ *Ibidem*, s. 7.

⁸⁷ *Ibidem*.

i sposobów pozyskiwania i wykorzystywania informacji, kontaktu z otoczeniem i partnerami biznesowymi czy gospodarowania.

Proces twórczej destrukcji leży także u podstaw zmian i przeobrażeń gospodarczych oraz wszelkiego postępu w gospodarce. O bezprecedensowej dynamice postępu technologicznego i innowacji technicznych, ekonomicznych, w tym finansowych i społecznych oraz politycznych, na które wpływa twórcza destrukcja, pisze m.in. E. Mączyńska⁸⁸, wedle której gospodarka światowa staje się coraz mniej stabilna, coraz bardziej „przemieszczalna”, a kolejne fale innowacji prowadzą nie tylko do pożądanej „kreatywnej rekonstrukcji” czy destrukcji twórczej, lecz także do destrukcji przynoszącej nieodwracalne bądź trudno odwracalne, dalekosiężne skutki społeczne, gospodarcze, ekologiczne i przestrzenne, radykalnie zmieniające sytuację i warunki bytowania ludzi, przedsiębiorstw, instytucji i krajów.

Rozpatrywanie kreatywności w „zagadnieniach twórczej destrukcji” może dotyczyć poziomu mikroekonomicznego odnoszącego się do przedsiębiorstwa, mezoekonomicznego – obejmującego branże, gałęzie czy regiony lub makroekonomicznego odnoszącego się do gospodarki jako całości.

Ważny jest również fakt ujmowania analiz w wymiarze czasowym. W czasie bowiem następuje poznanie nowości, a także zapoznanie się z nią odbiorcy. Zarówno akt kreowania, jak i poznania, aby przyjąć, zrozumieć to, co nowe, inne, odmienne, wymaga myślenia dywergentnego. Z opisu J.A. Schumpetera wynika, że jest ono determinujące w twórczej destrukcji.

J.M. Keynes zidentyfikował rzeczywisty problem firmy ponad pół wieku temu: „Problem nie leży w nowych ideach, lecz w ucieczce od starych, które przenikają do większych zakamarków umysłów ludzi wychowywanych jak większość z nas”⁸⁹. Powieściopisarz i pisarz polityczny A. Koestler, jeden z najbardziej wnikliwych analityków kreatywności, poszerzył obserwację Keynesa, zauważając: „Akt odkrycia ma aspekt destrukcyjny i konstrukcyjny. Musi przetrwać skostniałe wzorce organizacji mentalnej, by osiągnąć nową jakość”⁹⁰.

Na równi ze sposobem myślenia ludzi i zespołów w przedsiębiorstwach jest to ważne poza organizacją. Jak piszą R. Foster i S. Kaplan, korporacyjne systemy kontroli ograniczają kreatywność, ponieważ uzależnione są od tzw. myślenia jednotorowego. Myślenie jednotorowe to takie, które skupia się na klarownych

⁸⁸ E. Mączyńska, *Cywilizacyjne uwarunkowania rozwoju Polski*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego” 2011, nr 5/55, s. 18–19, cyt. za: N. Stępnicka *Koncepcja twórczej destrukcji Schumpetera a wyzwania współczesnej gospodarki*, https://www.infona.pl/resource/.../0e21f528-71c5-37c8-82a9-ca1efd25ee15http://www.ue.katowice.pl/fileadmin/_migrated/content_uploads/3_N.Stepnicka_Koncepcja_tworczej_destrukcji...pdf 2013 (8.12.2014).

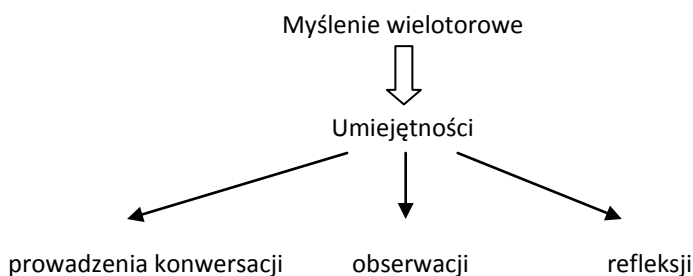
⁸⁹ R. Foster, S. Kaplan, *Twórcza destrukcja...*, *op. cit.*, s. 145.

⁹⁰ *Ibidem*.

problemach i szybko dostarcza dobrze znanych rozwiązań. Odpowiada mu skupienie, porządek, prostota, rutyna, jasno określony zakres odpowiedzialności. Klarowne systemy pomiaru i przewidywalności stanowią podstawę myślenia jednotorowego. Myślenie takie idealnie przystaje do założenia ciągłości. Może się ono sprawdzić w przypadkach niewielkich, stopniowych zmian i różnic, jednak zupełnie nie nadaje się do przeprowadzenia gruntownej transformacji.

Z drugiej strony – nieciągłości odpowiada zupełnie inny rodzaj myślenia, myślenie wielotorowe. Polega ono na rozszerzaniu kontekstu, w którym podejmowane są decyzje. Od początku skupia się bardziej na pytaniach niż na znajdowaniu szybkich odpowiedzi. W myśleniu wielotorowym dużą wagę przykładają się do odpowiedniego sformułowania pytania i rezygnuje z kontroli nad tradycyjnymi, jednotorowymi procesami myślowymi⁹¹.

Osoby myślące wielotorowo mogą charakteryzować się przeciwstawnymi cechami: mogą być namiętne i obiektywne lub dumne, a zarazem skromne; mogą być jednocześnie ekstrawertykami i introwertykami; podczas negocjacji mogą być elastyczne i nieustępliwe, skupione i rozkojarzone. Osoby takie cechuje coś, co M. Czikszenmihalyi, jeden z największych współczesnych teoretyków kreatywności i autor książki *Flow*, nazwał „pogodnym pesymizmem”⁹². Myślenie wielotorowe zależy od trzech zasadniczych umiejętności (rysunek 4).



Rysunek 4. Umiejętności determinujące myślenie wielotorowe

Źródło: opracowanie własne na podstawie: R. Foster, S. Kaplan, *Twórcza destrukcja*, Galaktyka, Łódź 2003.

Współcześnie wyraźnie potwierdza się prawdziwość poglądów J. Schumpetera, który twierdził, że cechą wyróżniającą kapitalizmu jest twórcza destrukcja, czyli nieustanna innowacyjność. W gospodarce kognitywnej innowacyjność jest codziennością, „normalnością”, a nie cechą szczególną, występującą sporadycznie, wyjątkowo. Kluczowym zagadnieniem w tej gospodarce jest zatem przed-

⁹¹ *Ibidem*, s. 31, 32.

⁹² *Ibidem*, s. 35.

siębiorczość i związana z nią innowacyjność, a te wymagają wiedzy i specyficznych, właściwych ludziom przedsiębiorczym cech psychicznych⁹³.

M. Blaug pisze, że schumpeterowski przedsiębiorca przestaje nim być, jeżeli zaczyna realizować swoje funkcje rutynowo⁹⁴. Rutynie przeczy kreatywność. Tym bardziej że kapitalizm według Schumpetera jest ze swojej istoty formą i metodą zmiany gospodarczej i nie tylko nie jest, ale nie może być stacjonarny⁹⁵.

Gospodarka zatem coraz częściej nie tyle funkcjonuje w oparciu o stałe reguły, lecz wymaga uwzględniania nieprzewidywalności wynikającej z działań innowacyjnych. Szczególny wpływ na zmiany w gospodarce, których pojawienia z reguły nie da się przewidzieć, wywierają innowacje przerywające dotychczasowy ciąg zdarzeń⁹⁶.

Punktem wyjścia, podstawą, pierwszym etapem procesu innowacyjnego jest zaś kreatywność. Stąd można postawić tezę, że zawsze, kiedy mamy do czynienia z innowacjami, towarzyszy im kreatywność, zaś poprzez twórczą destrukcję warunkuje się ciągłość procesu innowacyjnego.

W literaturze ekonomicznej analizuje się dwie ścieżki schumpeteriańskiej innowacji, tj. ścieżkę typu I charakteryzowaną przez „kreatywną destrukcję” oraz ścieżkę typu II, zwaną „kreatywną akumulacją”. W kreatywnej destrukcji podstawową rolę w procesie innowacyjnym odgrywają przedsiębiorcy i nowe firmy. Przy relatywnej łatwości wejścia na rynek nowi przedsiębiorcy przynoszą nowe pomysły i innowacje oraz zakładają nowe firmy, które zakłócają dotychczasowe ścieżki produkcji, organizacji i dystrybucji. Ścieżka ta wiąże się z poszerzeniem bazy innowacyjnej poprzez wejście nowych innowatorów niszczących przewagę konkurencyjną i technologiczną istniejących firm. Ścieżka typu II związana jest z przewagą dużych firm i wysokimi barierami wejścia. Bariery te pojawiają się ze względu na posiadanie przez duże firmy zakumulowanej wiedzy w specyficznych obszarach technologicznych, ich kompetencje w zakresie działalności badawczo-rozwojowej, produkcji i dystrybucji oraz w wyniku posiadanych przez nie zasobów finansowych. Ta ścieżka zwana jest pogłębianiem działalności innowacyjnej przez kilka dominujących firm, które są stale innowacyjne w wyniku posiadania zakumulowanej wiedzy i technologii⁹⁷.

⁹³ E. Bandyk, *Kapitalizm jako współpraca mózgów*, „Polityka. Niezbędnik Inteligenta” 2010, s. 14–17.

⁹⁴ M. Blaug, *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne*, PWN, Warszawa 1994, s. 471–472.

⁹⁵ J. Schumpeter, *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, PWN, Warszawa 1995, s. 101.

⁹⁶ C. Christensen, *Przełomowe innowacje*, PWN, Warszawa 2010, s. 21.

⁹⁷ S. Berschi, F. Malerba, L. Orsegnio, *Technological Regimes and Schumpeterian Patterns of Innovations*, „The Economic Journal” 2000, April, s. 389–390, cyt. za: E. Wojnicka, *System innowacyjny Polski z perspektywy przedsiębiorstw*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2004, s. 19.

W interpretacji zagadnienia twórczej destrukcji należy wspomnieć również o krytycznym podejściu do założeń Schumpetera. Z większością poglądów należy się zgodzić. Fakt odnoszenia się jednak do konkurencji przedsiębiorstw nie zawsze wiąże się z upadkiem, likwidacją, „zniszczeniem” starego, słabszego czy „gorzej funkcjonującego” przedsiębiorstwa. Przeciwnie, konkurenci stosują inną ścieżkę, jaką pozostawia im ich własna kreatywność. Dostosowują się do rynku, sytuacji na takim poziomie, na jakim potrafią, co nie przeszkadza im np. w podążaniu za liderem rynku⁹⁸. Merytoryczna dyskusja dotycząca rozwoju wiąże się obecnie z odwoływaniem się do charakteryzowanej teorii, która w swym ujęciu wydaje się aktualna, a tłumaczenie zawirowań gospodarczych koniecznością „twórczej destrukcji” pozwala podążać gospodarce po ścieżce wzrostu⁹⁹. Konkludując, można przyjąć, że założenia tej teorii odnoszą się nie tylko do rozwoju przedsiębiorstw, branż, sektorów, ale i regionów. Zdaniem autorki etos kreatywności wpisuje się w tę teorię i ma służyć transformacji, restrukturyzacji w przedsiębiorstwie, a nie jego zniszczeniu.

2.4. Istota teorii klasy kreatywnej R. Floridy

Kapitał jest kategorią ekonomiczną, którą można wykorzystać tak, by przynosiła zysk w celu osiągnięcia korzyści. Jest pojęciem odnoszącym się do dóbr, które służą rozpoczęciu lub kontynuacji działalności gospodarczej. Jest jednym ze środków wytwórczych obok pracy, przedsiębiorczości i ziemi, które są potrzebne do rozpoczęcia produkcji.

Pochodzenie słowa „kapitał” związane jest z łacińskim przymiotnikiem *capitale*, który koresponduje z rzeczownikiem *caput* oznaczającym po prostu głowę lub kierownika.

Przyjmuje się, że to A. Smith wprowadził do nauki pojęcie kapitału. Studia porównawcze nad wyjaśnieniem i tłumaczeniem powyższego terminu w najpopularniejszych międzynarodowych słownikach przeprowadzone na Uniwersytecie w Yale pokazały, że w okresie „przedsmithowskim” dominowało wiele określeń, w których kapitał istniał jako „podstawa długu w odróżnieniu od odsetek”,

⁹⁸ Zob. M. Lissowska, *Teoria „kreatywnej destrukcji” a współczesne procesy rozwojowe, w: Polityka gospodarcza w poszukiwaniu nowego paradygmatu*, red. J. Stacewicz, „Prace i Materiały IRG SGH” 2013, nr 92, s. 91–117.

⁹⁹ U. Zagórna-Jonszta, *Teoria rozwoju gospodarczego i „twórczej destrukcji” Schumpetera oraz jej aktualność*, „Optimum Studia Ekonomiczne” 2015, nr 3(75), s. 30. Por. P.F. Drucker, *Modern Prophets: Schumpeter and Keynes?*, www.druckersociety.at/files/p_drucker_proph_en.pdf (25.04.2015); G. Gołębiowski, *Twórcza destrukcja...*, *op. cit.*; Y. Shionoya, *Schumpeter and the Idea of Social Science*, Cambridge University Press, Tokyo 2007, s. 23–24.

„fundusz jako przeciwieństwo strumienia”, jako „obecne bogactwo, a nie to, co z niego pozostaje” oraz jako „zasób kupiecki w odróżnieniu od strumienia zysku”. Wszystkie te pojęcia dotyczyły jednak handlu i sytuacji przedsiębiorstw. Dominowała koncepcja traktująca kapitał jako zasób (ang. *stock*) dóbr wykorzystywanych w produkcji.

A. Smith połączył właściwie koncepcje rzeczową i pieniężną, stwarzając dość kontrowersyjne pojęcie kapitału. Cały kapitał identyfikuje on z kapitałem produkcyjnym, natomiast jego wzrost jest dla niego głównym środkiem powiększania dobrobytu. Rozważając zaś bogactwo w ustalonym okresie, pojęcie kapitału ujmuje w sensie strumienia czy też „krążącego funduszu”. Wyróżnia on zarówno kapitał stały i obrotowy, jak i społeczny i indywidualny oraz po raz pierwszy wlicza kapitał jako trzeci czynnik produkcji¹⁰⁰.

Szersze definicje wyjaśniające istotę kapitału akcentują ponadto znaczenie czynników niematerialnych. Kapitał przedstawiany jest jako posiadane dobra materialne i niematerialne wykorzystywane w rozwijaniu produkcji, a także zasoby pieniężne niezbędne do przeprowadzenia procesów gospodarczych. Kapitał to również zdobyte wykształcenie, osiągnięcie określonych umiejętności, jak i posiadanie wrodzonych talentów¹⁰¹. Równie obszerną definicję przedstawia K. Building, którego zdaniem „kapitał obejmuje ludność, elementy niematerialne, takie jak nawyki, zdolności i wykształcenie; wszystkie zapasy produkcji zakończonej i niezakończony, znajdujące się zarówno w dyspozycji firm, jak i gospodarstw domowych”¹⁰². Kapitał stanowi wartość dla jego posiadacza, z tym że nie zawsze można go zidentyfikować.

M. Dobija akcentuje rolę kapitalizacji będącej procesem przyrostu wartości, pomnażania kapitału¹⁰³. Kapitał bowiem można i należy pomnażać; kapitalizacja jest procesem naturalnym i powszechnie akceptowanym przez człowieka. Uwytklając ten aspekt, można stwierdzić, że kapitał oznacza „teraźniejszą wartość strumienia zysków (wpływów netto) przy zastosowaniu stopy zwrotu specyficznej dla oczekiwań właściciela lub przedsiębiorcy”¹⁰⁴.

Kapitał rozpatrywany z punktu widzenia przedsiębiorstwa stanowi określone dobro wykorzystywane w procesie gospodarczym. Obecnie w literaturze

¹⁰⁰ K. Marchewka, *Główne nurty w teorii kapitału*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2000, z. 3, s. 106–107.

¹⁰¹ *Słownik ekonomiczny dla przedsiębiorcy w warunkach rynku*, Znicz, Szczecin 1994, s. 91.

¹⁰² W.G. Szemiatienkow, *Teorie kapitału*, PWE, Warszawa 1981, s. 74.

¹⁰³ Kapitał zdaniem tego autora jest „wartością środków ekonomicznych kapitalizowanych w zasobach rzeczowych i ludzkich” przy stopie kapitalizacji określonej przez naturalne i społeczne warunki środowiska, w którym kapitał występuje i wzrasta. M. Dobija, *Kapitał ludzki i intelektualny w aspekcie teorii rachunkowości*, „Przegląd Organizacji” 2002, nr 1, s. 10.

¹⁰⁴ *Ibidem*, s. 9.

przedmiotu mocno akcentuje się różnice dotyczące czynników materialnych i niematerialnych, np. wiedzy. Kapitał ma znaczenie nie tylko w działalności przedsiębiorstw, organizacji, do których oczywiście zaliczane jest również przedsiębiorstwo, ale także w rozwoju regionów.

Słowo „kapitał” w dziedzinie ekonomii oznacza wartość lub sumę wartości. W miarę rozwoju ekonomii wyraz ten był łączony z przymiotnikami lub innymi częściami mowy, tworząc „nowe” znaczenia kapitału.

Kapitał kreatywny jest przejawem postawy kreatywnej. Definiowanie kapitału kreatywnego wiąże się z kreatywnością indywidualną, zespołową i organizacyjną. Jest bowiem przymiotem psychologicznym człowieka¹⁰⁵.

Pojęcie kapitału kreatywnego wynika z teorii R. Floridy, który określa je, prezentując założenia klasy kreatywnej. Autor stwierdził, że klasa ta czerpie swoją tożsamość z roli dostawców kreatywności. Przyjmując, że kreatywność jest siłą napędową wzrostu gospodarczego, to ta klasa stała się dominująca w społeczeństwie. Mimo że Florida twierdzi, że klasa kreatywna posiada odpowiednią siłę, talent i liczebność, jej członkami jest całe społeczeństwo – „mające okazję przekształcić wewnętrzne poszukiwania własnej duszy w prawdziwą energię prowadzącą do odnowy i transformacji”¹⁰⁶. Wydzielenie klasy kreatywnej dokonane zostało w perspektywie zawodowej, co znalazło odzwierciedlenie w strukturze klasy kreatywnej zaprezentowanej poniżej.

Klasa kreatywna składa się z:

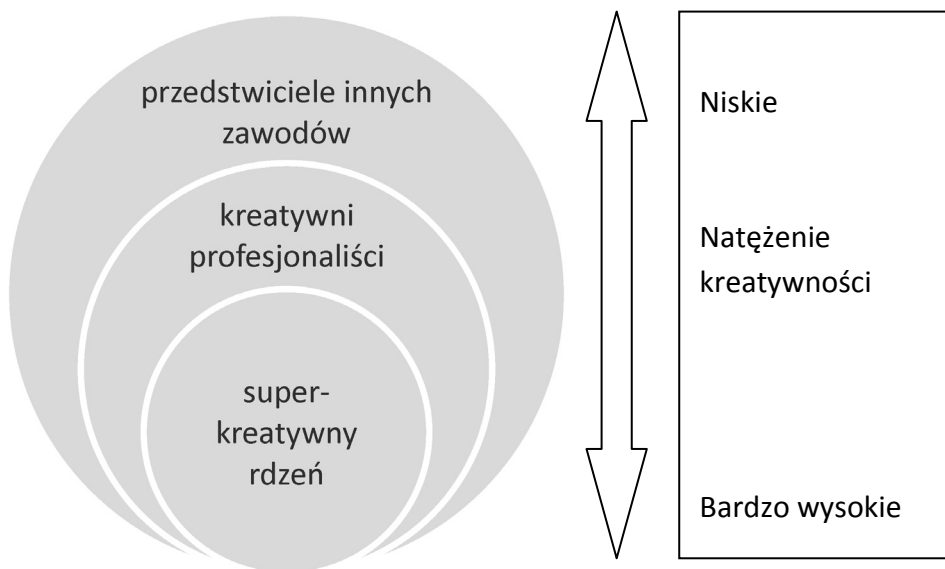
- superkreatywnego rdzenia, który tworzą naukowcy, inżynierowie, artyści estradowi, aktorzy, projektanci i architekci, poeci¹⁰⁷ i powieściopisarze, a także przedstawiciele środowisk opiniotwórczych współczesnego społeczeństwa – autorzy literatury faktu, wydawcy, postaci świata kultury, analitycy, twórcy think tanków, filmowcy itp.; praca tych ludzi wiąże się z rozwiązywaniem, ale i wyszukiwaniem problemów,
- kreatywnych profesjonalistów, czyli przedstawicieli świata biznesu i finansów, prawników, pracowników służby zdrowia i pokrewnych obszarów: są to osoby zajmujące się rozwiązywaniem złożonych problemów, które wymagają samodzielnego podejmowania istotnych decyzji oraz wykształcenia (rysunek 5)¹⁰⁸.

¹⁰⁵ P. Niedzielski, K. Rychlik, *Innowacje i kreatywność...*, *op. cit.*, s. 151.

¹⁰⁶ R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 21, 23.

¹⁰⁷ W literaturze spotyka się również podział na trzy grupy – wśród zaproponowanego podziału przez Floridę wyróżnia się jako trzeci bohémę. Zob. R. Boschma, M. Fritsch, *Creative Class and Regional Growth in Europe*, w: *The Future of European Regions*, red. P. Jakubowska, A. Kukliński, P. Zuber, Ministry of Regional Development, Warsaw 2007, s. 79–91.

¹⁰⁸ Zob. R. Florida, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York 2004, s. 8, 69, 328; *idem*, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 83–84.



Rysunek 5. Natężenie kreatywności w zawodach

Źródło: opracowanie własne.

Liczebność klasy kreatywnej zbadana została w ramach struktury zawodów zaliczanych do grup pracujących wskazanych przez R. Floridę. Takie ujęcie z perspektywy zawodowej odnosi się do wykonywanej w przedsiębiorstwie pracy. Pozwala na analizę kreatywności w wykonywanych przez człowieka zadaniach.

Wydzielenie klasy kreatywnej spowodowało wyróżnienie i posługiwanie się pojęciem kreatywnej gospodarki. Jak bowiem podkreśla R. Florida, funkcja ekonomiczna wpływa na wybory społeczno-kulturalne i styl życia członków klasy kreatywnej. To właśnie funkcja ekonomiczna, a nie kolor skóry, narodowość, orientacja, wyznanie decydują o profesjonalizmie ludzi, przynależności do rdzenia lub kreatywnych profesjonalistów. Oznacza to, że wspomniana praca ludzi w zawodach twórczych kreujących wiedzę i innowacje charakteryzuje wymienione zawody tworzące klasę kreatywną. W tym wypadku przedstawiciele klasy kreatywnej będą oferować swoją pracę i jej efekty. Efekty te będą mieć charakter innowacyjny, związany najczęściej z rozwiązywaniem problemów.

Z założeń teorii Floridy wynika, że wskazuje on na transformacje gospodarki w kierunku gospodarki opartej na wiedzy, uwzględniając innowacyjność. Propaguje „nową” formę rozwoju opartą na modelu wykorzystującym kreatywność. Dodać trzeba, że reprezentanci klasy kreatywnej osiedlają się tam,

gdzie występują tolerancja, talenty i postępową technologią. Wzajemne interakcje między „3T”, jak określił je w skrócie R. Florida, mają stwarzać podstawy do rozwoju gospodarczego. Nieco kontrowersyjne trzy kryteria w rozwoju gospodarczym, odniesione przez tego autora do cechy miękkiej, za jaką uznaje się kreatywność, zostały wykorzystane w badaniach przestrzennych i porównaniach sektorowych. Porównania te dotyczą regionów, krajów, miast, co może wskazywać, że te czynniki zostały uznane za ważne nie tylko na poziomie globalnym.

Udział ludzi zaliczających się do klasy kreatywnej wiąże się z preferencjami indywidualnego stylu życia, zaspokojenia potrzeb, które nie zawsze mają standardowy charakter. Z takim stylem życia łączy się tożsamość tych osób. Podejmują się one działań wynikających z zainteresowań, ról społecznych, ale głównie związanych z kreatywnością.

Z analizy teorii wynika wniosek, że klasa kreatywna ujęta według kryterium zawodów stanowi przykład definicji kapitału kreatywnego w ujęciu wąskim. Autorka pracy proponuje zaś nie zawężać pojęcia kapitału kreatywnego tylko do klasy kreatywnej. To człowiek decyduje, na ile rozwija swoje talenty i w jaki sposób je wykorzystuje, co wydaje się zbieżne z egalitarnością pojęcia kreatywności będącego podstawą tego kapitału. Stąd przyjęto, że kapitał kreatywny jest pojęciem szerszym niż klasa kreatywna.

Florida wyróżnia trzy rodzaje twórczości (kreatywności):

- technologiczna lub innowacje,
- kreatywność i przedsiębiorczość gospodarcza,
- twórczość artystyczna i kulturalna¹⁰⁹.

Twierdzi on, że te trzy rodzaje są wzajemnie zależne, stymulują i wzmacniają się nawzajem.

Kreatywność można w sobie ukształtować, zaś sukces zależy od wytrwałej, konsekwentnej i systematycznej pracy. Przyjęto więc, że każda z grup zawodowych posiada potencjał kreatywny. Jego poziom wiąże się z potrzebą samorozwoju, do której odwoływano się wcześniej.

Na tym polu jawi się nowy styl życia preferujący indywidualizm, samookreślenie, akceptację różności i pragnienie bogatych, wielowymiarowych doznań. Zachęteni etosem kreatywności, ludzie łączą pracę ze stylem życia, aby zbudować własną tożsamość według wzorca ludzi kreatywnych poprzez gęszcz niezliczonych działań kreatywnych. Dla wielu łączenie ról społecznych, licznych zainteresowań jest tylko potwierdzeniem wyjątkowej kreatywności. Stąd w teorii

¹⁰⁹ R. Florida, *Entrepreneurship, Creativity and Regional Development*, w: *The Emergence of Entrepreneurship Policy: Governance, Start-Ups, and Growth in the U.S. Knowledge Economy*, red. D. Hart, Cambridge University Press, Cambridge 2003, s. 39–61.

tej, jeżeli dany region, obszar terytorialny chce osiągać wzrost gospodarczy, konieczne jest nie tylko przyciągnięcie klasy kreatywnej, ale również przełożenie wysokiego poziomu koncentracji kreatywnych jednostek na wymierne wyniki w najistotniejszych dziedzinach kreatywnej gospodarki¹¹⁰.

Florida proponuje mierzyć rozwój klasy kreatywnej za pomocą różnych wskaźników. Ich zestawienie w niektórych środowiskach budzi kontrowersje, w szczególności dotyczy to wskaźnika liczby gejų. Wskaźniki wykorzystywane do pomiaru zaprezentowano poniżej.

Główny wskaźnik kreatywności to agregatowany wskaźnik innowacyjności, wysokiej technologii, liczby gejų (odnoszony do tolerancji) oraz mierników klasy kreatywnej (liczby osób wykonujących zawody kreatywne do ogólnej liczby zatrudnionych) i talentu¹¹¹.

Wskaźnik (indeks) wysokich technologii opiera się na dwóch zmiennych – procentowym udziale produkcji sektora wysokich technologii z danego regionu w łącznej produkcji całego sektora wysokich technologii w kraju i procentowym udziale regionalnej produkcji pochodzącej z przemysłu high-tech w całościowym dochodzie danego regionu (kraju). Wskaźnik innowacyjności to liczba patentów w danym regionie w określonym roku w odniesieniu do liczby mieszkańców. Wskaźnik talentu (określany również jako wskaźnik kapitału ludzkiego) prezentuje udział osób z dyplomem licencjata i wyższym w całej populacji danego regionu.

W liczeniu wskaźników Florida z zespołem wprowadzili zmianę w formie złożonego wskaźnika różnorodności, który jest agregacją indeksów gejų, bohemy i tygla narodów.

Wskaźnik gejų określa udział par homoseksualnych na danym terenie w odniesieniu do całej ludności w kraju, wskaźnik bohemy określa liczbę artystów na danym terenie w odniesieniu do liczby ludności w całym kraju. Wskaźnik tygla narodów mierzy procent osób o innej narodowości urodzonych w danym regionie¹¹². Ostatni z wymienionych wskaźników ma charakter syntetyczny i wskazuje na „pozycję” badanego podmiotu pod względem rozwoju z uwzględnieniem wpływu klasy kreatywnej.

Indeks technologii świadczy o wysokim poziomie technologicznym przemysłu, oznacza, że przemysł high-tech połączony jest również z różnymi populacjami etnicznymi. Indeks gejų zdaniem twórców tej teorii wskazuje, że homoseksualiści jako grupa są bardziej skłonni być tolerancyjni oraz korzystają z atrakcji kultury miejsca zamieszkania. Indeks bohemy wskazuje na udział

¹¹⁰ R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 21, 23, 251.

¹¹¹ *Ibidem*, s. 83, 343–344. Por. *Klasa kreatywna...*, *op. cit.*, s. 86–87.

¹¹² R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 83, 343–344. Por. *Klasa kreatywna...*, *op. cit.*, s. 86–87.

w danym miejscu pisarzy, projektantów, muzyków, aktorów, reżyserów, malarzy i rzeźbiarzy, fotografów i tancerzy¹¹³.

W przytoczonej koncepcji talent, technologia i tolerancja przyczyniają się do rozwoju gospodarczego regionu. Warunki te przyciągają nowe osoby. Możliwości rozwoju osobistego, przynależność do określonych grup społecznych to tylko impulsy wpływające na innych członków społeczeństwa, szczególnie ludzi młodych, którzy chcą „korzystać z życia”.

Opracowane przez R. Floridę wskaźniki wykorzystane zostały do porównań natężenia klasy kreatywnej wśród krajów czy regionów reprezentowanych przez np. województwa, powiaty, miasta¹¹⁴. Wyniki tych badań wskazywały na rozwój w obszarze talentu, technologii i tolerancji opisanych w modelu „3T”, warunkujących jednocześnie korelację między klasą kreatywną a rozwojem gospodarczym. Koncepcja klasy kreatywnej mimo wielu kontrowersyjnych interpretacji z nią związanych znalazła uznanie na świecie, przyczyniła się do podjęcia dalszych badań i wyznaczania miar adekwatnych do pierwotnych założeń metodycznych teorii, jednak odnoszących się do warunków i danych przestrzeni, dla których realizowano badania.

Inną propozycją pomiaru kapitału kreatywnego jest European Creativity Index. Podobnie jak w wersji wcześniejszej składa się on z kilku segmentów¹¹⁵ (tabela 4).

Tabela 4. Europejski Indeks Kreatywności

Indeks	Wskaźniki
1. Euro Talent Indeks	
Indeks kapitału ludzkiego	Procentowy udział osób w wieku 24–65 lat uczestniczących w procesie edukacji
Indeks klasy kreatywnej	Koncentracja klasy kreatywnej, odsetek osób zatrudnionych w zawodach kreatywnych w ogólnej liczbie osób pracujących
Indeks naukowego talentu	Procent naukowców i inżynierów na tysiąc pracowników
2. Euro Tolerancja Indeks	
Indeks postawy	Procent ludzi tolerancyjnych wobec mniejszości

¹¹³ J. Montgomery, *Beware 'the Creative Class'. Creativity and Wealth Creation Revisited*, „Local Economy” 2005, vol. 20, no. 4, s. 338.

¹¹⁴ *Klasa kreatywna...*, op. cit., s. 76.

¹¹⁵ M. Podogrodzka, *Kapitał kreatywny a rozwój gospodarczy regionu w Polsce*, „Studia Ekonomiczne” 2013, nr 3, s. 423–425.

Indeks wartości	Obraz tradycji w wartościach obywateli
Indeks wyrażania siebie/wypowiedzi	Postawa wobec indywidualnych praw i wypowiedzi
3. Euro Technologia Indeks	
Indeks innowacji	Procent liczby patentów przypadających na milion obywateli
Indeks B&R	Procentowy udział nakładów na badania i rozwój jako procent PKB
High-tech indeks innowacji	Procent patentów w obszarze high-tech na milion obywateli

Źródło: R. Florida, I. Tingali, *Europen in the Creative Age*, 2004, <http://www.demos.co.uk/file/EuropeintheCreativeAge2004> (6.08.2013).

W pracy A. Bobircy i A. Draghici Europejski Indeks Kreatywności składa się ze: wskaźnika kapitału ludzkiego, czyli odsetka ludności w wieku 25–64 lat z tytułem licencjata lub wyższym, wskaźnika naukowych talentów oznaczającego liczbę pełnoetatowych pracowników nauki przypadających na każdy tysiąc ludności, wskaźnika innowacyjności technologicznej obliczonego za pomocą liczby zgłoszeń patentowych do europejskich organów przypadających na każdy milion mieszkańców, wskaźnika innowacji technologicznych w dziedzinach high-tech obliczonego tak jak poprzednie, wskaźnika badawczo-rozwojowego mierzonego procentem nakładów na badania i rozwój w stosunku do dochodu narodowego, wskaźnika otwartości turystycznej obliczanego jako liczba przyjazdów turystycznych spoza kraju w stosunku do liczby ludności, indeksu studentów, czyli liczby studiujących za granicą oraz liczby goszczących w danym kraju studentów zagranicznych w stosunku do łącznej liczby studentów, indeksu kreatywnego handlu mierzącego liczbę towarów i usług uznawanych za kreatywne według kryteriów stosowanych przez UNCTAD (Konferencję Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju). Indeks obliczony dla krajów Unii Europejskiej głównie na podstawie danych z unijnych statystyk Eurostat wykazuje, że najbardziej kreatywne kraje Europy to: Szwecja, Dania, Niemcy, Wielka Brytania. Polska zajmuje miejsce w pierwszej dziesiątce analizowanych państw¹¹⁶.

Kolejnym z proponowanych pomiarów indeksu kreatywności jest Hong Kong Creativity Index przedstawiony przez D. Hui (tabela 5). W modelu tym składa się on z komponentów: kapitału ludzkiego, strukturalnego, społecznego, kulturowego.

¹¹⁶ A. Bobirca, A. Draghici, *Creativity and Economic Development*, „World Academy of Science. Engineering and Technology” 2011, no. 59, cyt. za: A. Majer, *Odrodzenie miast*, Wyd. UŁ-Scholar, Łódź–Warszawa 2014, s. 124.

Tabela 5. Hong Kong Creativity Index

INDEKS	Wskaźnik kreatywności gospodarczej	<ul style="list-style-type: none"> – ocena efektywności, tj. wydatki poniesione na działalność przemysłów kreatywnych jako udział w PKB, – udział osób zatrudnionych w przemysłach kreatywnych w ogólnej liczbie pracujących, – udział dóbr kultury w eksporcie produktów ogółem oraz udział dóbr kultury w imporcie produktów ogółem, – dochód ze sprzedaży produktów kultury w ogólnej sprzedaży produktów, dochód ze sprzedaży usług i informacji w zakresie elektroniki w ogólnej sprzedaży produktów,
		<ul style="list-style-type: none"> – zastosowanie nowych technologii: ocena zdolności lokalnych przedsiębiorstw do produkcji towarów na rynkach międzynarodowych, – ocena możliwości adaptacji nowych technologii w przedsiębiorstwie, – liczba złożonych patentów w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – udział wdrożonych patentów w ogólnej liczbie złożonych patentów,
		<ul style="list-style-type: none"> – inne formy aktywności: <ul style="list-style-type: none"> – dzienny nakład gazet w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba nowych tytułów książek i czasopism w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba nowo powstałych utworów muzycznych w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba nowo powstałych utworów literackich w przeliczeniu na jednego mieszkańca; liczba nowo wyprodukowanych filmów w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba filmów przedstawianych przez ministerstwo kultury w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba przedstawień wyprodukowanych przez ministerstwo kultury w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – powierzchnia mieszkaniowa w nowych budynkach mieszkalnych w przeliczeniu na jednego mieszkańca.
	Wskaźnik kapitału strukturalnego/instytucjonalnego	<ul style="list-style-type: none"> – wskaźnik oceny niezależności działalności gospodarczej, – wskaźnik oceny korupcji, – wskaźnik oceny niezależności prasy i audycji radiowych, – procent mieszkańców używających komputera, – procent mieszkańców mających dostęp do internetu, – procent mieszkańców posiadających stronę WWW, – procent gospodarstw domowych korzystających z komputera, – procent gospodarstw domowych korzystających z internetu, – liczba telefonów komórkowych w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – wydatki na kulturę w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba publicznych bibliotek w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba książek w bibliotekach publicznych w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba miejsc w ośrodkach kultury w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba pomników w danym regionie, – liczba muzeów w danym regionie, – liczba miejsc wspólnotowych w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba ośrodków miejskich w przeliczeniu na jednego mieszkańca, – liczba przedsiębiorstw w przeliczeniu na jednego mieszkańca.

INDEKS	Wskaźnik kapitału ludzkiego	<ul style="list-style-type: none"> - kapitał finansowy danego regionu w PKB, - kapitał inwestycyjny danego regionu w PKB, - wydatki na badania i rozwój w sektorze biznesu w PKB, - wydatki na badania i rozwój w sektorze edukacji w PKB, - wydatki na badania i rozwój w sektorze publicznym w PKB, - wydatki na badania i rozwój na szkolnictwo wyższe w PKB, - odsetek ludność w wieku 15 lat i więcej posiadających wykształcenie wyższe, - udział osób zatrudnionych w sektorze B+R w ogólnej liczbie osób pracujących, - liczba turystów w przeliczeniu na jednego mieszkańca, - liczba imigrantów w przeliczeniu na jednego mieszkańca, - liczba emigrantów w przeliczeniu na jednego mieszkańca, - liczba zagranicznych pracowników w przeliczeniu na liczbę pracujących.
	Wskaźnik kapitału społecznego	<ul style="list-style-type: none"> - kwota darowizn zgodnie z zeznaniem podatkowym, - kwota zatwierdzonych darowizn dozwolonych zgodnie z zyskami podatkowymi (jako procent w PNB), - udział wydatków na działalność socjalną w ogólnej kwocie wydatków publicznych, - wskaźnik zaufania społecznego, - wskaźnik zaufania instytucjonalnego, - wskaźnik współpracy międzyludzkiej, - wskaźnik kontroli społecznej, - wskaźnik różnorodności, - wskaźnik akceptacji różnorodności, - wskaźnik oceny akceptacji imigrantów, - wskaźnik akceptacji odmiennych stylów życia, - wskaźnik oceny akceptacji nowych i tradycyjnych wartości, - uczestnictwo w organizacjach społecznych.
	Wskaźnik kapitału kulturowego	<ul style="list-style-type: none"> - wydatki na kulturę i sztukę w ogólnej kwocie wydatków publicznych, - wydatki gospodarstw domowych na kulturę w ogólnej kwocie wydatków, - ocena wartości miejsca dla kreatywnej działalności oraz liczba kreatywnych miejsc, - liczba form kreatywnej aktywności, - liczba osób uczestniczących w kreatywnej aktywności, - liczba osób wypożyczających książki z bibliotek publicznych w przeliczeniu na jednego mieszkańca, - średni tygodniowy czas korzystania przez osobę z internetu, - liczba osób odwiedzających muzea, - liczba widzów w teatrach, - liczba widzów w kinach.

Źródło: D. Hui, N.G. Chung-Hung, P. Mok, *A Study on Creativity Index*, 2004, http://www.cnel.gov.pt/document/creativity_index_hong_kong.Pdf (10.12.2014).

Bazując na dostępnych danych, różni autorzy modyfikowali pierwotne założenia R. Florida i tworzyli indeksy pomiaru kreatywności i kapitału kreatywnego. Dotychczas znane zaprezentowano w tabeli 6.

Tabela 6. Lista kontrolna wskaźników indeksów i ich wymiarów

Indeks/ wymiar	1. FCI	2. SV-CCI	3. F-ECI	4. HKCI	5. CZCI	6. CICE	7. J-CCI	8. ECI	9. BCI	10. L-CCI	11. CCI-CCI	12. GCI
Kapitał ludzki, klasa kreatywna, edukacja	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Otwartość, różnorodność, tolerancja	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Środowisko, turystyka		X		X			X	X		X	X	
Technologia i innowacje	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Uregulowania i polityka finansowa		X		X				X		X	X	
Zatrudnienie, dochody		X		X				X			X	
Przedsiębiorczość		X		X		X	X			X		
Infrastruktura				X						X	X	
Udogodnienia						X			X	X	X	
Marka		X								X	X	
Liczba wskaźników	9	11	9	88	6	8	78	32	9	?	72	7

FCI – Florida’s Creative Index (2002); SV-CCI – Silicon Valley’s Creative Community Index; F-ECI – Euro Creativity Index; HKCI – Hong Kong Creative Index; CZCI – Czech Creative Index; CICE – Composite Index of the Creative Economy; J-CCI – Creative City Index; ECI – European Creativity Index; BCI – Baltimore Creativity Index; L-CCI – Landry’s Creative City Index; CCI-CCI – Creative City Index; GCI – Global Creative Index

Źródło: C.M. Corriera, J. da Silva Costa, *Measuring Creativity in the EU Member States*, „Investigaciones Regionales” 2014, no. 30, s. 13, www.aecr.org/images/ImatgesArticles/.../01Correia.p... (10.05.2016).

Z zestawienia wynika, że indeksy skonstruowane są z wykorzystaniem różnych wskaźników. Ich konstrukcja została przez poszczególnych autorów zmodyfikowana pod wpływem dostępnych danych dla poddanych analizie podmiotów. Wypracowane rozwiązania mają zarówno mocne, jak i słabe strony (tabela 7).

Tabela 7. Mocne i słabe strony indeksów

Indeks	Mocne strony	Słabe strony
1. FCI	Jeden z najbardziej popularnych indeksów. Nacisk bardziej na klimat dla ludzi niż dla biznesu.	Zbyt szeroka definicja kreatywności, w tym branż i zawodów poza tzw. twórczymi. Ograniczona liczba wymiarów oceny tak złożonego zjawiska jak kreatywność.
2. SV-CCI	Podkreśla znaczenie kultury dla kreatywności, postępu technologicznego i więzi społecznej.	Zbudowany na wywiadach i ankietach. Charakterystyczny dla Doliny Krzemowej i trudny do wykorzystania w innych regionach.
3. F-ECI	Pierwszy ranking krajów europejskich.	Ujmował tylko 14 krajów europejskich.
4. HKCI	Obejmuje 88 wskaźników, które sprawiają, że indeks jest bardziej kompletny.	Duża liczba wskaźników zwiększa trudność gromadzenia danych i ich analizy.
5. CZCI	Wprowadza ocenę przestrzeni do analizy. Wyniki indeksów odnoszono do układu klastrowego i autokorelacji przestrzennej.	Testowany w regionach Czech.
6. CICE	Proponuje nowatorską metodę w celu określenia wagi ocenianego składnika.	Zmniejszona liczba wymiarów i wskaźników.
7. J-CCI	Zróżnicowanie pomiędzy czynnikami. Koncentruje się na analizie miast i ewolucji w czasie.	Nie dostarcza informacji na temat metodologii i wskaźników.
8. ECI	Bardzo dobry zestaw wymiarów i wskaźników, co decyduje o źródłach danych.	Nietestowany empirycznie. Źródła danych wyłącznie na poziomie krajowym.
9. BCI	Przestrzenny wymiar danych do analizy.	Analiza tylko dla Baltimore.
10. L-CCI	Dziesięć wymiarów oceny. Czynniki zarówno wewnętrzne i zewnętrzne oraz ocena ankietą internetową.	Metodologia liczenia nieujawniona publicznie.
11. CCI-CCI	Gromadzi najlepsze ze wszystkich poprzednich i prezentuje kilka nowych wskaźników.	Pomija istotny wymiar: przedsiębiorczość.
12. GCI	Obejmuje wyniki dla 82 krajów. W ostatniej edycji zestawiono dane dla 139 krajów.	Ograniczona liczba wymiarów.

Źródło: C.M. Corriera, J. da Silva Costa, *Measuring Creativity in the EU Member States*, „Investigaciones Regionales” 2014, no. 30, s. 13, www.aacr.org/images/ImatgesArticles/.../01 Correia.p... (10.05.2016).

W zaprezentowanych sposobach wyznaczania potencjalnego kapitału kreatywnego niezależnie od liczby i jakości opisujących go zmiennych sposób jego pomiaru jest bardzo podobny. Dla każdej z wyróżnionych zmiennych buduje się listę rankingową według jej wartości tak, aby była ona stymulantą dla wzrostu tego kapitału dla danej jednostki przestrzennej (miasto, powiat, województwo, kraj). Następnie każdej jednostce przypisuje się numer pozycji zajmowanej na każdej z tych list. W kolejnym kroku sumuje się te wartości i ponownie buduje się nową listę rankingową. Im wyższa pozycja jednostki na tej liście, tym wyższe wartości „pojedynczych” wskaźników, a zatem i wskaźnika kreatywności¹¹⁷.

W badaniach prowadzonych nad klasą kreatywną często nie jest możliwe uwzględnienie oryginalnie zaproponowanych zmiennych¹¹⁸. Są więc one zastępowane przez inne o podobnym znaczeniu dla gospodarki i społeczeństwa, np. wskaźniki zaproponowane do pomiaru w Czechach czy na Słowacji¹¹⁹, w polskich powiatach¹²⁰ czy obwodach na Ukrainie¹²¹.

Wykorzystanie indeksów jest związane z dostępnością analogicznych danych, stąd występują ich modyfikacje. Nie dla każdego poziomu terytorialnego można uzyskać dane dotyczące pracowników zaliczanych do klasy kreatywnej.

¹¹⁷ M. Podogrodzka, *Kapitał...*, *op. cit.*, s. 423–425. Por. M. Żurek, *Kreatywność przedmiotem badań statystycznych*, „Edukacja Ustawiczna Dorosłych. Polish Journal of Continuing Education” 2011, nr 3, s. 80–89. Na temat klasy kreatywnej w Polsce powstała także praca doktorska: M. Miedzianowska, *Wpływ realizacji polityki regionalnej Unii Europejskiej na klasę kreatywną w Polsce*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2013, <https://depotuw.ceon.pl/bitstream/handle/item/667/Wp%C5%82yw%20realizacji%20polityki%20regionalnej%20Unii%20Europejskiej%20na%20klas%C4%99%20kreatywn%C4%85%20w%20Polsce.%20M.Miedzianowska.pdf?sequence=1> (8.12.2014). W literaturze występują też prace, w których podejmuje się dostosowania założeń metodycznych dotyczących klasy kreatywnej do warunków danego kraju. Zob. K. Wojnar, *Creative Class in Polish Cities*, w: *The Idea of Creative City. The Urban Policy Debate*, red. D. Wiktor-Mach, P. Radwański, Cracow 17–18 October 2013, European Scientific Institute, ESI (publishing), 2014, s. 46–57.

¹¹⁸ Zob. R. Florida, Ch. Mellender, K. Stolarick, *Creativity and Prosperity. The Global Creativity Index*, Martin Prosperity Institute 2016, http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2010_Reissued.pdf (12.06.2016).

¹¹⁹ Zob. J. Kloudova, O. Chwaszcz, *Komparace kreativniho potencialu regionu v Ceske a Slovenske republice ve vztahu k vybranym makroekonomickym indikatorum*, „Regional Studia” 2013, no. 2, s. 13–23, <https://www.vse.cz/polek/download.php?jnl=rst&pdf=81.pdf> (22.01.2015); *Kreativni ekonomika. Trendy, vyzvy, prilezitosti*, red. J. Kloudova, Grada, Praha 2010, <https://www.kosmas.cz/...ekonomika/...kreativni-ekonomika-auto> (22.01.2015).

¹²⁰ Zob. M. Podogrodzka, *Kapitał...*, *op. cit.*, s. 423–425.

¹²¹ Zob. K. Szara, *Czynniki warunkujące rozwój kapitału kreatywnego w regionach Ukrainy*, w: *Studia wschodnie Polityka – Gospodarka – Biznes*, red. M. Hudzikowski, A. Zapalowski, Instytut Geopolityki, Częstochowa 2014, s. 77–117; *eadem*, *Czynniki warunkujące rozwój kapitału kreatywnego w regionach Ukrainy*, <http://geopolityka.net/czynniki-warunkujace-rozwoj-kapitalu-kreatywnego-w-regionach-ukrainy/> (22.01.2015).

Osoby reprezentujące określone zawody są według Floridy tymi, dla których kreatywność można określić na najwyższym poziomie. Nie oznacza to również w przypadku R. Floridy tworzenia nowych klas czy też negowania kreatywności osób reprezentujących inne zawody. Po prostu zadania realizowane w innych zawodach w małym stopniu wiążą się z potrzebą ideowego myślenia lub zmiany.

Badania przeprowadzone przez R. Floridę wskazują, że wysoki poziom innowacyjności oraz istnienie skupisk przedsiębiorstw z sektorów wysokiej technologii są silnie związane z występowaniem w danym regionie wysokiego poziomu klasy kreatywnej czy talentu. Natomiast regiony z wysokim poziomem koncentracji klasy robotniczej i usługowej charakteryzują się zdaniem tego autora niskim poziomem innowacyjności, niską stopą wzrostu gospodarczego i niskim poziomem koncentracji przedsiębiorstw z sektorów wysokiej technologii¹²².

Z badań przeprowadzone przez Floridę w Stanach Zjednoczonych wynika, że około 30% siły roboczej stanowi klasa kreatywna¹²³. Z innych badań wynika, że w obręb kreatywnej ekonomii w USA włączeni są przedstawiciele następujących grup zawodowych: biznes (52%) i zawody twórcze (33%)¹²⁴. Badaniami objęto także inne kraje, m.in. Wielką Brytanię, Szwecję, Chiny, Kanadę, Danię, Finlandię, Niemcy, Holandię, Norwegię, Szwajcarię i 445 europejskich miast.

W Unii Europejskiej badania dotyczące klasy kreatywnej odnoszą się do aktywności kulturalnej krajów¹²⁵. Cenny jest też dorobek UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), w którym znajdziemy interpretacje związane z aktywnością kreatywną¹²⁶.

W Polsce według badań K. Klincewicz klasa kreatywna liczy łącznie około 3 064 500 pracowników, z tego 537 500 osób stanowi „trzon kreatywny”, 2 527 000 osób to „kreatywni profesjonalści”, a 33 200 osób to artyści pracujący na etat¹²⁷. Badania te ukazują również porównanie członków klasy kreatywnej z innymi grupami społeczno-demograficznymi, wskazując na lepszą pozycję w wymiarze jakości życia. Efekty pracy określają, że nie jest łatwo przenieść

¹²² R. Florida, *Narodziny...* *op. cit.*, s. 259.

¹²³ *Ibidem*, s. 84.

¹²⁴ C. Harris, M. Collins, D. Check, *America's Creative Economy. A Study of Recent Conceptions, Definitions and Approaches to Measurement across the USA*, National Creativity Network, Oklahoma City 2013, s. 12, cyt. za: A. Majer, *Odrodzenie...*, *op. cit.*, s. 129. Do regionów utożsamianych z klasą kreatywną zalicza się też Dolinę Krzemową, Drogię 128, Research Triangle Park w Północnej Karolinie, miasta Austin i Seattle, Bangalore w Indiach, Dublin w Irlandii, całą Szwecję, <https://www.arts.gov/sites/default/files/Research-Art-Works-Milwaukee.pdf> (11.07.2016).

¹²⁵ *New Europeans and Culture*, Eurobarometr. EU Commission, Brussels 2003, July. Raport on the State of Cultural Cooperation in Europe, EU Commission, Brussels 2003.

¹²⁶ *Our Creative Diversity*. Raport of UN/UNESCO World Commission on Culture and Development, Paris 1996, <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001055/105586e.pdf> (12.11.2013).

¹²⁷ *Klasa kreatywna...*, *op. cit.*, s. 21.

wskaźniki zastosowane w metodyce liczenia klasy kreatywnej na grunt Polski ze względu na brak porównywalnych danych. Propozycje badań z uwzględnieniem innych zmiennych zaproponowane np. przez M. Podogrodzką wiążą się ze specyfiką miejsca (regionu). Nie należy również, co bywa elementem dezaprobującym tę teorię, przenosić bezwzględnie standardów oceny zastosowanych dla USA na obszar europejski.

Analizę klasy kreatywnej i kapitału kreatywnego należy zakończyć informacją dotyczącą krytycznych komentarzy, szczególnie klasy kreatywnej na polu międzynarodowym.

Oprócz pozytywnego odbioru koncepcji Floridy w literaturze znajdujemy również głosy negatywne. Założenia koncepcji mają wady, które zostały zaprezentowane w pracach A. Markusen, w których autorka wskazuje na „wady merytoryczne” widoczne w „rozmyciu” pojęcia klasy kreatywnej, wykorzystanie wyższego wykształcenia do oceny talentu czy sposobu oddziaływania branż i polityki na przedstawicieli zawodów zaliczanych do klasy kreatywnej¹²⁸. Dodatkowo z wyników badań Floridy nie wynika analiza struktury klasy kreatywnej, a znacznie klasy kreatywnej wynika z integracji światowej i destrukcji globalizacji¹²⁹.

Na krytyczną ocenę wskaźników, które są elementem charakterystyki kreatywnych środowisk, a także założeń metodycznych odnoszących się do wyznaczania klasy kreatywnej, wskazuje J. Peck¹³⁰.

Krytyka dotyczy także zależności między liczbą przedstawicieli klasy kreatywnej a wzrostem ekonomicznym, relacji pomiędzy członkami klasy kreatywnej¹³¹. Ważnym głosem krytyki jest ten wskazujący na podobieństwo kapitału kreatywnego do kapitału ludzkiego¹³², brak różnic między tymi pojęciami i ocenę wskaźnikową.

Do tych zastrzeżeń włączają się inni autorzy, np. A. Pratt¹³³, twierdząc, że model klasy kreatywnej jest oparty na „starych” pomysłach. Efekty oddziaływa-

¹²⁸ A. Markusen, *Urban Development and the Politics of the Creative Class: Evidence from the Study of Artists*, „Environment and Planning A” 2006, no. 38(1), s. 1923, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.461.9261&rep=rep1&type=pdf> (8.12.2014).

¹²⁹ *Ibidem*, s. 1921–1940.

¹³⁰ J. Peck, *Struggling with the Creative Class*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2005, no. 29, s. 740–770; R.A. Boschma, M. Fritsch, *Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries*, „Economic Geography” 2009, no. 85, s. 391–423; M. Donegan, J. Drucker, H. Goldstein, N. Lowe, E. Malizia, *Which Indicators Explain Metropolitan Economic Performance Best? Traditional or Creative Class*, „Journal of the American Planning Association” 2008, no. 74, s. 180–195.

¹³¹ J. Montgomery, *Beware ‘the Creative Class’...*, *op. cit.*, s. 337–343.

¹³² S. Rausch, C. Negry, *Does the Creative Engine Run? A Consideration of the Effect of Creative Class on Economic Strength and Growth*, „Journal of Urban Affairs” 2006, no. 28, s. 473–489.

¹³³ A.C. Pratt, *Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class*, „Geografiska Annaler” 2008, no. 90, s. 107–117, <http://eprints.lse.ac.uk> (4.02.2015).

nia klasy kreatywnej na rozwój regionalny są też trudne do pomiaru ze względu na brak dostępności analogicznych danych¹³⁴. W literaturze znajdziemy również zastrzeżenia, że przeprowadzono niewiele badań empirycznych potwierdzających przyjęte zależności¹³⁵.

Podobny kierunek mają uwagi wskazujące, że wyniki badań zaprezentowanych przez Floridę nie zawsze mają potwierdzenie w badaniach innych autorów przyjmujących te same założenia, np. zależności między różnorodnością miasta a tolerancją¹³⁶ czy migracją¹³⁷.

Przy przeglądzie krytycznych pozycji literatury wskazywana jest preferencja miast (co również jest uznawane jako zarzut¹³⁸) jako miejsca rozwoju przedstawicieli klasy kreatywnej¹³⁹; komentowany jest brak zainteresowania obszarami wiejskimi¹⁴⁰. Interesująca jest również dezaprobata klasy kreatywnej jako klasy społecznej, mimo że Florida nie propaguje poglądu podziałów klasowych¹⁴¹.

¹³⁴ E. Glaeser, *Book Review of Florida's The Rise of the Creative Class*, <http://post.economics.harvard.edu/faculty/glaeser/papers.html> (10.09.2013). Zob. wskaznie przy opisie badania 133 regionów Niemiec i Holandii w opracowaniu R. Boschma, M. Fritsch, *Creative Class...*, *op. cit.*, s. 251.

¹³⁵ M. Donegan, J. Drucker, H. Goldstein, N. Lowe, E. Malizia, *Which Indicators...*, *op. cit.*, s. 180–195.

¹³⁶ L. Reese, *Creative Class or Procreative Class: Implications for Local Economic Development Policy*, „Theoretical and Empirical Researches in Urban Management” 2012, vol. 7, issue 1, s. 5; L. Reese, J. Faist, G. Sands, *Measuring the Creative Class: Do We Know it When We See It?*, „Journal of Urban Affairs” 2010, vol. 32, no. 3, s. 345–366.

¹³⁷ H.K. Hansen, T. Neidomysl, *Migration of the Creative Class: Evidence from Sweden*, „Journal of Economic Geography” 2009, no. 9(2), s. 191–206; H. Martin-Brelot, M. Grossetti, D. Eckert, O. Gritsal, Z. Kovacs, *The Spatial Mobility of the Creative Class. A European Perspective*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2010, no. 34(4), s. 854–870.

¹³⁸ Zob. V.K. Andersen, M.M. Bugge, K.H. Hansen, A. Isaksen, M. Raunio, *One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context*, „European Planning Studies” 2010, no. 18(10), s. 1591–1609.

¹³⁹ W. Hatcher, M. Oyer, R. Gallardo, *The Creative Class and Economic Development as Practiced in the Rural U.S. South: An Exploratory Survey of Economic Development Professionals*, „The Review of Regional Studies” 2011, no. 41, s. 139–159. Zob. S. Krätke, *Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2010, vol. 34, no. 4, s. 835–853; F.P. Schnook, *Creative Class Theory, Methodology and Policy Implications*, w: *The Idea of Creative City. The Urban Policy Debate*, red. D. Wiktor-Mach, P. Radwański, Cracow 17–18 October 2013, European Scientific Institute, ESI (publishing), 2014, s. 27–40.

¹⁴⁰ M. Thulemark, A. Hauge, *Creativity in the Recreational Industry. Re-conceptualization of the Creative Class Theory in a Tourism-dominated Rural Area*, „Scandinavian Journal of Public Administration” 2014, no. 18(1), s. 87.

¹⁴¹ I. Zakrzewska, *Człowiek kreatywny według R. Floridy*, w: *Twórczość, kreatywność, innowacyjność. Wybrane zagadnienia*, red. M. Kuspit, A. Tychmanowicz, J. Zdybel, Wyd. UMCS, Lublin 2015, s. 40–49.

Krytyka prezentowana przez różnych naukowców jest ważna i autorka pracy zgadza się z prezentowanymi ograniczeniami koncepcji klasy kreatywnej. Natomiast mimo słusznych uwag krytycznych ta kontrowersyjna teoria znalazła uznanie w praktyce szczególnie w rozwoju miast, o czym wspomniano wcześniej. Zdaniem autorki mimo ograniczeń teorii warto zainteresować się kreatywnością, kapitałem kreatywnym nie tylko na poziomie krajów czy miast. Warto poszukiwać takich merytorycznych rozwiązań uwag krytycznych, które pozwoliłyby rozwiązać kwestie sporne i dać narzędzie znajdujące zastosowanie w badaniach empirycznych, potwierdzając lub negując zgłaszane wątpliwości.

Autorka pracy podobnie jak inni autorzy modyfikujący indeksy skorzystała z tej możliwości, dokonując zmiany nie tyle wskaźników (indeksów), co zmiennych (cech) uwzględnionych przy ocenie kategorii talentu, tolerancji i technologii. Stanowi to modyfikację oceny modelu uwarunkowań „3T”. Wynikało to z niedoskonałości tego modelu i braku danych na poziomie lokalnym. Jest to również próba reakcji na międzynarodową krytykę tej teorii, którą przedstawiono powyżej.

2.5. Zakres przedmiotowy kapitału kreatywnego

Wykorzystanie kreatywności zależeć będzie od warunków. Im bardziej sprzyjające warunki do rozwoju ma człowiek, tym w szerszym stopniu cecha ta ma możliwość uzewnętrznienia się¹⁴². Zaprezentowana teoria klasy kreatywnej pozwala wyróżnić grupy zawodowe¹⁴³ tworzące podstawowy zrąb kapitału kreatywnego. Każda grupa zawodowa może być zaliczona w poczet tego kapitału. Różnice dotyczyć będą częstotliwości wykorzystania kreatywności w działaniu.

Koncentracja ludzi wykształconych, o wysokich kwalifikacjach i umiejętnościach oraz charakteryzujących się kreatywnością w myśleniu i działaniu prowadzi do powstania kapitału kreatywnego. Jest on kluczowym czynnikiem wpływającym na rozwój, stymuluje pozytywne zmiany w sferze ekonomicznej i społecznej oraz wpływa na atrakcyjność osiedleńczą i inwestycyjną miast i regionów¹⁴⁴.

¹⁴² Zob. K. Szara, *Czynniki...*, *op. cit.*, s. 86–87; R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 83, 343–344; *Klasa kreatywna...*, *op. cit.*, s. 86–87.

¹⁴³ Zawody zaliczane do klasy kreatywnej były klasyfikowane zgodnie z Międzynarodowym Standardem Klasyfikacji Zawodów ISCO – 88. Zob. A. Markusen, G.H. Wassall, D. De Natale, R. Cohen, *Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches*, „*Economic Development Quarterly*” 2008, vol. 22, no. 1, s. 40–43; *Klasa kreatywna...*, *op. cit.*, s. 220–223.

¹⁴⁴ *Sektor kreatywny w województwach pomorskim i kujawsko-pomorskim. Raport z badań*, red. M. Grochowski, S. Dudek-Mańkowska, M. Fuhrmann, T. Zegar, Agencja Rozwoju Pomorza S.A., Gdańsk 2012.

Kapitał kreatywny jest kapitałem mobilnym. Ludzie, dzięki którym tworzy się kapitał kreatywny, aktywni i dynamiczni, migrują w poszukiwaniu odpowiadającego im środowiska życia i pracy, w którym mogą realizować swoje ambicje i plany. Działania władz dbających o rozwój miast i regionów powinny więc prowadzić do tego, by ludzi takich przyciągać i zachęcać do osiedlania się i podejmowania pracy w mieście czy regionie. Skuteczność przyciągania zależy od tego, jako jak atrakcyjny postrzegany jest region czy miasto i jaka jest ich pozycja konkurencyjna względem innych regionów i miast z punktu widzenia warunków życia i prowadzenia działalności gospodarczej.

Nowoczesne gospodarki rozwijają się dzięki wiedzy i kreatywności ludzi. Udowodniono, że kapitał kreatywny jest kluczowym elementem potencjału rozwojowego miast, stymulatorem zmian i czynnikiem wpływającym na ich atrakcyjność osiedleńczą i inwestycyjną. Władze miast w ramach podejmowanych działań prorozwojowych powinny dbać o tworzenie warunków dla rozwoju kapitału kreatywnego i jego odpowiedniego wykorzystania w celu wzmocnienia bazy rozwoju ekonomicznego miasta. Wpływ kapitału kreatywnego na rozwój tej bazy wykazują różne analizy, choć precyzyjny pomiar tego wpływu nie zawsze jest możliwy.

Zatrudnianie pracowników pochodzących z różnych grup społecznych, niegdyś uzasadnione względami prawnymi, stało się kwestią przetrwania ekonomicznego. Kapitał kreatywny jest bowiem głównym źródłem budowania wyróżniających kompetencji przedsiębiorstwa stwarzających możliwości osiągnięcia przewagi konkurencyjnej¹⁴⁵.

Miejsce (lokalizacja geograficzna¹⁴⁶) rozwiązuje podstawowy problem obecnego porządku ekonomicznego: regiony i miasta ułatwiają proces łączenia kreatywnych ludzi z szansami, jakie stwarza gospodarka. Miejsca dostarczają zasoby siły roboczej przedsiębiorstwom, które potrzebują pracowników i stanowisk pracy dla ludzi, którzy poszukują pracy. Miejsca rozumiane jako lokalizacje geograficzne stają się stopniowo najważniejszą jednostką organizacyjną gospodarki i społeczeństwa. Miejsca przejmują rolę, jaką niegdyś odgrywały duże korporacje¹⁴⁷.

Na przykładzie miast można stwierdzić, że klucz do sukcesu tkwi nie w obniżaniu kosztów ich funkcjonowania, ale w podnoszeniu jakości życia mieszkańców i jakości ich kształcenia. Poprzez jakość życia R. Florida rozumie nie tylko środki finansowe i dostęp do usług, sportu i kultury, lecz przede wszystkim

¹⁴⁵ M. Mroziewski, *Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2008, s. 75.

¹⁴⁶ W wielu publikacjach podkreśla się również, że w epoce nowoczesnych technologii lokalizacja – miejsce nie ma znaczenia. Zob. K. Kelly, *Nowe reguły nowej gospodarki*, WIG Press, Warszawa 2001.

¹⁴⁷ R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 230–231.

możliwość życia w miejscu otwartym, przyjaznym dla wszystkich ludzi, zróżnicowanym, bogatym w atrakcje i pełnym uroku. Szczególnie istotną rolę mają do odegrania uczelnie wyższe, które autor w opracowaniu *The University and the Creative Economy*¹⁴⁸ nazywa „węzłami” swoistej przestrzeni kreatywności.

Kapitał kreatywny w literaturze przedstawiony jest w różnych ujęciach. Nie zawsze jest on przez autorów definiowany bezpośrednio, co zaprezentowano w tabeli 8.

Tabela 8. Przegląd wybranych definicji pojęcia „kapitał kreatywny”

Wyszczególnienie	Opis
1	2
R. Florida ¹⁴⁹	Kapitał kreatywny to pochodna kapitału ludzkiego. Specyficzny rodzaj kapitału ludzkiego – ludzie kreatywni, stanowiący klucz do rozwoju ekonomicznego. W wąskim ujęciu to klasa kreatywna, sektor kreatywny. Suma warunków niezbędnych dla przyciągnięcia i zatrzymania wysokiej jakości kapitału ludzkiego jest połączeniem najzdolniejszych pracowników, atmosfery tolerancji i otwartości oraz poziomu technologicznego zgodnie z koncepcją „3T”.
C. Landry ¹⁵⁰	Kapitał kreatywny to element tworzący <i>milieu</i> (tj. otoczenie). Kapitał kreatywności: korzystanie z własnej ciekawości i wyobraźni, umiejętności nabrania dystansu, łączenia rzeczy na pozór odrębnych, akceptowania wieloznaczności, oryginalności i pomysłowości.
M. Matusiak ¹⁵¹	Kapitał kreatywny jest sumą warunków niezbędnych dla przyciągnięcia i zatrzymania wysokiej jakości kapitału ludzkiego.
<i>Our Creative Potential</i> ¹⁵²	To kapitał nieoparty na podziałach, odnoszący się do wszystkich przemysłów, dla których kreatywność jest kluczowym czynnikiem produkcji.

¹⁴⁸ R. Florida, G. Gates, B.M. Knudsen, K. Stolarick, *The University and the Creative Economy*, <http://creativeclas.com/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf> (8.12.2014).

¹⁴⁹ R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 9, 83.

¹⁵⁰ Ch. Landry, F. Bianchini, *The Creative City...*, *op. cit.*; Ch. Landry, *The Creative City Index: Measuring the Creative Pulse of Your City*, www.charleslandry.com (12.09.2015); *idem*, *The City. A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, London 2008; *idem*, *Kreatywne miasto*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013, s. 52.

¹⁵¹ M. Matusiak, *Potencjał gospodarczy, innowacyjny i kreatywny wybranych metropolii europejskich*, w: *Kreatywne miasta i aglomeracje*, red. A. Klasik, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach” 2009, s. 50.

¹⁵² W dokumencie *Our Creative Potential* proponuje się nie czynić żadnych normatywnych podziałów między przemysłem kreatywnym, przemysłem kultury, sztuką i rozrywką. Kreatywność odnosi się do wszystkich przemysłów, dla których jest kluczowym czynnikiem produkcji. Stąd podobnie można domniemywać o nim jako o kapitale kreatywnym – za: Ch. Landry, F. Bianchini, *The Creative City...*, *op. cit.*, s. 23.

1	2
Leadership Group (LEG) on Cultural Statistics ¹⁵³	To kapitał, który jest elementem m.in. sektora kreatywnego, czyli kultury.
A. Lipka, S. Waszczak ¹⁵⁴	Kapitał kreatywny określany jest jako cecha ciągła identyfikowana poprzez przekształcenie potencjalnych zdolności twórczych w twórczość rzeczywistą. Kapitał kreatywny to przekształcony kapitał ludzki mający kardynalne znaczenie w gospodarce.
M. Mroziewski ¹⁵⁵	Kapitał kreatywności: źródło budowania wyróżniających kompetencji przedsiębiorstwa, stwarzających możliwości osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.
R.A. West ¹⁵⁶	W ekonomii przyjmuje się, że kreatywność polega na kojarzeniu wiedzy z różnych dziedzin do tworzenia nowych oryginalnych myśli i pomysłów.
M. Grochowski ¹⁵⁷	Kapitał kreatywny jest kluczowym elementem potencjału rozwojowego miast, stymulatorem zmian i czynnikiem wpływającym na ich atrakcyjność osiedleńczą i inwestycyjną.
M. Brzeziński ¹⁵⁸	Kapitał kreatywności organizacji opiera się na modelu, w którym są zintegrowane procesowo poszczególne rodzaje inteligencji i świadomości twórczej określone dla pracownika, zespołu i całej firmy.
A. Klasik ¹⁵⁹	Kapitał kreatywny tworzą utalentowane i wykształcone osoby o wysokich kompetencjach profesjonalnych i przedsiębiorczych, osoby uczące się przez całe życie.

Źródło: opracowanie własne.

Klasę kreatywną w ujęciu wąskim uznano za podstawowy kapitał kreatywny. Zaproponowano zaś szerszą definicję kapitału kreatywnego – przyjmuje się, że jest to zasób właściwy ludziom, którzy współpracują i funkcjonują w każdych, w tym w nowych warunkach, wykorzystując swoją kreatywność¹⁶⁰. W granicy tej

¹⁵³ ESSnet – Culture, *European Statistical System Network on Culture*, Final Report, 2012, http://ec.europa.eu/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf, s. 134 (13.11.2014).

¹⁵⁴ *Ekonomia kreatywności. Jakość kapitału ludzkiego jako stymulator wzrostu społeczno-gospodarczego*, red. A. Lipka, S. Waszczak, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2012, s. 24–28.

¹⁵⁵ M. Mroziewski, *Kapitał intelektualny...*, *op. cit.*, s. 75.

¹⁵⁶ R.A. West, *Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji*, PWN, Warszawa 2000, s. 12.

¹⁵⁷ M. Grochowski, *Sektor kreatywny w Warszawie. Potencjał i warunki rozwoju*, Warszawa 2010, http://nck.pl/media/study/creative_metropolises_sektor_kreatywny_w_warszawie.pdf, s. 3 (12.09.2013).

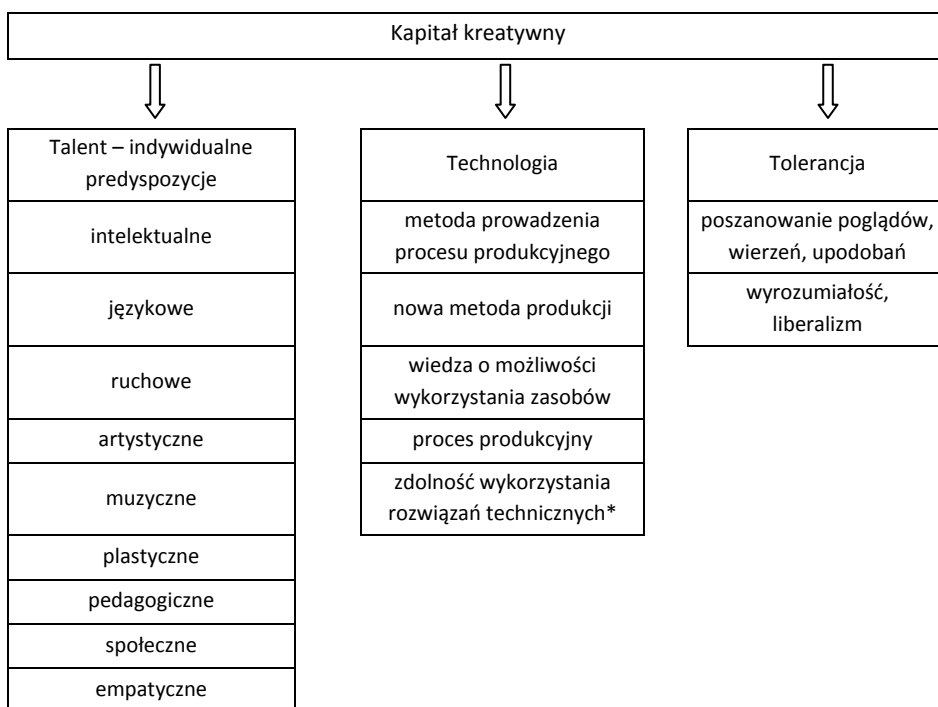
¹⁵⁸ M. Brzeziński, *Organizacja kreatywna...*, *op. cit.*, s. 10.

¹⁵⁹ Zob. A. Klasik, *Kreatywne i atrakcyjne miasta. Koncepcje i mechanizmy restrukturyzacji aglomeracji miejskich*, w: *Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności*, red. A. Klasik, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach” 2008, s. 49.

¹⁶⁰ W definicji własnej przyjmuje się rozróżnienie pojęć „kapitał” i „zasób”. Na temat różnic pomiędzy definicjami tych pojęć zob. B. Jamka, *Czynnik ludzki we współczesnym przedsiębiorstwie: zasób czy kapitał? Od zarządzania kompetencjami do zarządzania różnorodnością*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2011.

definicji mieści się klasa kreatywna i wszystkie osoby, które w jakimkolwiek stopniu w swoim życiu, pracy wykorzystują kreatywność. Oznacza to, że osoba niewykorzystująca kreatywności po jej odkryciu czy identyfikacji potrzeby jej wykorzystania lub też użyciu jej nieświadomie staje się reprezentantem kapitału kreatywnego. Innym zagadnieniem będzie oczywiście wielkość, częstotliwość wykorzystanej kreatywności. W definicji tej, tak jak w pozostałych, wyeksponowano cechę kreatywności, powiązano ją z kapitałem ludzkim. Cechą wspólną z innymi definicjami są warunki, w przypadku autorskiej definicji określone jako nowe. W pracy stanowiąc je będą weryfikowane kategorie „3T”.

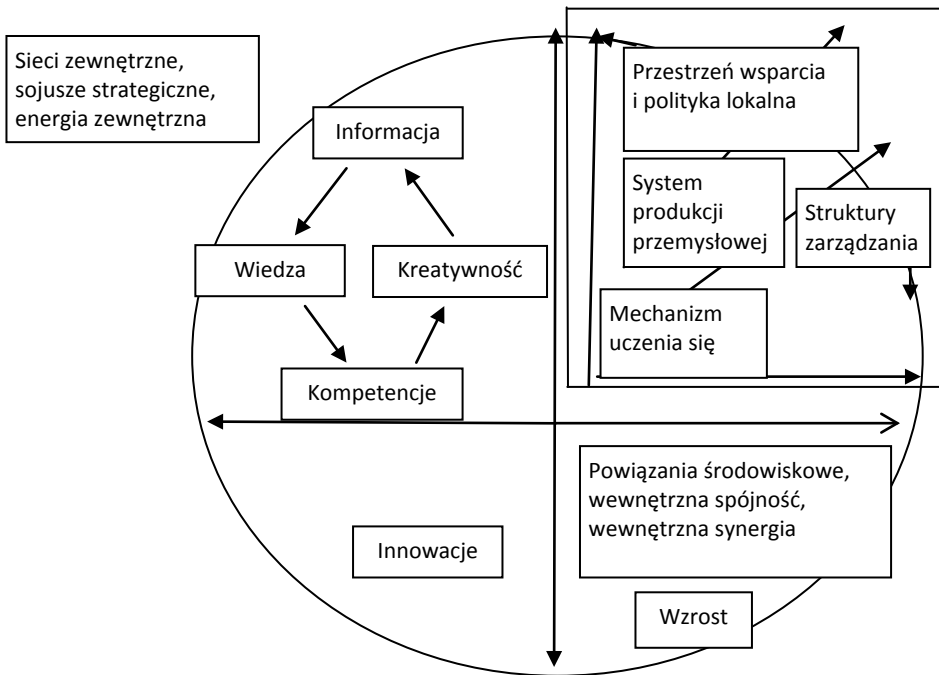
Na podstawie literatury przedmiotu, w tym sposobu interpretacji indeksów przez innych autorów, kryteria „3T” będą rozumiane w sposób zaprezentowany na rysunku 6. Modyfikacja oceny tych trzech kategorii będzie polegać na poszukiwaniu takich zmiennych (cech), które można na poziomie lokalnym opisać (ocenić) w stopniu jak najbardziej rzetelnym.



* Użycie takiego określenia nie jest poprawne językowo, ale potocznie takie definiowanie technologii jest przyjęte.

Rysunek 6. Charakterystyki talentu, technologii i tolerancji

Źródło: K. Szara, *Uwarunkowania rozwoju w świetle koncepcji „3T”*, „Optimum. Studia Ekonomiczne” 2015, nr 1, s. 178–187.



Rysunek 7. Model dynamiki środowiska innowacyjnego

Źródło: R. Domański, A. Marciniak, *Sieciowe koncepcje gospodarki miast i regionów*, PAN-KPZK, Warszawa 2003, s. 20.

Pojęcie kapitału kreatywnego może być stosowane zamiennie z pojęciem kapitału kreatywności (który jest cechą ciągłą) poprzez przekształcenie potencjalnych zdolności twórczych w twórczość rzeczywistą¹⁶¹, jest bowiem definicją pokrewną.

Z zestawień definicji wynika duża swoboda interpretacji, która może być uznana za zaletę lub wadę. Ta ostatnia będzie zgłaszana przez krytyków w postaci powtórzeń, zwielokrotnienia lub tworzenia nowych definicji, które i tak mieszczą się w definicji kapitału ludzkiego czy intelektualnego prezentowanych w naukach ekonomicznych.

Różnorodność interpretacyjna wiąże się z warunkami, w których rozpatrywane jest ludzkie działanie zainspirowane potrzebą zmiany opartą na kreatywności. Jest to również element ważny, bo wynikający z potrzeby propagowania kreatywności i pobudzania jej. We wszystkich definicjach przebija się pozycja tego kapitału, istotność jego efektów i wartości.

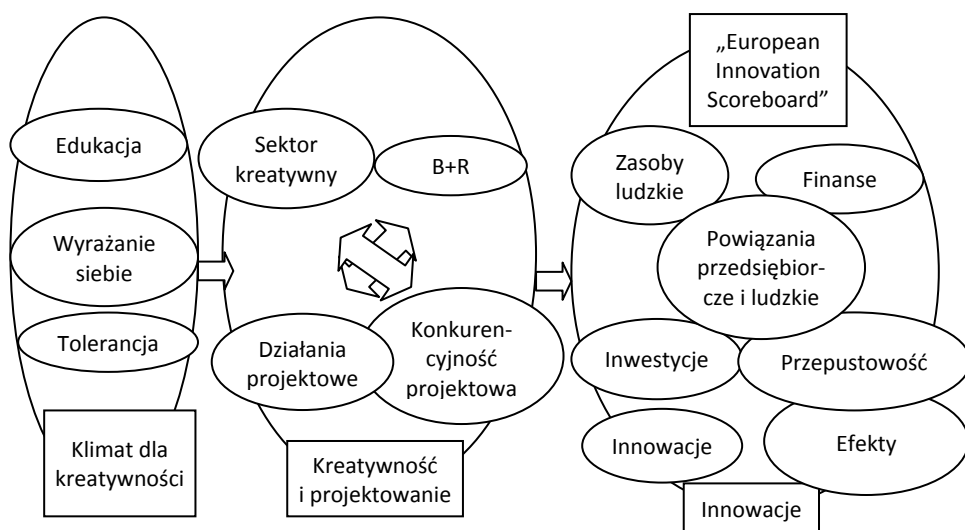
W rozwoju kapitału kreatywnego wyróżnia się niestandardowe podejście w wykorzystaniu kreatywności. Sama kreatywność wyraża się w połączeniu

¹⁶¹ *Ekonomia kreatywności...*, op. cit., s. 15.

dwóch przeciwstawnych elementów, tj. realizowana jest w skali globalnej (następuje tu przepływ treści, osób, wartości itp.), z drugiej strony powstaje ona w ściśle określonych lokalizacjach, którymi są duże, nowoczesne miasta oferujące odpowiednie warunki do rozwoju gospodarki kreatywnej¹⁶². Rozwój ten łączy powiązanie sieciowe widoczne w środowisku innowacyjnym (rysunek 7).

Do wyzwań współczesnego rozwoju zaliczyć należy kształtowanie kreatywności. Kapitał kreatywny jest uaktywniany w ramach samoświadomości lub relacji z innymi ludźmi. Będzie się rozwijał poprzez uruchamianie zdolności do tworzenia czegoś innego, bazującego często na poszukiwaniu innego, niestandardowego rozwiązania. Związane to będzie z wykorzystaniem posiadanej przez człowieka wiedzy, doświadczenia, kompetencji.

Kreatywność staje się pierwiastkiem niezbędnym do twórczego funkcjonowania, jednak nie przez każdego jest uznana za postawę twórczą. Analogicznie do definiowania innowacji: dla jednych dane rozwiązanie jest innowacją, dla innych nie. Podobnie jest z kreatywnością, uznanie, czy osoba jest kreatywna, czy wykorzystuje kreatywność w pracy i czy stanowi kapitał kreatywny dla grupy, organizacji czy też dla regionu, wiązać się będzie z oceną i doбором kryteriów tej oceny, co uwidoczniło na rysunku 8.



Rysunek 8. Model łączący kreatywność, projektowanie, innowacje

Źródło: H. Hollanders, A. Cruysen, *Design, Creativity and Innovation: A Scoreboard Approach*, Pro Inno Europe, Inno Metrics, 2009, s. 7, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.924.793&rep=rep1&type=pdf> (15.12.2015).

¹⁶² A. Łuczyszyn, *Nowe kierunki rozwoju lokalnego ze szczególnym uwzględnieniem peryferyjnych ośrodków w metropoliach*, CeDeWu, Warszawa 2013, s. 132.

Kapitał kreatywny oparty na kreatywności stanowi podstawę rozwoju w XXI w. Dla ludzi kreatywnych ważny jest rozwój duchowy, chociaż odrzucają głównie religię. J. Mokyr określa to mianem *homo creativus*. „Żyjemy inaczej i poszukujemy nowego stylu życia, ponieważ postrzegamy siebie jako zupełnie inne, nowe jednostki. Jesteśmy bardziej tolerancyjni i bardziej liberalni zarówno dlatego, że pozwalają na to nasze warunki materialne, jak i dlatego, że nakazuje nam to nowa, kreatywna era”¹⁶³. Na tle sytuacji międzynarodowej jest to szczególnie istotne, gdyż dążenie do władzy przez polityków zmusza mieszkańców danych krajów do podejmowania wyborów, na które nie zawsze są przygotowani. W przypadku klasy kreatywnej granica między pracą a czasem wolnym zaciera się, pojawia się model samozatrudnienia, ale mimo indywidualnego kreowania przedstawiciele klasy kreatywnej potrzebują środowiska, w którym żyją, realizując swoje potrzeby. Zachowania i poglądy, które charakteryzują ludzi kreatywnych, nie są przez wszystkich akceptowane, co świadczy o kontrowersyjności założeń teorii klasy kreatywnej.

R. Florida nie był pierwszym autorem, który wskazywał na rozwój miast z uwzględnieniem kreatywności. Wzorował się on na pracach J. Jacobsa akcentującej rolę różnorodności miast, polityki miejskiej w kwestii „przyciągania” ludzi pochodzących z różnych środowisk. W książce *Śmierć i życie wielkich miast Ameryki*¹⁶⁴ J. Jacobs zwraca uwagę na potrzeby aktywnego rozwoju przestrzeni miejskiej przez architektów i urbanistów mające służyć ludziom, tak by ułatwić im codzienną egzystencję wynikającą z ich problemów. Na rozwój zrównoważony miast wskazuje np. Ch. Landry¹⁶⁵, zaś współpracę przedsiębiorstw akcentuje A.J. Scott wraz ze wskazaniem na elastyczność rynku pracy¹⁶⁶. Miasta stanowią wizytówkę globalizacji, gdzie kumuluje się postęp techniczny, rozwijają się przedsiębiorstwa, napływają ludzie. Stanowią one „węzły” rozwoju w globalnej sieci sięgającej głębiej, aż do najniższego lokalnego poziomu.

Podsumowując, pojęcie kreatywności jest wieloznaczne, a dążenie do jego powszechnego stosowania budzi wiele emocji. Wiąże się z psychologią, twórczością, kulturą, może być rozpatrywane jednostkowo, zespołowo czy też zasobowo. W literaturze najczęściej można wyróżnić następujące grupy charakterystyk:

- styl psychologicznego funkcjonowania¹⁶⁷,
- cecha właściwa każdemu człowiekowi bez względu na wiek¹⁶⁸,

¹⁶³ R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 94–95.

¹⁶⁴ J. Jacobs, *Śmierć i życie wielkich miast Ameryki*, Wyd. Centrum Architektury, Warszawa 2014.

¹⁶⁵ Ch. Landry, *Kreatywne miasta...*, *op. cit.*

¹⁶⁶ A.J. Scot, *Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions*, „Journal of Urban Affairs” 2006, no. 1(28), s. 1–17.

¹⁶⁷ R. Drozdowski, A. Zakrzewska, K. Puchalska, M. Morchat, D. Mroczkowska, *Wspieranie postaw proinnowacyjnych...*, *op. cit.*, s. 19.

¹⁶⁸ Por. M. Wertheimer, *Productive Thinking*, Tavistock, London 1968, s. 9.

- zespół wartości,
- proces myślowy¹⁶⁹,
- postawa związana z wyjściem poza to, co powszechne, oczywiste, i tworzenie nowego,
- codzienna aktywność oparta na zdolnościach, której efektem są wytwory materialne lub która nie przynosi twórczych rezultatów,
- sposób na rozwiązanie problemu,
- forma wyrazu, akceptacji własnej, samego siebie właściwa przedsiębiorcy; w biznesie jest motorem działań przedsiębiorczych; związek kreatywności z przedsiębiorczością jako cechą przedsiębiorcy i innowacyjnością jako podstawą działania przedsiębiorcy, a jednocześnie efektem kreatywności jest zdaniem wielu autorów niezaprzeczalny.

Teoria klasy kreatywnej opisuje ludzi przynależnych do zawodów, w których wykorzystuje się kreatywność, przyjmując, że jest ona siłą napędową wzrostu gospodarczego. Ocena wpływu tej klasy dokonywana jest z użyciem indeksów. W definiowaniu kapitału kreatywnego klasę kreatywną można przyjąć jako podstawowy element jego struktury. Natomiast nie należy ograniczać się tylko do ujęcia wąskiego. Szersza definicja kapitału kreatywnego zakłada, że jest to zasób właściwy ludziom, którzy współpracują i funkcjonują w każdych, w tym w nowych, warunkach, wykorzystując swoją kreatywność.

¹⁶⁹ Zob. G. Wallas, *The Art of Thought*, Jonathan Cape, London 1926, s. 16–22.

ROZDZIAŁ 3

POJĘCIE ROZWOJU W LOKALNEJ PRZESTRZENI TERYTORIALNEJ Z UWZGLĘDNIENIEM WYMIARU GOSPODARCZEGO I SPOŁECZNEGO

3.1. Założenia rozwoju regionalnego i lokalnego

Analizując literaturę dotyczącą rozwoju regionalnego, należy zgodzić się, że pojęcie rozwoju jest wieloznaczne i stosowane w różnych kontekstach. Łączy się z podstawowymi kategoriami przedmiotowymi, jak zmiana i struktura. Pozwala to na pełne określenie jego charakteru i funkcji poznawczych oraz ułatwia wykorzystanie go w analizie przestrzenno-ekonomicznej i regionalnej¹⁷⁰. Podobnie twierdzi W. Krajewski: rozwój to nic innego jak pewien ciąg zmian ukierunkowanych i nieodwracalnych, dokonujących się w tzw. strukturach obiektów złożonych¹⁷¹.

Najczęściej zmiana oznacza „przejście z jednego stanu obiektu do innego stanu obiektu”¹⁷² i jak interpretuje to Z. Strzelecki, wiąże się z modyfikacją jego własności, które mogą mieć charakter zarówno ilościowy, jak i jakościowy¹⁷³. Odniesienie do struktury obiektu łączy się z jego następującą interpretacją: „układ relacji w postaci sieci relacji wiążących”¹⁷⁴, łączących, oddziałujących, również na zasadzie sprzężenia zwrotnego w przestrzeni. Odbywa się w układzie ciągu zmian w długim okresie, co powoduje, że jest złożeniem faz lub etapów. Najczęściej zmiany mają charakter nieodwracalny, co podkreślano w definicji T. Markowskiego, według którego „rozwój” jest składową kierunkowego procesu ewolucji oznaczającego przechodzenie kolejnej generacji organizmów żywych na wyższy, coraz bardziej zróżnicowany, złożony poziom¹⁷⁵. Z. Pierścionek uzupełnił tę definicję o aspekt działalności człowieka, stwierdzając, że

¹⁷⁰ P. Churski, *Czynniki rozwoju...*, *op. cit.*, s. 26.

¹⁷¹ Z. Szymła, *Podstawy badań rozwoju regionalnego*, WSE, Bochnia 2005, nr 3, s. 101–111.

¹⁷² *Gospodarka regionalna i lokalna...*, *op. cit.*, s. 79.

¹⁷³ *Ibidem*.

¹⁷⁴ T. Markowski, *Teoretyczne podstawy rozwoju lokalnego i regionalnego*, w: *Gospodarka regionalna i lokalna*, red. Z. Strzelecki, PWN, Warszawa 2008, s. 13.

¹⁷⁵ *Ibidem*, s. 13, 15.

rozwój jest przede wszystkim zjawiskiem jakościowym polegającym na wprowadzaniu innowacji produktowych, procesowych, organizacyjnych i innych. Wzrost natomiast stanowi kategorię ilościową¹⁷⁶.

Dowodzi to, że współczesny rozwój jest swoistą „grą” związaną z umiejętnością optymalnego wykorzystania własnego potencjału w aspekcie uczestnictwa w globalnych procesach, strukturach, a więc w aspekcie szeroko rozumianych związków z otoczeniem i korzyści uczestnictwa w społecznym podziale pracy. To gra, która toczy się w określonej przestrzeni sprzyjającej temu rozwojowi lub go ograniczającej¹⁷⁷. Nadmienić należy, że czynniki otoczenia zewnętrzne o charakterze globalnym wpływają na wykorzystanie tego posiadanego potencjału.

Proces rozwoju jest sposobem, który umożliwia osiągnięcie oczekiwanych i optymalnych warunków życia. Przyczynia się więc do postępu we wszystkich dziedzinach życia¹⁷⁸. Zgodzić należy się ze stwierdzeniem, że rozwój gospodarczy staje się także wyrazem poziomu kultury ekonomicznej i postępu technicznego¹⁷⁹.

Rozwój cechuje się postępującą globalizacją. G. Ślusarz wskazuje na umiejętność dostosowania się nie tylko do wymagań otoczenia i rynku lokalnego czy regionalnego, ale krajowego i globalnego¹⁸⁰. W przyjętym imperatywie o myśleniu w kategoriach globalnych, a działaniu lokalnym kryje się odniesienie do społeczności, której potwierdzenie znajdziemy w definicji regionu ujętego jako „koncern” zamieszkiwany przez konkretną społeczność charakteryzującą się różnym stopniem aktywności, zaangażowania i innowacyjności¹⁸¹. Z kolei D. Whittlesley twierdzi, że jest to różniący się od innych fragment powierzchni ziemi. W zależności od potrzeb ujmuje się region jako jednostkę przestrzeni, obszar zamieszkiwany przez określoną grupę społeczną czy wreszcie obszar historyczno-kulturowy¹⁸².

Większość konwencjonalnych definicji nawiązuje do tej uniwersalnej, określającej region jako obszar posiadający mniej lub bardziej wyraźne granice oraz pewien rodzaj wewnętrznej jednorodności różniącej go od innych regionów¹⁸³.

¹⁷⁶ Z. Pierścioneck, *Strategie rozwoju firmy*, PWN, Warszawa 1997, s. 11.

¹⁷⁷ G. Ślusarz, *Studium społeczno-ekonomicznych uwarunkowań...*, *op. cit.*, s. 88.

¹⁷⁸ M. Czerny, *Globalizacja a rozwój*, PWN, Warszawa 2005, s. 33, 37.

¹⁷⁹ *Nowy słownik ekonomiczny przedsiębiorcy*, Znicz, Warszawa–Szczecin 2004, s. 327.

¹⁸⁰ Zob. G. Ślusarz, *Działalność gospodarcza w obszarach wiejskich w dobie globalizacji, w: Możliwości i bariery rozwoju działalności gospodarczej w obszarach wiejskich*, red. A. Czudec, G. Ślusarz, Wyd. UR, Rzeszów 2004, s. 5.

¹⁸¹ www.rsi.org.pl/dane/download/plik--2251378.pdf (02.03.2011).

¹⁸² Zob. K. Włazlak, *Rozwój regionalny jako zadanie administracji publicznej*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2010, s. 27–38.

¹⁸³ I. Sagan, *Teorie rozwoju regionalnego i ich praktyczne zastosowanie*, KGE UG, Warszawa 2007.

Region to nie tylko element terytorium państwa, ale także, jak podkreśla E.J. Nowacka, element demokracji umożliwiający udział w decydowaniu o sprawach publicznych, co z kolei ma przełożenie na rozwój całego kraju. Trudno ocenić, która z definicji najtrafniej oddaje istotę regionu. Wyrażeniem tym operuje dziś większość dyscyplin naukowych o charakterze ekonomiczno-społecznym, stąd w literaturze wiele definicji regionów jako kategorii geograficznych, politycznych, etnicznych czy administracyjnych¹⁸⁴.

Rozwój regionalny określany jest jako „trwały wzrost poziomu życia mieszkańców i potencjału gospodarczego w skali określonej jednostki terytorialnej”¹⁸⁵. Rozwój regionalny to inaczej rozwój gospodarczy regionów wchodzących w skład danego kraju. Głównym celem polityki rozwoju regionalnego jest dążenie do osiągnięcia jak najwyższego i względnie równomiernego poziomu rozwoju różnych regionów kraju. Rozwój regionalny przejawia się w dążeniu do tworzenia zbliżonych szans rozwojowych dla regionów¹⁸⁶.

A. Klasik zaproponował rozwinięcie definicji w ramach prac zespołu zadaniowego do spraw rozwoju regionalnego Polski, określając rozwój regionalny jako „trwały wzrost trzech elementów: potencjału gospodarczego regionów, ich siły konkurencyjnej oraz poziomu i jakości życia mieszkańców”, akceptując jednocześnie, że chodzi o „trwały wzrost przyczyniający się do rozwoju całej wspólnoty narodowej”¹⁸⁷.

Rozwój regionalny jest procesem wielowymiarowym, wybitnie heterogenicznym, co powoduje, że jego badanie jest trudne i wymaga przyjęcia założeń upraszczających. W związku z tym w studiach regionalnych problematyka rozwoju jest rozpatrywana bardzo rozmaicie: na różnych poziomach uogólnienia, w różnych przekrojach czasowych i przestrzennych, a także w odniesieniu do różnych dziedzin działalności społeczno-ekonomicznych¹⁸⁸. Z pojęciem rozwoju regionalnego łączy się pojęcie rozwoju lokalnego.

Rozwój lokalny jest systemem takich zmian, które mają miejsce w mieście, gminie wiejskiej lub miejsko-wiejskiej, lub też delimitowanym subregionie, tj. lokalnym układzie społeczno-terytorialnym charakteryzującym się specjalnymi cechami przestrzeni, gospodarki i kultury, jak również lokalną preferencją

¹⁸⁴ *Gospodarka regionalna i lokalna...*, op. cit., s. 79.

¹⁸⁵ J.B. Gajda, *Wielorównaniowe modele ekonometryczne w praktyce*, Wyd. UŁ, Łódź 1992, s. 16.

¹⁸⁶ <http://www.nbportal.pl/pl/commonPages/EconomicsEntryDetails?entryId=60&pageId=608/> (25.03.2015).

¹⁸⁷ B. Dańska, *Przestrzenno-czasowe modelowanie zmian w działalności produkcyjnej w Polsce*, Absolwent, Łódź 2000, s. 21.

¹⁸⁸ W. Kosiedowski, *Teoretyczne problemy rozwoju regionalnego*, w: *Zarządzanie rozwojem regionalnym i lokalnym*, red. W. Kosiedowski, TNOiK, Toruń 2001, s. 28.

potrzeb i hierarchią wartości¹⁸⁹. Jest to zatem proces różnicowania i wzbogacania działalności ekonomicznej i społecznej na określonym terytorium, polegający na mobilizacji i koordynacji własnych zasobów i energii. Istotą rozwoju lokalnego jest nie tylko autonomia działania, samodzielne decydowanie o własnym losie i wynikająca z tego dynamika inicjatyw miejscowych, ale przede wszystkim współdziałanie wszystkich podmiotów lokalnych i w rezultacie mobilizacja energii środowiska zmierzająca do realizacji wspólnych, powszechnie akceptowanych, długookresowych celów¹⁹⁰.

Początki teorii rozwoju lokalnego sięgają lat siedemdziesiątych. Idea ta pojawia się w reakcji na politykę regionalną polegającą na subwencjonowaniu lokalizacji przedsiębiorstw. Ten „alternatywny model” rozwoju określa się w literaturze również innymi terminami: rozwój endogenny i rozwój wspólnotowy.

Szerzej definicję rozwoju lokalnego ujmuje J. Cichoń, uznając, że rozwój lokalny jest wynikiem jednoznacznej działalności na tym samym terenie różnych podmiotów władzy publicznej, organizacji pozarządowych, przedsiębiorstw i poszczególnych obywateli. Działania te powinny się wzajemnie uzupełniać tak, by w sumie przyczyniać się do wzrostu gospodarczego, cywilizacyjnego i kulturowego¹⁹¹.

„Rozwój lokalny jest pojęciem złożonym. Stopień tej złożoności jest pochodną wielorakości celów, którym rozwój ma służyć, oraz różnorodności działań, które go kształtują”¹⁹². W skali lokalnej identyfikacja pola rozwoju społecznego, gospodarczego i przestrzennego staje się szczególnie skomplikowana, ponieważ gmina funkcjonuje i rozwija się jako integralna część większej całości i korzysta z dóbr i usług powstałych na innych terenach, jednocześnie dostarcza swe produkty na rzecz otoczenia; wchłania fundusze pochodzące z zewnątrz i przekazuje własne środki na inne obszary. W rezultacie trudno w sposób jednoznaczny sprecyzować pojęcie rozwoju w skali lokalnej. Jednak o rozwoju lokalnym mówimy wtedy, gdy zharmonizowane i systematyczne działanie społeczności lokalnej, władzy lokalnej oraz pozostałych podmiotów funkcjonujących w gminie zmierza do kreowania nowych i poprawy istniejących walorów użytkowych gminy, tworzenia korzystnych warunków dla lokalnej gospodarki oraz zapewnienia ładu przestrzennego i ekologiczne-

¹⁸⁹ L. Wojtasiewicz, *Czynniki i bariery rozwoju lokalnego...*, *op. cit.*, s. 7.

¹⁹⁰ D. Niegowska, *Samorząd terytorialny a rozwój gospodarki lokalnej*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu” 1992, z. 205, s. 88.

¹⁹¹ J. Cichoń, *Instrumenty kreowania rozwoju na poziomie lokalnym*, w: *Funkcjonowanie przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej. Wybrane problemy*, red. T.C. Malec, WSiE TWP, Olsztyn 2003, s. 155.

¹⁹² R. Broł, *Zarządzanie rozwojem lokalnym – studium przypadków*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 1998, s. 9.

go¹⁹³. Podejście takie odwołuje się od ujęcia procesowego, wewnętrznych zmian stanów rzeczy czy faz słusznie podkreślanych w literaturze¹⁹⁴, determinowanych przez następujące po nich inne stany. W związku z definicją własną kapitału kreatywnego funkcjonującego w „nowych warunkach”, które w definicji rozwoju określone są jako warunki nowe, ale i korzystne, pojawia się zadanie dla władzy lokalnej, społeczności i innych pomiotów – potencjalnych „nośników” kreatywności.

Przyjmuje się, że rozwój lokalny dokonuje się w strukturze gospodarki lokalnej rozumianej jako zbiór współzależnych podmiotów gospodarujących i działających na terenie gminy, z których każda spełnia określone funkcje i dąży do osiągnięcia własnych celów. Tymi podmiotami są: jednostki gospodarcze, gospodarstwa domowe, instytucje lokalne i władze samorządowe¹⁹⁵. Z definicją tą zgadza się także autorka, uznając realizację celów na rzecz społeczności lokalnej, jak również funkcje pełnione przez organizacje dla rozwoju danej „małej ojczyzny”.

Uwzględniając elementy wspólne powyższych definicji, można powiedzieć, że rozwój lokalny to:

- rozwój kultury, zachowanie i pielęgnowanie tradycji, obyczajów, zwyczajów, zachowań,
- rozwój środowiska naturalnego, ochrona istniejącego dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego,
- dbałość o zmiany w mentalności i świadomości społeczeństwa, wzrost wiedzy, umiejętności i kwalifikacji mieszkańców,
- zmiana w zasobności mieszkańców, wzrost dochodów, zmiana warunków ekonomicznych dla realizowania indywidualnych aspiracji członków społeczności lokalnej¹⁹⁶.

W szerokim ujęciu rozwój lokalny można rozpatrywać na trzech jego głównych płaszczyznach, tj.¹⁹⁷:

- w sferze społecznej – rozwój mieszkańców oznacza stały wzrost ich poziomu kształcenia, świadomości obywatelskiej oraz kultury osobistej; wyrazem roz-

¹⁹³ *Ibidem*.

¹⁹⁴ Z. Chojnicki, *Rozwój społeczno-ekonomiczny i jego aspekty aksjologiczne*, w: *Region społeczno-ekonomiczny i rozwój regionalny*, red. J. Parysek, T. Stryjakiewicz, Bogucki, Poznań 2008, s. 23.

¹⁹⁵ A. Zalewski, *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki lokalnej*, „SGH. Monografie i Opracowania” 1994, nr 381, s. 24.

¹⁹⁶ Por. A. Okraszewska, I. Brzeziński, J. Kwiatkowski, *Lokalny rozwój gospodarczy w kontekście wstąpienia Polski do Unii Europejskiej*, FRDL, Warszawa 2002, s. 6.

¹⁹⁷ Por. K. Pająk, *Samorząd terytorialny w Polsce. Wybrane aspekty jego funkcjonowania*. Wyd. Akademii Bydgoskiej, Bydgoszcz 2003, s. 65; D. Śniegowska, *Samorząd terytorialny...*, *op. cit.*, s. 88.

- woju dokonującego się w tej sferze powinien być wzrastający poziom poczucia odpowiedzialności za wspólne sprawy o charakterze publicznym,
- w sferze ekologiczno-przestrzennej – dominujące znaczenie ma poszanowanie walorów środowiska przyrodniczego oraz staranne kreowanie ładu przestrzennego na obszarach zurbanizowanych,
 - w sferze gospodarczej – rozwój lokalny przejawia się w rozwijaniu indywidualnej i zbiorowej przedsiębiorczości przy wykorzystaniu miejscowych zasobów: surowców, siły roboczej, krajobrazu; dla rozwoju gospodarki lokalnej są w tym ujęciu niezbędne rozwinięte struktury demograficzne, społeczne, fizyczne, instytucjonalne, które rozwój ten będą kreować, uzasadniać, wspierać, realizować oraz nim sterować.

Literatura prezentująca definicje rozwoju lokalnego jest bogata. Termin „rozwój lokalny” nie ma jednak jednoznacznej wykładni, chociaż powszechnie funkcjonuje z takimi pojęciami pokrewnymi, jak lokalizm, lokalność, społeczność lokalna, władza lokalna, działanie lokalne czy układ lokalny¹⁹⁸.

Wśród występujących w literaturze określeń warte podkreślenia jest rozpatrywanie układu lokalnego jako pewnego terytorium, na którym zaspokajane są potrzeby w zakresie obsługi życia codziennego, pozostającego we władaniu danej zbiorowości, którą łączy poczucie tożsamości¹⁹⁹. Tożsamość stanowić będzie o mocnym związku społeczności z terenem, a jednocześnie społeczność ta ma możliwość kształtowania własnych ścieżek rozwoju czy jak podają niektórzy autorzy, buduje określony typ ładu społecznego²⁰⁰.

Jak zauważa J. Hausner, współcześnie w wielu ujęciach nacisk kładziony jest na endogeniczne czynniki rozwoju, tj. kapitał ludzki oraz kapitał społeczny, bazę ekonomiczną lokalnego układu terytorialnego, jakość zarządzania publicznego, małą i średnią przedsiębiorczość, jakość infrastruktury technicznej i społecznej oraz zagospodarowanie przestrzenne²⁰¹. Ważna jest również współpraca uczestników działających w układzie lokalnym. Stąd rozwój społeczno-gospodarczy na szczeblu lokalnym określony będzie poprzez:

- zmiany ilościowe i jakościowe w sferze ekonomicznej, społecznej, kulturowej i innej,

¹⁹⁸ J. Parysek, *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju lokalnym. Rozwój lokalny – zagospodarowanie przestrzenne i nisze atrakcyjności gospodarczej*, PWN, Warszawa 1995, s. 37.

¹⁹⁹ A. Piekara, Z. Niewiadomski, *Samorząd terytorialny i rozwój lokalny*, Wyd. UW – Centrum Studiów Samorządu Terytorialnego i Rozwoju Lokalnego, Warszawa 1996, s. 39.

²⁰⁰ K. Pająk, *Rola samorządu terytorialnego w kształtowaniu rozwoju lokalnego*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2005, s. 60.

²⁰¹ J. Hausner, *Zasady i mechanizmy...*, *op. cit.*, s. 19–28, cyt. za: M. Murzyn-Kupisz, *Dziedzictwo kulturowe a rozwój lokalny*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego” 2012, nr 221, s. 78.

- zmiany zachodzące poprzez wykorzystanie endo- i egzogenicznych czynników rozwoju,
- zmiany poziomu życia mieszkańców, przedsiębiorców, samorządu.

Nowe czynniki zmian: w tym wiedza, technologia i kreatywność, przekształcają różne struktury przestrzenne, budując klimat społeczny do rozwoju kapitału kreatywnego. Potwierdza to w swoich rozważaniach R. Domański²⁰², wskazując na „nieprzerwany łańcuch” złożony z ogniw: twórczości przez generowanie idei, innowacyjności przez prototypowe artefakty, dyfuzji przez sieć handlową i inne sieci upowszechniania, dyfuzji przez edukację i nową fazę twórczości.

Oznacza to, że w sferze gospodarczej rozwój lokalny przejawia się w generowaniu przychodów dla przedsiębiorstw i gospodarstw domowych zlokalizowanych w danej jednostce terytorialnej oraz w rozwijaniu przedsiębiorczości. W sferze społecznej rozwój mieszkańców przejawia się wzrostem ich poziomu wykształcenia, świadomości obywatelskiej czy kultury osobistej. W efekcie tej sfery poziom poczucia odpowiedzialności za wspólne sprawy o charakterze publicznym powinien ulec wzrostowi. W sferze ekologiczno-przestrzennej dotyczy on szanowania walorów środowiska przyrodniczego oraz kreowania ładu przestrzennego na terenach zurbanizowanych, redukcji emisji zanieczyszczeń, odbudowy zasobów przyrodniczych oraz stosowania proekologicznych technologii²⁰³. Jest to powtórzenie klasycznego ujęcia rozwoju lokalnego. Natomiast w literaturze spotykać można również i inne cele, jakie przyświecają rozwojowi lokalnemu, sprowadzające się do inwestowania w czynniki miękkie²⁰⁴, w tym w rozwój zasobów ludzkich, wzrost jakości warunków życia na danym terytorium, poprawę wizerunku.

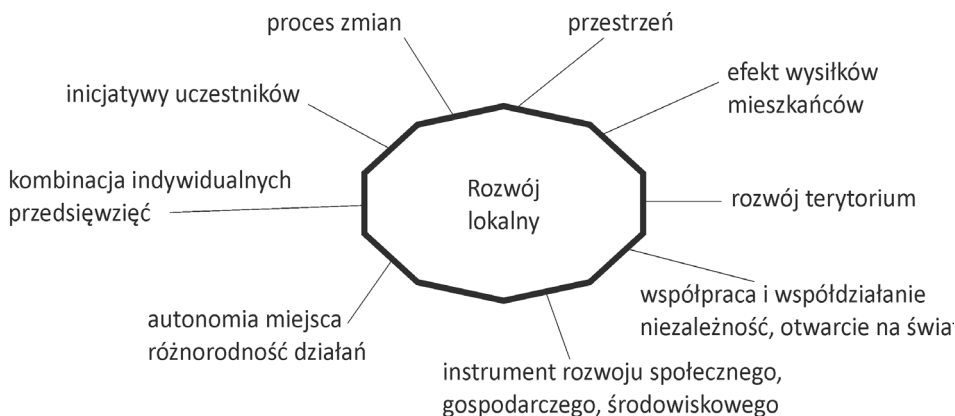
Rozwój lokalny przebiega w ramach procesu rozwoju społeczno-gospodarczego (rysunek 9). Jest przedmiotem polityki rozwoju uwzględniającej różne warunki go determinujące, które różnią się w czasie i przestrzeni. Wspomnieć należy o innym sposobie pojmowania rozwoju lokalnego mającego charakter ponadlokalny.

W tym ujęciu traktuje się go jako jedną z najważniejszych nowoczesnych idei rozwoju współczesnego państwa i jego regionów oraz wspólnot międzypaństwowych. W ponadlokalnym postrzeganiu rozwoju lokalnego nie chodzi już tylko o procesy rozwojowe mające miejsce w licznych układach lokalnych lub nawet o ich ponadlokalną „sumę”, lecz o kreowanie z poziomu państwa (jego regionów), a nawet układów międzynarodowych, warunków do tworzenia, uruchomienia i racjonalnego wykorzystania wszystkich lokalnych kapitałów. Po-

²⁰² R. Domański, *Gospodarka przestrzenna. Podstawy teoretyczne*, PWN, Warszawa 2013, s. 87.

²⁰³ A. Łuczyszyn, *Nowe kierunki...*, *op. cit.*, s. 61.

²⁰⁴ Zob. *ibidem*, s. 62.



Rysunek 9. Kierunki interpretacji pojęcia rozwoju lokalnego

Źródło: opracowanie własne.

nadlokalne postrzeganie rozwoju lokalnego może oznaczać zarówno perspektywę regionalną, państwową, jak i globalną. Tak rozumiany rozwój lokalny jest uznawany dziś za częściową alternatywę dla popularnego wcześniej, zuniformizowanego modelu rozwoju kreowanego przez duże podmioty gospodarcze działające w liberalnych warunkach niedoskonałego rynku. Jest on alternatywą częściową, gdyż w toku wieloletniej debaty naukowej uzyskano konsensus co do optymalności połączenia ponadlokalnych koncepcji rozwoju lokalnego (zwanego oddolnym) z koncepcjami i procesami *stricte* ponadlokalnymi, takimi jak przestrzenna koncentracja kapitału, rozwój korporacji, unifikacja, międzynarodowy podział pracy, globalizacja itp., składającymi się na tzw. rozwój odgórny²⁰⁵. Jako przykład takiej percepcji rozwoju lokalnego wskazuje się twierdzenia I. Pietrzyk²⁰⁶, według której w rozwoju lokalnym chodzi o przeciwstawienie się skrajnemu liberalizmowi i pogodzenie przedsiębiorczości z solidarnością międzyludzką, o zaradzenie defektom rynku i niedoskonałej informacji, o wyzwolenie inicjatyw społecznych i wykorzystanie całego lokalnego potencjału rozwoju, o mobilizację lokalnych aktorów wokół „własnego” programu rozwoju i o uzyskanie efektów synergicznych wzmacniających ogólną dynamikę wzrostu.

Nie oznacza to zamykania się miejscowych społeczności, lecz wprost przeciwnie, podkreśla się potrzebę otwarcia i rozwijania sieci relacji w skali międzyregionalnej, a nawet w skali międzynarodowej. Rozwój lokalny nie wyklucza ingerencji państwa, która często może okazać się niezbędna do uruchomienia lub

²⁰⁵ A. Sztando, *Bariery zarządzania strategicznego rozwojem lokalnym*, „Gospodarka Przestrzenna. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2011, nr 240, s. 104–115.

²⁰⁶ I. Pietrzyk, *Teoretyczne podstawy rozwoju lokalnego...*, *op. cit.*, s. 89–90.

wsparcia oddolnej dynamiki rozwoju²⁰⁷. Podejście takie wskazuje na potrzebę dostosowywania się do zachodzących zmian na poziomie światowym. Jest także przejawem działań władzy publicznej, która stara się, aby dane terytorium, najczęściej wydzielone administracyjnie, nie pozostawało w tyle. Stąd widoczne ujęcie rozwoju lokalnego jako procesu, w którym władze lokalne oraz organizacje sąsiedzkie zaangażowane są w stymulowanie lub też utrzymanie działalności gospodarczej i zatrudnienia. Sprowadza się to do stworzenia lokalnych możliwości utrzymania zatrudnienia w dziedzinach korzystnych dla społeczności lokalnej²⁰⁸.

Oznacza to, że pojęcie rozwoju lokalnego dotyczy nie tylko obszaru gminy, ale jego zasięgu przestrzennego, co w ujęciu myśli działania globalnego będzie wskazywać na interakcje. Łącząc oba spojrzenia w proces rozwoju lokalnego, rozpatrywać go można jako konsekwencję działania trzech dużych grup przesłanek²⁰⁹:

- Pierwsza grupa przesłanek, zwana wewnętrznymi (endogennymi), zwykle stanowi zaczyn procesu transformacji lokalnej. W skład jej może wchodzić zastosowanie nowych rozwiązań technologicznych importowanych z zewnątrz, narodzenie się nowej przedsiębiorczości, ujawnienie i rozwijanie specyficznych zasobów lokalnych. W wyniku tych zjawisk następuje wielostronne wzbogacenie zasobów lokalnych, co natychmiast zostaje wykorzystane przez rynek.
- Do drugiej grupy przesłanek, tzw. zewnętrznych (egzogonicznych), zaliczają się lokalizacje nowych urządzeń produkcyjnych (o odpowiednio dużej skali) przynależne do przedsiębiorstw zewnętrznych, które wpływają nie tylko na głębokie zmiany struktury produkcji lokalnej, ale i na głębokie zmiany społeczne.
- Trzecia grupa przesłanek to reakcja na zmiany zewnętrzne (technologiczne, organizacyjne), które powodują powstanie różnorodnych projektów rozwoju na poziomie lokalnym. Rezultaty tych działań nie są bezpośrednio wykorzystywane przez rynek, ale mają formę kooperacji i współdziałania między przedsiębiorstwami i instytucjami publicznymi.

Rozwój lokalny jest procesem złożonym. Cechuje go wielość i różnorodność czynników nań wpływających. Wśród występujących w literaturze ze względu na wykorzystywane zasoby i uczestników wyróżnia się następujące typy rozwoju lokalnego:

²⁰⁷ *Ibidem*, s. 87. Zob. W. Dziemianowicz, *Kapitał zagraniczny a rozwój regionalny i lokalny w Polsce*, Europejski Instytut Rozwoju Regionalnego i Lokalnego, Warszawa 1997, s. 29–30.

²⁰⁸ Zob. G. Gorzelak, *Omówienie książki Edwarda J. Blakley'a Planowanie gospodarcze rozwoju lokalnego*, w: *Gmina; Przedsiębiorczość; Promocja*, red. J.P. Gorzelak, „EUROREG, Studia Regionalne i Lokalne” 1992, nr 7(40), s. 5.

²⁰⁹ M. Klamut, *Innowacje a rozwój lokalny*, w: *Promowanie rozwoju lokalnego i regionalnego*, Wyd. Samorządowe FRDL, Warszawa 1994, s. 38, cyt. za: J. Chądzyński, A. Nowakowska, Z. Przygodzki, *Region i jego rozwój w warunkach globalizacji*, CeDeWu, Warszawa 2012, s. 76–79.

- rozwój endogeniczny – oparty na maksymalnym wykorzystaniu lokalnych zasobów przez lokalnych uczestników rynku,
- rozwój egzogeniczny – polega na wykorzystaniu zasobów zewnętrznych przez zewnętrznych uczestników; opiera się na wykorzystaniu zewnętrznych czynników, takich jak: technologia, kapitał, przy jednoczesnym wykorzystaniu lokalnych zasobów pracy,
- rozwój pobudzający – występuje, gdy rozwój lokalny wynika z zaangażowania uczestników zewnętrznych wykorzystujących zasoby danego obszaru,
- rozwój przyciągający – polega na zaktywizowaniu miejscowych uczestników dzięki udostępnieniu im zasobów zewnętrznych²¹⁰.

Podsumowując, można stwierdzić, że rozwój lokalny to proces zróżnicowania i wzbogacania przez lokalnych uczestników działalności ekonomicznej i społecznej na określonym terytorium, polegający na mobilizacji i koordynacji własnych zasobów i energii²¹¹.

3.2. Lokalizacja jako wyznacznik rozwoju regionalnego

Kluczowe znaczenie w badaniach rozwoju lokalnego mają koncepcje teoretyczne dotyczące układów regionalnych oraz czynników wyznaczających rozwój²¹².

Wybrane teorie rozwoju regionalnego z uwzględnieniem determinant tego rozwoju zaprezentowano poniżej. Przegląd tych teorii pozwoli odpowiedzieć na pytanie, jakie czynniki wpływają na poziomie lokalnym na możliwości implementacji kapitału kreatywnego. Wyjście od rozważań teoretycznych dotyczących rozwoju pozwoli na wskazanie ścieżki wpływu różnych czynników, a następnie identyfikację zależności między nimi. Kapitał kreatywny został wyznaczony przez zmienną kreatywności. Na podstawie analizy teoretycznej wybranych koncepcji rozwoju regionalnego starano się odpowiedzieć na pytanie, czy kreatywność była czynnikiem rozwoju w regionie, a jeżeli wpływ ten nie był bezpośredni, czy możliwe jest określenie wpływu pośredniego. Ujęcie regionalne rozwoju jest

²¹⁰ A. Pichierrri, *Concentration and Local Development*, „International Journal and Regional Research” 2002, s. 397.

²¹¹ J. Chądzyński, A. Nowakowska, Z. Przygodzki, *Region i jego rozwój...*, *op. cit.*, s. 80.

²¹² Literatura dotycząca regionalnego rozwoju regionów jest bardzo bogata, np. *Gospodarka przestrzenna i regionalna w trakcie przemian*, red. W. Kosiedowski, Wyd. UMK, Toruń 1995; J. Hausner, T. Kudłacz, J. Szlachta, *Identyfikacja nowych problemów rozwojowych*, „Biuletyn KPZK PAN” 1998, z. 185; J. Wilkin, *Globalizm i lokalizm we współczesnym rozwoju gospodarczym*, w: *Rozwój gospodarczy i zmiany strukturalne w ujęciu regionalnym*, red. B. Kożuch, Wyd. UwB, Białystok 1997; S.M. Zawadzki, *Podstawy planowania regionalnego*, PWE, Warszawa 1969; B. Winiarski, *Polityka regionalna*, w: *Polityka gospodarcza*, red. B. Winiarski, PWN, Warszawa 2002.

najbardziej popularne w literaturze. Uznano jednak, że przez pryzmat regionu można spojrzeć na poziom niższy, lokalny. Przyjęto założenie, że kreatywność również wpływa na rozwój, wiąże się głównie z innymi czynnikami, którym bezpośrednio lub pośrednio towarzyszy.

Na gruncie ekonomii rozwój rozpatrywany jest w aspekcie rozwoju gospodarczego lub społeczno-gospodarczego odnoszącego się do ujęcia procesowego albo do działania władz publicznych²¹³. W ostatnich latach coraz wyraźniej kryształuje się wzorzec rozwoju regionalnego opartego na procesach innowacyjnych. W dobie globalizacji gospodarki o zdolności regionu do dalszego intensywnego rozwoju decyduje jego gotowość do generowania i absorpcji nowych technologii, rozwiązań organizacyjnych i nowej wiedzy²¹⁴. Powszechnie uznaje się, że na poziomie regionu istnieją najlepsze warunki i czynniki dla tworzenia klimatu przedsiębiorczości i innowacyjności²¹⁵.

Bogata literatura dotycząca rozwoju regionu stanowi doskonałe źródło poszukiwań kreatywności w uwarunkowaniach rozwojowych. Ujęcie regionalne pozwala też przenieść teoretyczne rozważania na obszar lokalny. Taka interpretacja ma charakter umowny, co nie zaprzecza faktom, że na terenie gminy jako najmniejszej jednostki administracyjnej działają przedsiębiorstwa, a rozwój przedsiębiorstw, głównie małych i średnich, jest przyczyną rozwoju lokalnego. Poświęcanie uwagi przedsiębiorczości w skali lokalnej nie tylko w teorii, ale i w praktyce może stanowić przesłankę potwierdzającą zróżnicowanie rozwojowe gmin. Wyróżnienie oparte na działaniach przedsiębiorstw, kapitale ludzkim, postępie technicznym, decyzjach przedsiębiorczych, innowacjach wskazuje na występowanie w tych koncepcjach również idei kreatywności.

Teorie wyjaśniające mechanizmy rozwoju regionalnego mają swoje korzenie w założeniach ekonomii. Rozwój każdego rodzaju gospodarki, niezależnie od jej organizacji (narodowa, regionalna czy lokalna), kształtowany jest przez lokowanie na określonym terenie działalności podmiotów gospodarczych, z czym wiążą się najczęściej różnego rodzaju inwestycje. Skala tych inwestycji, jak pisze T. Kudłacz, decyduje o ich sile i kierunku²¹⁶.

²¹³ B. Domański, *Krytyka pojęcia rozwoju a studia regionalne*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2004, nr 2(16), s. 7.

²¹⁴ B. Gruchman, *Nowy paradygmat...*, *op. cit.*, s. 19.

²¹⁵ *Ekonomiczno-organizacyjne uwarunkowania rozwoju regionu – teoria i praktyka*, red. D. Stawasz, Wyd. UŁ, Łódź 2004, s. 80–81.

²¹⁶ T. Kudłacz, *Prognozowanie rozwoju regionalnego*, PWN, Warszawa 1999, s. 23. Podział teorii rozwoju regionalnego można znaleźć m.in. w: A. Zakrzewska-Półtorak, *Rozwój regionalny w globalizującej się gospodarce*, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2012, s. 26–31; D. Stawasz, *Współczesne uwarunkowania rozwoju polskich regionów*, Wyd. UŁ, Łódź 2000, s. 24–34; K. Heffner, *Regiony peryferyjne we współczesnej gospodarce*, w: *Regiony peryferyjne w perspektywie polityki strukturalnej UE*, red. A. Bartłomiuk, Wyd. UwB, Białystok 2003, s. 12–18; R. Domański,

Istotnym zagadnieniem w rozwoju regionalnym, w tym również i lokalnym, jest lokalizacja. Miejsce jest ważne w przypadku rozwoju regionalnego i lokalnego. Stworzenie w miejscu najczęściej rozumianym jako obszar geograficzny takich warunków, które przyciągają ludzi swoją atrakcyjnością, było przedmiotem badań w teorii lokalizacji. W teorii tej miejsce przesądzało o zlokalizowaniu działalności gospodarczej. Im bardziej miejsce sprzyjało inwestorowi, tym chętniej realizował tam inwestycje gospodarcze. Koncepcja lokalizacji przemysłu, usług, produkcji rolniczej wiązała się ze znalezieniem optimum lokalizacji²¹⁷. Inwestor, porównując i uwzględniając szereg czynników, oceniał ich wpływ na inwestycje.

Decyzję wyboru miejsca można związać z predyspozycjami inwestora, który w pewnym stopniu posługuje się swoją wiedzą, doświadczeniem przy jego wyborze. Myśli, analizuje, podejmuje decyzje. Wybór oparty jest na wiedzy o technologii i korzyściach dostrzeganych w stosunku do odległości od rynku zbytu²¹⁸. Kolejny koszt transportu może być postrzegany jako element akceptacji decyzji powiązanej z tolerancją i zgodą na ponoszenie kosztów i uzyskiwanie wyżej wymienionej korzyści²¹⁹.

Rozstrzygnięcie o konfiguracji czynników wpływających na wybór lokalizacji podejmował zgodnie z charakteryzowaną teorią przedsiębiorca. Wyznaczenie miejsca było determinowane kosztem pracy, surowców czy jakością. Wiązało się z rozwiązaniem problemu ze względu na dostępne warunki, co jest elementem kreatywności. Problem wyboru pojawia się na różnych płaszczyznach, ale w badaniach prezentowanych w literaturze najczęściej dotyczy prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę.

W rozumieniu kreatywnego sposobu postępowania poszukiwanie nowego rozwiązania można uznać za zachowanie pożądane i nowatorskie. Miejsce zostanie wyznaczone np. zasięgiem granic aglomeracji sprzyjającej inwestorom. Poszukiwanie miejsca zapewniającego maksymalną obniżkę kosztów jest jak w kreatywności poszukiwaniem rozwiązania problemu. W modelu weberow-

Geografia ekonomiczna. Ujęcie dynamiczne, PWN, Warszawa 2004, s. 162–200; I. Nedomlelova, *Methodology and Method of Economics or Theories of Regional Development*. In Proceedings of the 11th International Conference Liberec Economic Forum 2013. 1. vyd., Technická Univerzita v Liberci, Liberec 2013, s. 412–424.

²¹⁷ Zob. szerzej nt. teorii np. *Gospodarka regionalna i lokalna...*, op. cit., s. 82–91; R. Domański, *Gospodarka przestrzenna*, PWN, Warszawa 2006.

²¹⁸ Omówienie teorii J.H. von Thunena można znaleźć w opracowaniu: *Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne. Polska, Czechy, Niemcy*, red. S. Golinowska, „Raport IPiSS” 1998, z. 16, s. 30–48.

²¹⁹ J. Dębski, *Gospodarka przestrzenna – jej geneza, stan i rozwój*, t. 1, Wyd. WSiFZ, Białystok 2001, s. 29; H. Kotarski, *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój woj. podkarpackiego*, Wyd. UR, Rzeszów 2013, s. 43.

skim na wybory lokalizacji zasadniczo wpływają trzy czynniki: koszty transportu, koszty pracy i tzw. efekty aglomeracyjne. Zdefiniowanie czynników lokalizacyjnych służy, według A. Webera²²⁰, obniżeniu kosztów produkcji. Korzyści lokalizacji związane z aglomeracją wiążą się z ich przewidywaniem, co w kreatywności stanowi o kierunku myślenia dywergencyjnego.

Powiązanie z kapitałem kreatywnym można odnieść do nowych warunków, które ludzie wykorzystują, by prowadzić działalność gospodarczą. W skali regionalnej, ale i lokalnej poszukiwanie atrakcyjnego miejsca do rozwoju jest poszukiwaniem różnorodności, co przesądza o atrakcyjności przestrzeni, dostrzeżeniu większych „korzyści” dla podejmującego decyzję przedsiębiorcy. Należy zaznaczyć, że „dopasowanie” się do optymalnych warunków było związane z decyzją wynikającą z faktu istnienia infrastruktury i innych udogodnień.

Decyzje lokalizacyjne były warunkowane czynnikiem położenia w stosunku do szlaków transportowych, surowców i kosztów. Z punktu widzenia inwestora istotna była cena nieruchomości, wielkość rynku zbytu, stan infrastruktury i współpraca z władzami oraz społecznością lokalną. Występowanie swoistej hierarchii lokalizacji – trójkąta lokalizacji – wskazywało na rolę miejsc z ich zasobami. W przypadku kapitału kreatywnego poszukuje się miejsca dla tego zasobu w obszarze najbardziej atrakcyjnym dla ludzi.

W charakterze produkcji można odnaleźć wpływ postępu technicznego, technologii, ale również kwalifikacji ludzi zatrudnionych do pracy. Kwalifikacje są w pewnym stopniu odzwierciedleniem posiadanego przez ludzi talentu, co wiąże się z wyborem ścieżki kształcenia. Zwłaszcza że przy poszukiwaniu korzystnego miejsca działalności wystąpiła potrzeba posiadania przez przedsiębiorstwa siły roboczej o wysokich kwalifikacjach²²¹. Wiązało się to z inną potrzebą, a mianowicie występowania jednostek zajmujących się kształceniem. Rozwój technologiczny wiąże się z implementacją rozwiązań technologicznych zarówno w przedsiębiorstwach rolniczych, jak i przemysłowych.

Podstawowe założenie rozwoju w teorii bazy ekonomicznej łączy się z miastem i twierdzeniem, że rozwój opiera się na działalności eksportowej tworzącej bazę ekonomiczną terytorium. Bazę stanowią regionalne gałęzie gospodarki produkujące na eksport. Wzrost gospodarczy jest stymulowany przez zewnętrzny popyt. Poszukiwane są korporacje, które produkują towary wysoce konkurencyjne. Analiza od strony kreatywności wiąże się z posiadaniem wysoce konkurencyjnego produktu. Aby go wytworzyć, po pierwsze, musi być pomysł. Poziom konkurencyjności będzie również wymuszał „wyższą użyteczność” produktu. Rozwój jest zintegrowany z produkcją dla klienta, musi przy-

²²⁰ Zob. H. Godlewska, *Lokalizacja działalności gospodarczej*, Elipsa, Warszawa 2001.

²²¹ Por. A. Szewczuk, M. Kogut-Jaworska, M. Ziolo, *Rozwój lokalny i regionalny. Teoria i praktyka*, C.H. Beck, Warszawa 2011, s. 37.

czyniać się do tworzenia nowych miejsc pracy. Atrakcyjność miejsca – miasta – wiąże się właśnie z tworzeniem nowych miejsc pracy. Oznacza to wzrost wartości dla tego miasta czy gminy. Rozbudowuje się bazę ekonomiczną, co związane jest z przemysłami opartymi na wysokich technologiach, to zaś powoduje wzrost eksportu i przyciąganie inwestorów²²².

Potrzeby stwarzają model heksagonalnej przestrzeni produkcji. Zawsze jednak istotą sprawczą w sposobie myślenia i podejmowaniu decyzji jest człowiek. To człowiek też określa sieć rynkowych stosunków i na tej podstawie identyfikuje czynniki produkcji.

Każda z teorii ma swoje zalety i wady. Założenia o sieci rynkowej charakteryzującej się złożonością i różnorodnością wskazują na kierunek dyferencyjny, który ponownie można przypisać założeniom kreatywnym związanym z różnorodnością cechującą kreatywność. Potwierdza go udowodniony przez A. Löschę wpływ systemu ruchów migracyjnych wewnątrz sieci rynkowej i specyfika wymiany. Migracja jest czynnikiem wynikającym z decyzji człowieka, najczęściej związanym z poszukiwaniem warunków do lepszego życia. To zaś wiąże się z kapitałem kreatywnym i akceptacją koncentrycznej aktywności ekonomicznej w aglomeracjach. Powszechnie uznaje się, że kreatywność lepiej rozwija się w miastach, które wyróżniają się nie tylko demografią, ale i większymi nakładami na inwestycje oraz lepszą infrastrukturą. Rozwinięcie tej teorii ma odzwierciedlenie w teorii produktu podstawowego²²³ oraz w nowej teorii handlu²²⁴. Preferuje się specjalizację produkcji i skoncentrowanie się na działalności kapitałochłonnej lub pracochłonnej.

W dalszym ciągu to lokalizacja przesądza o wyborze. Z tym zastrzeżeniem, że czynnikiem sprawczym była działalność eksportowa. Zachowania ludzi wiążą się zaś z określeniem, jak realizować eksport.

Z badania sieci osadniczych w teorii miejsc centralnych W. Christallera wynikał wniosek dotyczący lokalizacji miejsca pracy, kosztów transportu, ceny produktu generującego popyt²²⁵.

W teorii Christallera i Löschę wskazane jest miejsce skupiające popyt i podaż. W przestrzeniach, w których aktywność ludzka jest scentralizowana, następuje silniejsza koncentracja struktur przemysłowych. Wiąże się to z rozkładem zaludnienia oraz efektami sprzyjającymi rozwojowi. W obszarze przestrzeni zachodzą efekty lokalizacyjne i urbanizacyjne. Zmiany strukturalne zwiększają zaś efekty społeczne. Przestrzeń wyznacza zasięg występowania kreatywności.

²²² T. Grosse, *Przegląd koncepcji...*, *op. cit.*, s. 25–48.

²²³ Zob. *ibidem*.

²²⁴ Zob. J.P. Neary, *Two and a Half Theories of Trade*, Frank D. Graham Memorial Lecture, Princeton University, Princeton 2009.

²²⁵ Zob. E. Nowosielska, *Teoria Christallera – prawda i mity*, Wyd. PAN, Wrocław–Warszawa–Kraków 1992.

Tworzy się sieć wskazująca na element współpracy, ale to miejsce może różnicować produkcję i najczęściej jest nim miasto.

Czynnik współpracy jest kolejnym elementem wyboru człowieka dotyczącym przestrzeni. Wiąże się on z akceptacją, czyli tolerancją, zdolnościami ludzi, którzy migrują do innych miejsc, poszukując lepszych warunków do życia. Zdarza się, że wpływ czynników się kumuluje. Ważną pozycję w rozwoju zajmuje człowiek²²⁶.

Dalszy rozwój teorii lokalizacji w drugiej połowie XX w. koncentrował się wokół dwóch zagadnień – efektów aglomeracyjnych oraz procesów urbanizacji²²⁷. Rola miast jest silnie akcentowana w przypadku teorii urbanizacji. To miasto jest miejscem, które przez swoją różnorodność, wyższy poziom rozwoju technologicznego, wielokulturowość, barwność przyciąga ludzi. Mechanizm przyciągania nie jest obcy ludziom kreatywnym.

Rozwój regionalny i lokalny jawi się jako wynik dystrybucji zasobów należących do społeczeństwa, w tym kapitału i siły roboczej, lub rezultat poszukiwania „impulsów rozwoju”. Nadmienić należy, że opisane koncepcje rozwoju regionalnego są koncepcjami, które można przenieść na niższy poziom terytorialny. Małe środowiska tworzą ludzie, dostępne tam zasoby, zlokalizowane przedsiębiorstwa i instytucje. Aby powstawały nowe firmy, trzeba stwarzać zaplecze i kształtować sprzyjające warunki. Podjęcie decyzji świadczy o rozwiązaniu problemu wyboru przez przedsiębiorcę. W procesie decyzyjnym musi on wziąć pod uwagę wszystkie czynniki warunkujące rozwój jego przedsiębiorstwa. Podstawą wyboru będzie miejsce warunkowane posiadanymi zasobami, w tym wypadku ludzkimi. Teorie lokalizacji wiążą się z wyborem lokalizacji przez przedsiębiorstwa i gospodarstwa domowe. W kontekście prowadzonego przeglądu literatury teorii naukowych należy podkreślić, że miejsce ma znaczenie dla rozwoju kapitału kreatywnego.

3.3. Teorie wzrostu i rozwoju

3.3.1. Przesłanki teorii wzrostu i rozwoju od góry

Neoklasyczne teorie rozwoju regionalnego bazują na klasycznej teorii ekonomii, której prekursorem był A. Smith. Wyjaśniają działanie mechanizmu równowagi rynkowej i podstawowe zależności między ceną produktów, popytem i podażą.

²²⁶ Zob. T. Grosse, *Przegląd koncepcji...*, *op. cit.*, s. 25–48; J. Dębski, *Gospodarka przestrzenna...*, *op. cit.*, s. 29; E. Bończak-Kucharczyk, H. Herbst, K. Chmura, *Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość*, PFPiRMiŚP, Warszawa 1998, s. 42.

²²⁷ K. Stackelberg, U. Hahne, *Teorie rozwoju regionalnego*, w: *Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne...*, *op. cit.*, s. 40–44; H. Kotarski, *Kapitał ludzki...*, *op. cit.*, s. 44–52.

Założenia te, przeniesione na grunt wyrównywania różnic regionalnych, sprowadzają się do konkurencji rynkowej, mobilności czynników produkcji (pracy i kapitału), stałych zysków, które przynosi produkcja tych samych dóbr, w związku z czym poprzez mechanizm rynkowy czynniki produkcji „dążą” do lokalizacji, tam, gdzie osiągają najwyższą wydajność (użyteczność krańcową). W efekcie różnice regionalne występują do czasu wyrównania użyteczności krańcowej wszystkich czynników produkcji we wszystkich punktach przestrzeni²²⁸.

Do czynników tworzących bogactwo narodów A. Smith zaliczył ilość wydatkowanej pracy i jej wydajność w procesie wytwarzania²²⁹ oraz postęp techniczny²³⁰. To właśnie przez ostatni wymieniony czynnik widoczny jest tutaj wpływ kreatywności. Kreatywność jest kołem zamachowym postępu technicznego, w tym zmian technologii, a na obszarze zurbanizowanym powoduje zwiększenie liczby jego mieszkańców. Oddziałuje na zmianę proporcji czynników produkcji, co wpływa na ich użyteczność krańcową, istotną zwłaszcza w modelu pasywnej modernizacji terenów peryferyjnych.

Teoria korzyści komparatywnych²³¹ dopuszcza tylko mobilność towarów, a nie czynników produkcji. Teoria ta uzasadnia regionalną specjalizację produkcji jednego produktu i handel zagraniczny (międzyregionalny) takimi produktami. Pozwala to na poprawę dobrobytu wytwarzających je regionów. Kolejny klasyk ekonomii J.S. Mill zwraca uwagę na postęp technologiczny i ulepszenia, które mają zapobiegać wyczerpywaniu się zasobów. Postęp ten ma być czynnikiem ułatwiającym życie ludziom.

Przedsiębiorczość i technologia są wyznacznikami kreatywności. Stąd można stwierdzić, że J.S. Mill uważa, że zarówno postęp techniczny, jak i lepsze instytucje i przedsiębiorczość stanowią czynniki rozwoju, które pozwalają na większą akumulację kapitału dalej stosowanego produktywnie²³². Rolę postępu technicznego i innowacji dostrzegają w swoich wywodach również K. Marks²³³.

²²⁸ K. Stackelberg, U. Hahne, *Teoria rozwoju...*, op. cit., s. 55. Zob. J. Kronenberg, T. Bergier, *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Fundacja Sendzimira, Kraków 2010.

²²⁹ Zob. M. Noga, *Co decyduje o rozwoju gospodarczym? Wzrost gospodarczy a innowacje*, http://www.wctt.pl/site_media/uplad/downloads/d3pyb3N0LWc/wzrost-gospodarczy-a-innowacje.pdf, s. 5–13 (12.11.2014); W. Jarecki, *Prekursorzy myśli ekonomicznej w kwestii kształcenia i kwalifikacji*, w: *Zarządzanie kapitałem ludzkim w gospodarce*, red. D. Kopycińska, Wyd. US, Szczecin 2007, s. 19.

²³⁰ Zob. E. Wojnicka-Sycz, *Model terytorialnego biegunu wzrostu jako systemu czynników rozwojowych*, Wyd. UG, Gdańsk 2013, s. 42.

²³¹ Zob. A. Szewczuk, M. Kogut-Jaworska, M. Ziolo, *Rozwój lokalny...*, op. cit., s. 49–50.

²³² Por. B. Filipiak, M. Kogut, A. Szewczuk, M. Ziolo, *Rozwój lokalny i regionalny. Uwarunkowania, finanse, procedury*, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005, s. 50–51; E. Wojnicka-Sycz, *Model terytorialny...*, op. cit., s. 45.

²³³ Zob. M. Blaug, *Teoria ekonomii*, PWN, Warszawa 2000, s. 266–268.

Ekonomia neoklasyczna doprowadziła do ukształtowania się teoretycznych modeli wzrostu gospodarczego zwanych modelami wzrostu egzogenicznego. Badania procesów wzrostu gospodarczego prowadziły do modyfikacji tych modeli. Czynnikiem determinującym wzrost był postęp techniczny.

Rozwój teorii wzrostu doprowadził do sformułowania na początku XX w. przez szwedzkich ekonomistów E. Heckschera i B. Ohlina teorii proporcjonalności czynników produkcji, według której regiony zasobne w siłę roboczą powinny specjalizować się w produkcji dóbr pracochłonnych, zaś zasobne w kapitał – dóbr kapitałochłonnych. Produkcja ta wymaga dostępności know-how, zdolności podejmowania innowacji technicznych oraz odpowiednich kwalifikacji siły roboczej. Wraz ze wzrastającym stopniem przetwarzania dóbr proces produkcji ulega standaryzacji, a wysokie wymagania stawiane początkowo miejscu produkcji ulegają obniżeniu²³⁴. W teorii tej wyrażenie rozwoju poprzez innowacje wskazuje, że na początku drogi rozwojowej musiał być pomysł. Ten zaś jest elementem kreatywności.

Znacznie ważniejsze dla długookresowego wzrostu gospodarczego są innowacje, wiedza i postęp techniczny. Procesy wzrostu gospodarczego zaczynają się rozwijać przestrzennie, współzależnie i dążą do stanu równowagi.

Modele fazowe rozwoju regionalnego opierają się na założeniu, że na rozwój wpływają zmiany społeczne, polityczne i gospodarcze przebiegające fazami. Wyróżnione czasookresy są związane z wykorzystaniem innowacji. W tym przypadku element innowacji wiąże się z kreatywnością, a właściwie z „wynalazkiem”.

Twórcy i przedstawiciele teorii polaryzacji twierdzą z kolei, że istniejące stany nierównowagi cyklicznie napędzą skumulowany proces rozwoju, który może prowadzić do powstania jeszcze większych różnicowań, tj. polaryzacji. Zgodnie z koncepcją F. Perrouxa noszą one nazwy ośrodków (biegunów) czy centrów wzrostu, jednak to nie samo miejsce w przestrzeni odgrywa rolę tzw. jednostki napędowej, a zbiór przedsięwzięć o zróżnicowanym potencjale produkcyjnym. Wynika z tego, że rozwój ma charakter spolaryzowany, co sprawia, że uaktywniające się siły rozwojowe powodują koncentrację działalności gospodarczej i samego wzrostu.

Z tych teorii wynika konstatacja, że nie wszystkie produkty podlegają cyklowi produkcji. Są też w pewnym stopniu zaprzeczeniem kreatywności, wpisując zmianę produktu w cykl. Przedsiębiorstwa stosują więc element rutyny, który jednak jest łamany poprzez zastosowanie w cyklu produkcji innowacji. Występowanie innowacji wskazuje na kreatywność.

Rozwój może następować przez szereg inwestycji, dzięki którym będą produkowane dobra komplementarne. W jaki sposób określone strategie inwesty-

²³⁴ K. Stackelberg, U. Hahne, *Teoria rozwoju...*, *op. cit.*, s. 58.

cyjne mogą pokonać „błędne koło niedorozwoju” i możliwie szybko osiągnąć kolejne stadia rozwoju – to pytanie nurtujące twórców i zwolenników strategii rozwoju zrównoważonego. W opozycji do tej strategii stali zwolennicy strategii rozwoju niezrównoważonego, którzy twierdzili, że rozwój zrównoważony to stan niemożliwy do osiągnięcia. Główna przeszkoda rozwoju regionu to brak zdolności do podejmowania decyzji. Zdolność decyzyjna jest elementem kreatywności, podobnie jak zdolność do rozwiązywania problemów. Z decyzji wynika ryzyko uzyskania w późniejszym czasie efektów, mimo to system tworzy powiązania i dąży do rozwoju. Wskazywać to może na poszukiwanie dualnego rozwiązania problemu właściwego kreatywności²³⁵.

J.A. Schumpeter, jeden z twórców teorii polaryzacji sektorowej, skupia się na pobudzaniu innowacji mających „formę fali”, niosących za sobą rozwój gospodarczy. Są to innowacje bazowe pociągające za sobą szereg mniej lub bardziej znaczących innych innowacji. Postęp techniczny powoduje, że technologie, które się starzeją, są zastępowane przez nowe, a dzieje się to w procesie twórczej destrukcji. W tym ujęciu kreatywność występuje nie tylko w fazie pomysłu innowacji, ale jest również siłą wywołującą zmiany. J.A. Schumpeter był zafascynowany dynamiką gospodarki. Olbrzymie znacznie przypisywał przedsiębiorcy. To przedsiębiorca podejmował ryzyko i wprowadzał innowacje i technologie. J.A. Schumpeter oddzielał innowacje od inwencji. Inwencja może pochodzić z zewnątrz, np. z nauki, ale też przedsiębiorca może, lecz nie musi, być wynalazcą, choć będzie wdrażał wynalazki. Jednocześnie przedsiębiorca nie musi być właścicielem kapitału, który angażuje się w proces innowacyjny – instytucjonalna struktura kapitalizmu zapewnia dostępność finansowania dla osób, które chcą być przedsiębiorcami²³⁶.

Założenia te rozwinął F. Perroux w teorii biegunów wzrostu. Jest ona jedną z najbardziej rozpowszechnionych koncepcji wskazujących na koncentrację przestrzenną. Autor odnosi się do dominacji na rynku podmiotów gospodarczych, które są najbardziej rozwinięte. Najwyżej zaawansowane technologicznie podmioty, gałęzie przemysłu, silnie konkurencyjne na arenie międzynarodowej, lokują swoje działalności w regionach najbardziej rozwiniętych, miejscach stających się biegunami wzrostu. Zależności między jednostkami są określone za pomocą wzajemnych powiązań, co ma konsekwencje natury ekonomicznej i politycznej. Przepływ technologii powoduje jej rozprzestrzenianie się z miast na peryferie. Stanowi to o propagowaniu miejskiego stylu życia.

²³⁵ Zob. szerszy opis teorii rozwoju „od góry” – K. Stackelberg, U. Hahne, *Teoria rozwoju...*, *op. cit.*, s. 55–68, 68–85, zaś „od dołu” – *Region społeczno-ekonomiczny i rozwój regionalny*, red. J. Parysek, T. Strykiewicz, Bogucki, Poznań 2008, s. 85–106.

²³⁶ *Schumpeter Business Cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, McGraw-Hill Book Company, New York–Toronto–London 1939, s. 102, cyt. za: E. Wojnicka-Sycz, *Model terytorialny...*, *op. cit.*, s. 47.

G. Myrdal twierdził, że siły rynkowe mają tendencję do rozszerzania międzyregionalnych różnicowań w dochodach czynników, powodując, że regiony bogatsze stają się bogatsze, a biedne biedniejsze. Kapitał płynie do bogatszych regionów, gdzie występują korzyści zewnętrzne, powodując różnicowanie przychodów²³⁷. Występowanie innowacji i procesu zmian będzie wiązało się z kreatywnością.

W koncepcji biegunów wzrostu wyróżnia się efekt polaryzacji technologii i dochodów. Biegun stwarzał impulsy do rozwoju, kształtując tzw. osie rozwoju oparte na szlakach komunikacyjnych. Dało to możliwości rozwojowe ludziom dzięki przepływowi innowacji i technologii. Pozwalało wykorzystywać również czynnik różnorodności i kreatywności.

W teorii J.R. Lasuena uwaga zwrócona jest na dynamiczny, przestrzenny system biegunów wzrostu. Impulsem do rozwoju są innowacje ujęte procesowo. Upowszechnienie innowacji ma charakter dynamicznego procesu obejmującego fazy: inwencji/pomysłu, innowacji i dyfuzji, czyli upowszechniania. Nawiązanie do innowacji J.A. Schumpetera i wprowadzenie jej w wymiar dynamiki można połączyć z podejściem kreatywnym. Następuje wzrost aktywności ekonomicznej w przestrzeni gospodarczej i zmiany w strukturze produkcji dzięki temu, że innowacje determinują postęp techniczny. W koncepcjach biegunów wzrostu uwzględnia się znaczenie czasu, kosztów transportu, technologii, infrastruktury, stopień zurbanizowania przestrzeni, co wiąże się z adaptacją innowacji. Innowacje rozwijane w głównych gałęziach przemysłu pobudzają do rozwoju inne.

Połączenie miejsca z innowacją i fazami jej rozwoju jest elementem, w który implementuje się kreatywność. Poczawszy od pomysłu, poprzez stworzenie innowacji, a następnie jej „rozprzestrzenianie się”, ważny jest wybór, czy i kiedy adaptować innowację. W XXI w. wszystko, co nowe, a daje efekty, jest w sprzyjających warunkach szybko akceptowane przez klientów. Liczba użytkowników nowego dobra wskazuje na efekt dyfuzji innowacji.

Na stymulowanie rozwoju w ramach koncepcji centrum i peryferii wskazywali R. Prebisch i J. Friedman. Rozwój regionów jest oparty na elastycznym popycie i przechodzeniu z gospodarki o niższej efektywności do wyższej. Powoduje to usprawnienie produkcji, postęp techniczny, ale i wzrost dochodów z czynnika pracy i kapitału. Uwzględnienie w koncepcji J. Friedmana obok czynników ekonomicznych również tych socjologicznych, psychologicznych i politycznych następuje w związku z innowacjami. Za centra rozwoju uważa się obszary charakteryzujące się zagęszczeniem innowacji. Wszystkie pozostałe za-

²³⁷ E. Wojnicka-Sycz, *Model terytorialny...*, op. cit., s. 72, 75.

liczone są do peryferii. W centrum będą mieć znaczenie umiejętności, wiedza, kreatywność, które na obszarze peryferii nie występują²³⁸.

Również w tym ujęciu kreatywność występuje jako element poprzedzający innowacje. Dodatkowo element wpływu technologii poprzez ich rozprzestrzenianie wiąże się z wyborem. Wybór jest elementem podejmowania decyzji charakterystycznym dla procesu kreatywnego. Akceptacja innowacji przez społeczeństwo jest swoistym wyrazem tolerancji dla rozwoju.

Opozycją teoretyczną w stosunku do teorii rozwoju „od góry”, które opisywały świat zaczynający się w centrum aglomeracyjnym, czyli „zhierarchizowany”, stała się druga grupa teorii rozwoju regionalnego – rozwoju „od dołu”. W teoriach rozwoju od góry akcentowano rozwój inwestycji i innowacji w centrach. Wskazywano także na zacofanie w rozwoju peryferii. Przeciwnością tego były teorie wskazujące na rozwój od wewnątrz.

Fazy rozwoju od dołu są „metafizyczną” kontrolą postępu technicznego będącego reakcją społeczności i powiązań między człowiekiem a środowiskiem. Według W.B. Stöhra obecną fazę rozwoju od dołu cechuje: podkreślanie aktywności potencjału wewnątrzorganizacyjnego, powiązania gospodarcze o małym zasięgu przestrzennym, korzyści płynące z międzyregionalnej kooperacji osiąmane na gruncie zróżnicowanego podziału pracy oraz rosnące znaczenie wykształcenia²³⁹.

3.3.2. Znaczenie teorii wzrostu i rozwoju od dołu i mezoteorii

Punktem wyjścia rozwoju jest trwała stagnacja gospodarki i stan permanentnego kryzysu. Rozwój od dołu określany jest jako droga, na której ma zostać przezwyciężony światowy kryzys gospodarczy. Rozwój ten byłby alternatywą dla gospodarki światowej wobec niemożliwości określenia przez nią prawidłowych zasad alokacji i podziału dóbr. W teoriach „od dołu” przypisuje się podmiotowość regionowi i lokalnym jednostkom osadniczym, uznając je za punkt startowy do rozwoju.

Teoria potrzeb podstawowych powstała w latach 60. XX w. jako alternatywa dla istniejących koncepcji rozwoju, w równym stopniu akcentując rozwój gospodarczy i społeczny. Rozwój ma służyć redukcji biedy, bezrobocia i nierówności społecznych.

Taka orientacja na potrzeby wiąże się z pojęciem wyboru, podejmowaniem decyzji. Nawiązuje więc do poszukiwania rozwiązania w kreatywności, ale rów-

²³⁸ Por. T. Zarzycki, *Interdyscyplinarny model stosunków centro-peryferijnych. Propozycje teoretyczne*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2007, nr 1(27), s. 20–21.

²³⁹ K. Stackelberg, U. Hahne, *Teoria rozwoju...*, *op. cit.*, s. 88, opis teorii rozwoju „od dołu” – s. 85–106.

niez można odnaleźć jej silne związki ze współpracą. Wiąże się ona z partycypacją, która jest warunkiem zaspokajającym podstawowe potrzeby. Zbudowana hierarchia potrzeb podstawowych wraz z orientacją na grupy celowe, orientacją produkcyjną i partycypacją opiera się na zasadzie, że można własnymi siłami zaspokoić potrzeby w regionach peryferyjnych. Jest więc koncepcją przeciwną do teorii centrum–peryferie.

Teoria rozwoju autocentrycznego szczególnie nacisk kładzie na rozwój regionalnego rynku wewnętrznego. Celem ekonomii autocentrycznej jest zaspokojenie podstawowych potrzeb mieszkańców danego regionu, przy czym określenie treści tych potrzeb zależy od tego, co za potrzeby takie zostanie uznane²⁴⁰.

Rozwój tej teorii doprowadził do powstania w latach 80. teorii niezależnego rozwoju regionalnego. Koncepcje te są odpowiedzią na nieskuteczność polityki prowadzonej w grupie krajów rozwijających się, która miała zmusić ludność do „emigracji za pracą”. Zaczęto żądać większego zaangażowania środków publicznych w niwelowanie różnic potencjałów regionalnych.

Ostatnia z grupy teorii potrzeb podstawowych to teoria rozwoju i wykorzystania potencjału endogenicznego. Potencjał ten rozumiany jest jako możliwe do ujawnienia, dodatkowe elementy rozwojowe regionu. Tkwią one w czynnikach produkcji, potencjale inwestycyjnym obszarów peryferyjnych, obiegu wewnątrzregionalnym i innowacyjności środowiska regionalnego. Część tych zasobów nie jest wykorzystywana. Klasyczny katalog czynników produkcji powinien ujmować również infrastrukturę, przestrzeń, popyt, czynniki kulturowe i decyzyjne. Ujmuje się w potencjale także szeroko pojęte możliwości innowacyjne, zwracając uwagę na ich rolę oraz bariery występujące w regionach peryferyjnych.

Stąd zwraca się uwagę na rozwój innowacji szczególnie w środowisku lokalnym i regionalnym. Ze względu na zróżnicowanie innowacji ujmuje się je w wymiarze socjo-ekonomicznym. Zaś innowacyjna siła regionu zależy od środowiska, jakie występuje w regionie lub na poziomie lokalnym, co wiąże innowacje z teorią lokalizacji.

W dalszym ciągu miejsce wyznacza w teorii rozwoju punkt odniesienia. Stąd skupiska przedsiębiorstw, instytucji funkcjonujących w oparciu o prawa ekonomii, ale zróżnicowanie przestrzenne podległe różnym czynnikom poddawany analizie geograficznej.

Przedmiotem badania są szczególnie aglomeracje i handel. Preferowane są regiony posiadające większy dostęp do przestrzeni. Znaczenie ośrodka miejskiego jest szczególne. Wynika ono z „zagęszczenia” potrzeb i inicjatywy reagowa-

²⁴⁰ Por. A. Gałązka, *Czynniki rozwoju w wybranych teoriach rozwoju regionalnego*, w: *Gospodarka regionalna i lokalna...*, op. cit., s. 41–42.

nia na problemy w nowy sposób²⁴¹. Firmy poszukują optymalnej lokalizacji, biorąc pod uwagę rozkład popytu i koszty transportu, stąd w miarę ewolucji gospodarki będą się przemieszczać w kierunku bardziej pożądanym lokalizacji.

Obecnie wielu autorów wskazuje na rozwój aglomeracji. Zaznacza się również ich ponadregionalne oddziaływanie w przypadku przekształcenia w metropolie. O dynamice i rozwoju miast decyduje umiejętność kreowania ich profilu gospodarczego i rozwój wiedzy. Dominacja przemysłu w regionie wiąże się z potrzebą posiadania kadry. Powstają także sieci współpracy pomiędzy jednostkami gospodarczymi i ludźmi. Na tym tle można objaśnić społeczne i polityczne zachowania podmiotów gospodarczych oraz ludzi²⁴².

Rozwój od góry to proces zaczynający się w centrach aglomeracyjnych, który ma się rozszerzać poprzez centra regionalne na peryferie. Jednak empiryczne obserwacje nie potwierdzają w pełni tego kierunku zmian.

Wśród teorii wyjaśniających mechanizmy rozwoju regionalnego (i lokalnego) wyraźnie wyodrębniła się grupa teorii wskazujących na rolę przedmiotowego obszaru w kreowaniu mechanizmów rozwojowych (tzn. teorie rozwoju od dołu). Grupa teorii rozwoju regionalnego od dołu jest wewnętrznie bardzo zróżnicowana. Można wyróżnić grupę teorii „miękkich”, które można by określić mianem mezoteorii rozwoju regionalnego. Ta grupa traktuje region jako kreatora własnego rozwoju, ale czyni to w kontekście nie tylko współpracy, ale i zależności od bliskiego, a także dalszego otoczenia. Przedstawione poniżej koncepcje są uznawane za element teorii instytucjonalnych rozwoju regionalnego. Przywiązuje się w nich wielką wagę do zjawisk społecznych, kulturowych jako czynników wzrostu gospodarczego. W teoriach tych wyraźnie jest zaznaczona rola swoistej samowiedzy regionu, która jest podstawą formułowania częściowo „autonomicznych” priorytetów rozwoju. Te mezoteorie odwołują się do (jak się wydaje) współcześnie najistotniejszego czynnika rozwoju regionalnego i lokalnego, jakim jest dominująca rola w rozwoju gospodarczym szeroko pojmowanej innowacyjności. W zmianach technologicznych, technicznych, organizacyjnych itp. upatruje się źródła poprawy wydajności gospodarczej, przewag konkurencyjnych na rynkach zewnętrznych oraz modernizacji struktury gospodarczej w regionach. Najważniejszym elementem gospodarki regionalnej w tym ujęciu jest szeroko rozumiana wiedza oraz rozwój technologiczny i organizacyjny²⁴³.

Do grupy tej zalicza się koncepcje: regionu uczącego się, elastycznej produkcji, dystryktu przemysłowego oraz kompleksowego podejścia do rozwoju regionalnego.

²⁴¹ Zob. G. Gorzelak, M. Smętowski, *Metropolia i jej region*, Scholar, Warszawa 2005, s. 13–16.

²⁴² *Gospodarka regionalna i lokalna...*, op. cit., s. 82–85.

²⁴³ A. Gałązka, *Czynniki rozwoju...*, op. cit., s. 28.

Teoria uczącego się regionu²⁴⁴ związana jest z badaniami P.A. Samuelsona i W.D. Nordhousa, którzy uznali innowacyjność technologiczną za dominujący czynnik rozwoju gospodarczego. Na tej podstawie R. Florida dla regionu, dla którego głównym motorem rozwoju jest „nieustanna innowacja i umiejętność adaptacji do zmieniających się uwarunkowań rynkowych”²⁴⁵, zaproponował pojęcie „uczącego się regionu”. Przyjmuje się, że ta teoria łączy w sobie również inne teorie, takie jak: endogenicznego wzrostu, innowacji, instytucji czy sieci powiązań. W procesie uczenia się biorą udział różni uczestnicy rozwoju regionalnego: przedsiębiorstwa, administracja publiczna, uczelnie, instytuty badawcze, organizacje społeczne itp. Uczenie się polega na wzajemnym oddziaływaniu i współpracy tych podmiotów poprzez stwarzanie warunków sprzyjających rozwojowi wiedzy i innowacji. Polityka regionalna władz publicznych natomiast ma w tym pomagać, stymulując czynniki kształtujące innowacyjność i adaptację rynków. Stawia się więc na rozwój nauki i badań, doskonalenie kadr i zasilanie przedsiębiorstw w nowoczesną technologię²⁴⁶.

Koncepcja regionów uczących się R. Floridy opiera się na przekonaniu, że dla konkurencyjności terytorium kluczowe znaczenie ma umiejętność tworzenia specyficznych i strategicznych zasobów²⁴⁷. Za takie zasoby uznaje się tutaj przede wszystkim umiejętności i wiedzę. R. Florida uważa, że region staje się kluczowym graczem w globalnej ekonomii oraz w samym procesie tworzenia wiedzy. W procesie transformacji regionalizm i lokalizm stają się jego częścią. Konkurencja nie zachodzi na polu czynników naturalnych, ale odnosi się do konkurencji „pomysłami” powiązanych z innowacjami, co sprawia, że region, tak jak przedsiębiorstwo oparte na wiedzy, powinien dążyć do tworzenia nowych pomysłów, wytwarzania wiedzy i uczenia się. Wykorzystanie zasady tworzenia wiedzy i ciągłego uczenia się prowadzi do powstania regionu uczącego się.

Procesy uczenia się są podstawą środowiska innowacyjnego. Środowisko uczenia się można zdefiniować poprzez takie cechy, jak: pozytywne nastawienie do wiedzy, zaufanie do jednostek edukacyjnych, zachęcenie do inwestowania

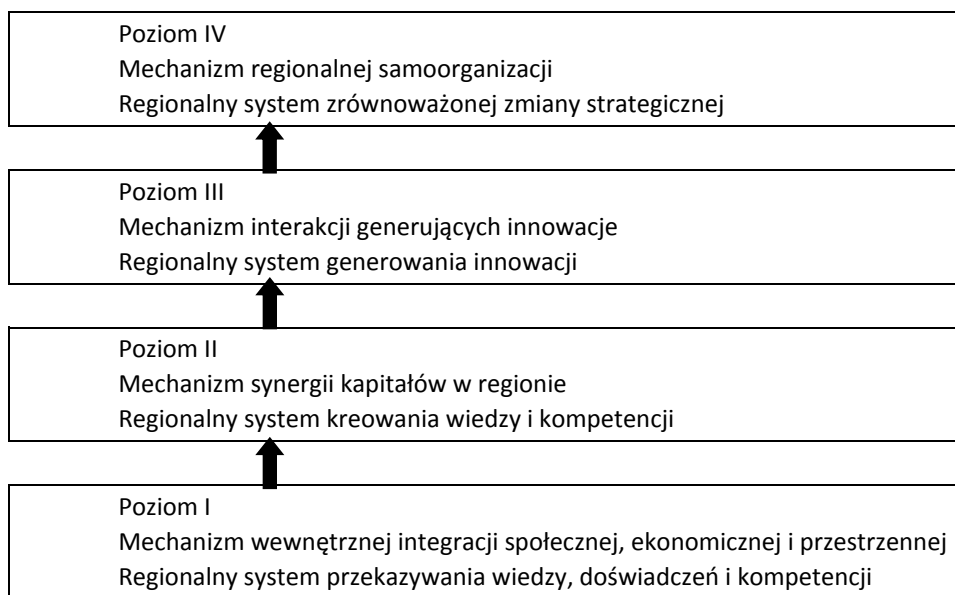
²⁴⁴ Na temat regionu uczącego się pisali: A. Gust, *Zrównoważony rozwój w polityce regionalnej – strategia rozwoju kraju 2020 a strategia rozwoju województwa łódzkiego*, „Handel Wewnętrzny” 2013, nr 6, t. I: *Trendy, wyzwania i dylematy zrównoważonego rozwoju*, s. 149–160; K. Malik, K. Bedunka, *Specjalizacje inteligentne w równoważeniu rozwoju regionu*, „Handel Wewnętrzny” 2013, nr 6, t. I: *Trendy, wyzwania i dylematy zrównoważonego rozwoju*, s. 103–115; B. Skubik, *Rola partnerstwa i współpracy w realizacji zrównoważonego rozwoju na obszarach wiejskich*, „Handel Wewnętrzny” 2013, nr 6, t. I: *Trendy, wyzwania i dylematy zrównoważonego rozwoju*, s. 236–245.

²⁴⁵ *Gospodarka regionalna i lokalna...*, op. cit., s. 85–88.

²⁴⁶ *Ibidem*.

²⁴⁷ A. Jewtuchowicz, *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wyd. UŁ, Łódź 2005, s. 132–138.

w rozwój personalny, usprawnianie dobrych praktyk, propagowanie nowych wartości itp. Ma to odzwierciedlenie w wielopoziomowym uczeniu się regionu (rysunek 10)²⁴⁸. Na poziomie II znajduje się element związany z kreatywnością, dotyczący rozwijania wiedzy i kompetencji.



Rysunek 10. Wielopoziomowe uczenie się regionu

Źródło: A. Klasik, F. Kuźnik, *Regiony uczące się w teorii i polityce rozwoju regionalnego*, w: *Region w gospodarce opartej na wiedzy*, red. A. Jewtuchowicz, Wyd. UŁ, Łódź 2007, s. 15.

W rozwoju według tej koncepcji zwraca się uwagę na podmioty biorące udział w procesie uczenia się. Rozszerzanie wiedzy powinno dotyczyć wielu przedsiębiorstw i opierać się na zasobach kreowanych w regionie (tabela 9).

Tabela 9. Region produkcji masowej a region uczący się

Charakterystyka	Region produkcji masowej	Region uczący się
1	2	3
Baza konkurencyjności	Przewaga komparatywna oparta na zasobach naturalnych i pracy fizycznej	Zrównoważona przewaga oparta na tworzeniu wiedzy i permanentnym doskonaleniu

²⁴⁸ A. Klasik, F. Kuźnik, *Regiony uczące się w teorii i polityce rozwoju regionalnego*, w: *Region w gospodarce opartej na wiedzy*, red. A. Jewtuchowicz, Wyd. UŁ, Łódź 2007, s. 14.

1	2	3
System produkcyjny	Źródłem wartości jest praca fizyczna Oddzielnie innowacji od produkcji	Produkcja oparta na wiedzy: – źródłem wartości jest wiedza – synteza produkcji i innowacji
Infrastruktura przemysłowa	Tradycyjne powiązania pomiędzy producentami i dostawcami	Sieci firm i łańcuchy dostaw jako źródło innowacji
Zasoby ludzkie	Słabo wykwalifikowana i tania siła robocza	Pracownicy wykwalifikowani, ciągle podnoszący swoje kwalifikacje
Infrastruktura fizyczna i komunikacja	Zorientowana na potrzeby własne i skalę krajową	Zorientowana na potrzeby globalne i wspierana przez środki elektronicznej wymiany danych
System regulacji przemysłowej	Relacje oparte na czystej konkurencji, hierarchii i kontroli	Relacje oparte na wzajemnych zależnościach, sieci, regulacja elastyczna

Źródło: R. Florida, *Towards the Learning Region*, „Future” 1995, vol. 27, no. 5, s. 533; A. Nowakowska, Z. Przygodzki, M.E. Sokołowicz, *Region w gospodarce opartej na wiedzy. Kapitał ludzki – innowacje – korporacje transnarodowe*, Difin, Warszawa 2011.

Z punktu widzenia rozwoju kapitału kreatywnego istotna jest koncepcja systemu innowacyjnego związana z rozwojem endogenicznym i charakteryzowaną wcześniej teorią J.A. Schumpetera. W tym nurcie wielu ekonomistów uważa, że powinny być rozwijane regionalne sieci innowacji.

J.A. Schumpeter był jednym z pierwszych zajmujących się innowacyjnością. Uważał, że działania przedsiębiorców wybijają gospodarkę z równowagi²⁴⁹. Wyraźne wskazanie na przypadek indywidualny dotyczy rozwiązywania problemu, który jest częścią kreatywności.

Rozwój wywołany jest naruszeniem równowagi, z tym że nie zależy on tylko od warunków ekonomicznych. Wskazanie na „to, że każdy sektor życia społecznego jest jak gdyby zamieszkały przez odrębną grupę ludzi”, jest ukazaniem elementu różnorodności w funkcjonowaniu gospodarki, historii i społeczeństwa, a jest to jednocześnie cecha ludzi kreatywnych. Potwierdza to zapis: „sektor ekonomiczny z kolei może być ujmowany z nieskończenie różnorodnych punktów widzenia, które można uszeregować, np. zależnie od ich zakresu lub też zależnie od stopnia implikowania przez nie uogólnień”²⁵⁰.

Z innowacjami łączy się pojęcie środowiska innowacyjnego lub środowiska kreatywnego (ang. *creative milieu*). Lokalne środowisko innowacyjne to sieć podmiotów, które mogą przyjąć formę regionalnego systemu innowacji. Cechą

²⁴⁹ J. Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego...*, op. cit., s. 91, 102.

²⁵⁰ *Ibidem*, s. 92.

charakterystyczną jest współpraca regionalna (lub lokalna) oraz jednoczesna kooperacja i powiązania z podmiotami działającymi w skali globalnej. D. Maillat omawia trzy podstawowe metody badania środowiska, które jest źródłem innowacji. Są to:

- podejście mikroanalityczne,
- podejście z punktu widzenia roli poznawczej, jaką odgrywa dane środowisko,
- podejście organizacyjne²⁵¹.

W opinii A. Jewtuchowicz terytorium uznawane jest za aktywny podmiot posiadający własną logikę organizacyjną, której efektywność może pobudzać lub ograniczać rozwój podmiotów w nim funkcjonujących²⁵². Oznacza to zwrócenie uwagi na przestrzeń, której owocem są procesy innowacyjne²⁵³.

Jednostki administracyjne powinny wspierać powstające sieci współpracy, stymulować badania naukowe prowadzone przez instytucje badawcze i przedsiębiorstwa. W polityce rozwoju lokalnego powinny być uwzględnione warunki dla innowacyjnego rozwoju przedsiębiorstw. Działania na rzecz rozwoju przedsiębiorczości²⁵⁴ i innowacyjności powinny podejmować tworzone instytucje pośredniczące, regionalne centra innowacyjności i parki naukowe.

Rozwój jest zróżnicowany przestrzennie – taką koncepcję sformułował M. Castells w teorii sieci. Również on wskazywał na rozwój metropolii i technopolii.

²⁵¹ S. Korenik, A. Zakrzewska-Półtorak, *Teorie rozwoju regionalnego – ujęcie dynamiczne*, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2011, s. 66–67.

²⁵² A. Jewtuchowicz, *Terytorium i współczesne...*, *op. cit.*, s. 69–71; A. Klasik, F. Kuźnik, *Regiony uczące się...*, *op. cit.*, s. 9.

²⁵³ Por. A. Nowakowska, *Regionalny kontekst procesów innowacyjnych*, w: *Budowanie zdolności innowacyjnych regionów*, Biblioteka, Łódź 2009, s. 39.

²⁵⁴ Przykładowe publikacje dotyczące rozwoju przedsiębiorczości w układzie lokalnym: J. Majewska, *Wyzwalanie ducha przedsiębiorczości w środowisku społecznym gminy dla rozwoju lokalnego*, w: *Rola przedsiębiorczości w podnoszeniu konkurencyjności społeczeństwa i gospodarki*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2006, nr 2, s. 91–101; Z. Ziolo, *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej. Zarys modelu*, w: *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej*, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2007, nr 3, s. 10–18, zaś na temat innowacji, przedsiębiorczości w wymiarze regionalnym można przeczytać m.in. w: *Budowanie zdolności innowacyjnej regionów*, red. A. Nowakowska, Wyd. UŁ, Łódź 2009; A. Dzun, *Rozwój społeczności lokalnych jako czynnik konkurencyjności regionów*, w: *Ekonomia społeczna dla rozwoju społeczności lokalnych*, red. A. Ejsmont, J. Ruszewski, Pryzmat, Suwałki 2013, s. 9–29; R. Brol, *Innowacyjność lokalnych jednostek terytorialnych*, w: *Gospodarka lokalna i regionalna w teorii i praktyce*, red. R. Brol, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2009, s. 52–62; S. Korenik, *Innowacja jako podstawa rozwoju lokalnego – próba syntezy doświadczeń z budowy strategii innowacji dla wybranych gmin i powiatów województwa dolnośląskiego*, w: *Miejsce innowacji w współczesnych koncepcjach rozwoju regionalnego. Teoria i praktyka*, red. M. Zalewska, „Dolnośląskie Centrum Studiów Regionalnych. Prace Naukowe. Seria Konferenacje” 2007, nr 7, s. 7–13; R. Górniak, *Kreatywność władz samorządowych w kształtowaniu polityki inwestycyjnej np. powiatu przasnyskiego*, w: *Gospodarka lokalna i regionalna w teorii i praktyce*, red. R. Brol, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2009, s. 348–357.

Dominacja potencjału ekonomicznego, finansowego i innowacyjnego wiązała się z tworzeniem ośrodków kultury, polityki. Rozwijała się wynalazczość, nowe technologie i innowacje. Społeczeństwo stało się społeczeństwem sieciowym, w którym dominują elity społeczne, swoboda przemieszczania, komunikacji. W teorii sieci M. Castellsa można bez wątplenia odnotować wpływ czynników technologicznych, wykorzystanie technologii i rolę miejsca. Potencjał innowacyjny czyni gospodarke nowoczesną, zaś sieć dynamizuje przepływ informacji, kapitałów, towarów.

Na uwagę zasługuje także grupa teorii dotycząca dystryktów przemysłowych czy klastrów. Uwzględnienie w ich rozwoju założeń socjologicznych i antropologicznych powoduje, że dystrykty opierają swoją działalność na obowiązujących wartościach społecznych, tworząc sieć współpracy²⁵⁵.

Teorie z końca XX w., rozwijane w wieku XXI, opierają się w znacznym stopniu na sieciach powiązań między różnego typu podmiotami oraz na korzyściach wynikających z kooperacji, w tym – z efektów synergii, które pojawiają się np. w układach sieciowych. Uwzględnia się w nich zderzenia procesów konkurencji i współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami. Obok koncentracji opartej na korzyściach płynących z wykorzystania zasobów endogenicznych i ich specyfiki analizie poddawane jest oddziaływanie wielu czynników zewnętrznych. Nowe znaczenie nadaje się wiedzy i informacji jako istotnym aktywom umożliwiającym funkcjonowanie i konkurowanie w gospodarce.

Dużą wagę przywiązuje się do rozwoju gospodarki opartej na wiedzy, gospodarki uczącej się oraz gospodarki kreatywnej. Gospodarka oparta na wiedzy jako podstawowy czynnik wykorzystuje przede wszystkim wiedzę i informację, gospodarka kreatywna²⁵⁶ opiera się na kreatywności i wyobraźni, ponieważ w tej pierwszej ograniczenia dostępu wynikają z asymetrii i hermetyczności pewnych środowisk, w tej drugiej – są efektem barier w kapitale ludzkim, przyzwyczajień oraz barier w systemie edukacji. Ważny jest także nurt związany z rozwojem metropolii i obszarów metropolitalnych. Dotyczy to m.in. problematyki koncentracji ludności i działalności różnego typu, w tym gospodarczej, na tych obszarach oraz rozwoju gospodarki hiperindustrialnej. Tym samym podważa się tezy dotyczące rozwoju postindustrialnego. Podkreśla się znaczenie efektywności wynikającej z kooperacji i unikalnych wzajemnych powiązań, prowadzącej do wzrostu efektu synergii (tzw. paradygmat efektywności)²⁵⁷.

²⁵⁵ Zob. T. Grosse, *Przegląd koncepcji...*, *op. cit.*, s. 31–33.

²⁵⁶ Zob. M. Gorynia, T. Kowalski, *Nauki ekonomiczne i ich klasyfikacja a wyzwania współczesnej gospodarki*, „*Ekonomista*” 2013, nr 4, s. 457–474.

²⁵⁷ W celu tworzenia warunków do rozwoju gospodarki opartej na wiedzy kluczowym wyznacznikiem polityki rozwoju regionalnego jest orientacja na rozwój kapitału ludzkiego, innowacyjności i przedsiębiorczości. Zob. D. Hübner, *Rola samorządów w polityce regionalnej*, „*Mazowieckie Studia Regionalne*” 2009, nr 2, s. 11–31.

Reasumując, w kontekście współczesnych badań regionalnych i lokalnych należy zwrócić uwagę na podział teorii według rodzaju i jakości zasobów odgrywających kluczową rolę w rozwoju. W podziale takim należałoby wyodrębnić: teorie klasyczne, teorie rozwoju spolaryzowanego w oparciu o zasoby tradycyjne, teorie rozwoju endogenicznego, teorie biegunów wzrostu i aglomeracji nawiązujące do zasobów nowoczesnych, z naciskiem na znaczenie jakości tych zasobów, oraz teorię rozwoju neoendogenicznego i koncepcje pokrewne, uwzględniające w pierwszej kolejności kombinacje zasobów o znaczeniu jakościowym. Odrębną, kształtującą się współcześnie grupę stanowią koncepcje oparte na „uczeniu się” regionów, wiedzy i kreatywności gospodarek²⁵⁸. Znajduje to przełożenie we wzroście regionu, który jest uzależniony od innowacyjności systemu gospodarczego. W nowych teoriach zauważa się też wpływ postępu technicznego na wzrost gospodarczy (tabela 10).

Tabela 10. Czynniki wyróżnione w teoriach wzrostu i rozwoju gospodarczego

Klasyczne teorie rozwoju	samoregulacja rynkowa, praca, wydajność pracy, podział pracy, instytucje chroniące konkurencję, pokój, akumulacja kapitału, dostępność zasobów naturalnych, położenie geograficzne, korzyści z handlu zagranicznego, korzyści z aglomeracji
Neoklasyczne teorie wzrostu gospodarczego i regionalnego	egzogeniczny postęp techniczny, konwergencja, mobilność czynników wytwórczych, akumulacja kapitału, przedsiębiorczość, samoregulacja rynkowa
Post- i keynesowskie teorie wzrostu gospodarczego i regionalnego	inwestycje, eksport, efekty mnożnikowe, interwencjonizm
Pozostałe teorie rozwoju regionalnego i zrównoważonego	eko-innowacje, środowisko naturalne, tworzenie warunków dla przyjmowania sektorów w fazie dojrzewania lub dla lokalizacji działalności innowacyjnej, koszty pracy
Teorie endogeniczne i oparte na innowacjach wzrostu gospodarczego i regionalnego, teoria Schumpetera	innowacje, prace B+R w firmach, inwestycje w kapitał wiedzy, lokalne zasoby, kapitał ludzki, uczenie się, infrastruktura pro-innowacyjna, sieci innowacyjne, sieci społeczne, korzyści z aglomeracji, klastry, kreatywność, przedsiębiorczość, dyfuzja wiedzy
Teorie rozwoju regionalnego niezrównoważonego i teorie lokalizacji	korzyści z aglomeracji, korzyści zewnętrzne, innowacje, sektory napędowe, nierównowaga, hierarchia miast, polityka wspierająca efekty rozprzestrzeniania, bieguny wzrostu, potencjał rynkowy, koszty wymiany
Pozostałe teorie rozwoju gospodarczego	modernizacja, uzależnienie się od państw rdzenia, sektory napędowe, innowacje, uprzemysłowienie, instytucje formalne i nieformalne

Źródło: E. Wojnicka-Sycz, *Model terytorialnego biegunu wzrostu jako systemu czynników rozwojowych*, Wyd. UG, Gdańsk 2013, s. 96.

²⁵⁸ J. Chądzyński, A. Nowakowska, Z. Przygodzki, *Region i jego rozwój...*, op. cit., s. 30.

E. Wojnicka-Sycz grupuje czynniki rozwoju, odnosząc je do poziomu systemu gospodarczego. Są to determinanty na poziomie osób, firm. Zalicza do nich talent, innowacyjność, kreatywność, przedsiębiorczość, oczekiwania, gusty, skłonność do konsumpcji, kapitał ludzki, wiedzę i inne²⁵⁹.

W zaprezentowanych teoriach jako podstawowy „kapitał” występuje człowiek. To najczęściej człowiek podejmuje decyzję o lokalizacji swojej działalności. Podejmowanie decyzji wiąże się z wyborem alternatywy rozwiązania problemu. Jest to element związany z kreatywnością. Podobny związek można wskazać w przypadku postępu technicznego i innowacyjności. Bardzo często wyróżnia się kreatywność jako element towarzyszący rozwojowi z tego prostego względu, że wszędzie w rozwoju bierze udział człowiek.

W świetle powyższej analizy autorka przychyliła się do teorii preferujących rolę innowacji i wiedzy w regionie. Pewne jest, że w założeniach tych teorii bierze udział kapitał kreatywny.

Na podstawie wyników analizy teorii rozwoju można sformułować kilka cennych wniosków. W sferze gospodarczej rozwój polega na rozwijaniu indywidualnej przedsiębiorczości przy wykorzystaniu miejscowych zasobów: surowców, siły roboczej, kapitału. Dla rozwoju gospodarki lokalnej niezbędne są więc rozwinięte struktury demograficzne, społeczne, fizyczne, instytucjonalne i informacyjne, które rozwój ten będą kreować, wspierać i realizować oraz nim sterować.

Na płaszczyźnie politycznej terytorium rozwija się wówczas, gdy społeczność lokalna korzysta ze znacznej autonomii w zakresie alokacji zasobów i możliwości podejmowania decyzji o własnych sprawach w sposób demokratyczny i samorządny. Na płaszczyźnie społecznej rozwój lokalny polega na: możliwości artykułowania interesów grupowych, powstawaniu zrzeszeń oraz przejściu odpowiedzialności za sferę codziennego życia i jego obsługi w dziedzinie oświaty, kultury, służby zdrowia i opieki społecznej. W kontekście kultury rozwój lokalny wymaga stworzenia możliwości korzystania z własnych kanałów komunikacji społecznej, a zatem niezależnych od państwa instytucji i środków masowego przekazu, tj. lokalnej prasy, rozgłośni radiowej, telewizji kablowej i innych²⁶⁰.

W każdym z analizowanych aspektów rozwoju lokalnego ważna jest kreatywność ludzi, którzy chcą działać na rzecz swoich lokalnych ojczyzn. Powiązanie z kapitałem kreatywnym można odnieść do nowych warunków, które ludzie wykorzystują, by prowadzić działalność gospodarczą.

Wśród teorii wyjaśniających mechanizmy rozwoju regionalnego i lokalnego wyodrębniła się grupa teorii wskazujących na wzrost z wykorzystaniem czynników zewnętrznych lub wewnętrznych. Każda z teorii ma swoją wartość, nato-

²⁵⁹ Por. E. Wojnicka-Sycz, *Model terytorialny...*, op. cit., s. 102–105.

²⁶⁰ K. Pająk, *Samorząd terytorialny a rozwój lokalny w Polsce w procesie transformacji*, Holding Edukacyjny P. Pietrzyk, Wrocław 2001, s. 46–47.

miast zaznacza się rola teorii opartych na swoistej „samowiedzy” regionu, z czego wynikają „autonomiczne” priorytety rozwoju. Wymienione w nich czynniki łączą się z kreatywnością (tabela 11).

Tabela 11. Wybrane czynniki związane z kreatywnością

Czynniki rozwoju lokalnego	Związek z kreatywnością
Lokalizacja, przestrzeń ²⁶¹	związek w aspekcie wyboru, podejmowania decyzji, rozwiązywania problemu decyzyjnego
Koszt transportu ²⁶²	poszukiwanie, kreowanie takich rozwiązań, które obniżą koszty
Technologia ²⁶³	pomysł nowego rozwiązania stanowi domenę kreatywności
Innowacja ²⁶⁴	jest materialnym wyrazem kreatywności, innowacji zawsze towarzyszy kreatywność
Kultura ²⁶⁵	kreatywność czerpie z dorobku kultury i jednocześnie jest podstawowym elementem kultury

²⁶¹ Zob. W. Nogaj, *Globalizacja a lokalizacja działalności gospodarczej*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2011, nr 7, s. 146–158.

²⁶² Zob. T. Kamińska, *Koszty i korzyści zewnętrzne transportu cz. 1*, „Przegląd Komunikacyjny” 1998, nr 7, s. 10–16; *eadem*, *Koszty i korzyści zewnętrzne transportu cz. 2*, „Przegląd Komunikacyjny” 1998, nr 8/9, s. 15–22.

²⁶³ Technologia powinna być analizowana przez pryzmat czynnika ekonomicznego w myśl racjonalności gospodarowania na poziomie gminy (por. np. J. Szacki, *Historia myśli socjologicznej*, PWN, Warszawa 2006, s. 314), jednak z uwzględnieniem również tolerancji, talentu i współpracy. Ujęcie technologii wiąże się z racjonalnością jej pozyskania opartą na decyzji gospodarczej, najczęściej przedsiębiorcy. Technologia w ludzkiej percepcji, a także i w rzeczywistości, jest źródłem siły, wiedzy i nowych możliwości – por. M. Muraszkiwicz, *Technologia a przemysł kultury*, w: *Kultura i przemysł kultury szansą rozwojową dla Polski*, red. J. Szomburg, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2002, s. 52. W skali lokalnej technologia nie będzie jedynym kryterium rozwoju kapitału kreatywnego. Stąd racjonalność wyboru zmiennych opisujących poszczególne kryteria nie zawsze musi być najlepszym rozwiązaniem w stosunku do pozostałych kryteriów. Nie oznacza to także dominacji jakiegokolwiek klasy społecznej, przy czym wyrażenie „klasa społeczna” zostało użyte celem ukazania, że autorka nie wskazuje ani nie predestynuje znaczenia żadnej grupy zawodowej na poziomie lokalnym – ani technokratycznej, ani kreatywnej. Wyróżnienie technologii, talentu i tolerancji wiąże się z poszukiwaniem ich miejsca w rozwoju, życiu ludzi, organizacji. Od lat technologia towarzyszyła człowiekowi, czyniąc jego życie łatwiejszym. Nowe wynalazki były i są wciąż dostosowywane do potrzeb ludzi. Jednocześnie technologia wspomaga zmysły. Zob. *Natura, człowiek, technologia*, red. K. Potyrała, A. Kornaś, Wyd. UP, Kraków 2013, s. 5; K. Klincewicz, A. Manikowski, *Ocena, rankingowanie i selekcja technologii*, Wyd. UW, Warszawa 2013, s. 21.

²⁶⁴ Zob. P. Wiczorek, *Nowy paradygmat rozwoju gospodarczego Polski – wiedza, innowacje, konkurencyjność*, „Kontrola Państwowa” 2016, nr 61, s. 120–146; L. Żabiński, *Innowacyjne produkty systemowe i ich konsumpcja. Uwarunkowania, mechanizmy rozwoju*, „Konsumpcja i Rozwój” 2013, nr 1, s. 3–20.

²⁶⁵ Kapitał kreatywny jest powiązany z szeroko pojętą kulturą, którą można uznać za jego determinantę. Wpływa na postawy i zachowania lokalnych społeczności, kształtuje „atrakcyjność”

Kapitał ludzki	kreatywność jest cechą przypisaną temu kapitałowi, człowiek jest nośnikiem kreatywności
Kapitał społeczny	wpływa na budowanie sieci relacji oddziałujących na kreatywność
Współpraca ²⁶⁶	propagowanie efektów kreatywności wymaga współpracy z innymi ludźmi, poszukiwania wspólnie rozwiązań
Edukacja ²⁶⁷	w procesie edukacji można nauczyć się kreatywności
Talent ²⁶⁸	pozwala na rozwijanie kompetencji
Wiedza	kreatywność, kreatywna ciekawość jest podstawą tworzenia nowej wiedzy
Przedsiębiorczość	kreatywny jest przedsiębiorca zakładający nową firmę – ma pomysł na działalność, następnie wykorzystuje kreatywność w procesie podejmowania decyzji – dokonywania wyborów, rozwiązywania problemów; w opisach przedsiębiorcy kreatywność wymieniana jest jako jego cecha konieczna (atrybut)

lokalnego terytorium. Zmienia się postrzeganie kultury z traktowania jej jako „stygmata, elementu wykluczenia, zaściankowości zwłaszcza w przestrzeni lokalnej”. Zob. Z. Rykiel, *Globalność a lokalność*, w: *Społeczności lokalne. Teraźniejszość i przeszłość*, red. B. Jałowicki, B. Łukawski, Scholar–Academia, Warszawa 2006, s. 57–66. Warto przytoczyć w tym miejscu określenie R. Towse (*Ekonomia kultury. Kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011, s. 127), że „źródłem kultury jest kreatywność” ukazująca artystów, twórców jako producentów, co przybliża kulturę do ujęcia ekonomicznego. Interesujące spojrzenie prezentujące swoiste „uwikłanie” tematyki kultury w działalność gospodarczą zawiera pozycja R. Wilk, L. Cliggett, *Ekonomie i kultury. Podstawy antropologii ekonomicznej*, Wyd. UJ, Kraków 2011. Warto polecić również: A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Universitas, Kraków 2005, s. 263–284, cyt. za: *Rozwój w dobie globalizacji*, red. A. Bąkiewicz, U. Zuławska, PWE, Warszawa 2010, s. 602–603; *Raport OECD Culture and Local Development*, OECD Publishing, 2005, <http://www.oecd.org/leed-forum/publications/Culture%20and%20Local%20Development.pdf> (8.12.2014); *Kulturowe aspekty transformacji ekonomicznej*, red. J. Kochanowicz, S. Mandesa, M. Marody, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2007, s. 19–20.

²⁶⁶ Zob. K. Szara, *Kinds and Character of Joint-action in an Organisation Within a Region*, w: *Determinants and Sources of Development of Enterprises in the Region*, red. R. Fedan, K. Szara, Wyd. UR, Rzeszów 2013, s. 247–258.

²⁶⁷ Zob. G. Ward, *Współczesna edukacja*, „Personel i Zarządzanie” 2009, nr 8, s. 52–57.

²⁶⁸ Talent w indeksie Florydy mierzony jest m.in. liczebnością klasy kreatywnej, udziałem osób z dyplomem licencjata i wyższym w całej populacji. Świadczy to o tym, że w gospodarce wykorzystanie siły mięśni zmieniło się na rzecz wykorzystania pomysłów, idei, informacji. Kształcenie ludzi stało się celem ekonomicznym, społecznym. W procesie kształcenia człowiek rozwija swoje talenty. W organizacjach poszukuje się ludzi coraz lepiej wykształconych, wyspecjalizowanych, posiadających potrzebne do pracy na danym stanowisku zdolności. Wynika z tego związek między talentami a twórczością (której kreatywność jest najniższą formą). Natomiast na poziomie lokalnym zjawisko to rozumiane jest jako wrodzona skłonność, zdolność, czyli predyspozycja: artystyczna, językowa czy inna intelektualna. Na temat talentu zob.: A. Robertson, G. Abbey, *Zarządzanie talentami*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2010, s. 13; L.A. Berger, D.R. Berger, *The Talent Management Handbook: Creating a Sustainable Competitive Advantage by Selecting, Developing, and Promoting the Best People*, McGraw-Hill, New York 2011; T. Irgman, *Zarządzanie talentami. Teoria dla praktyki i zarządzania zasobami ludzkimi*, PWE, Warszawa 2011.

Postęp techniczny ²⁶⁹	kreatywność jest źródłem tworzenia postępu poprzez doskonalenie i tworzenie nowych rozwiązań
Infrastruktura ²⁷⁰	stwarza lepsze warunki do życia ludziom
Miasto, aglomeracja ²⁷¹	dzięki swojemu potencjałowi sprzyja rozwojowi kreatywności, a kreatywni ludzie jednocześnie tworzą, budują jego profil
Sieci ²⁷²	pozwalają na rozprzestrzenianie się kreatywności
Akceptacja, tolerancja ²⁷³	kreatywność ze względu na swoją „odmienność” wymaga akceptacji, sprzyja również rozwiązywaniu problemów

²⁶⁹ Zob. M. Malczewski, *Zasoby naturalne, postęp techniczny a długookresowy wzrost gospodarczy*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu” 2011, nr 176, s. 329–344; A. Budnikowski, *Naturalne bariery wzrostu*, „Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Handlowej. Kolegium Gospodarki Światowej” 2005, nr 17, s. 102–110.

²⁷⁰ Zob. M. Ratajczak, *Infrastruktura a wzrost i rozwój gospodarczy*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2000, nr 4, s. 83–102.

²⁷¹ Zob. *Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności*, red. A. Klasik, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach” 2008.

²⁷² Zob. M. Castells, *Spółczesność sieci*, PWN, Warszawa 2010.

²⁷³ Problematyka tolerancji należy do podstawowych haseł głoszonych przez agendy światowe. Wszędzie tam, gdzie występuje różnorodność, niezbędna jest tolerancja dla zachowania owej specyfiki, dla bezkolizyjnego funkcjonowania ludzi o różnych orientacjach, dla dopuszczenia ich do przemawiania własnym głosem wśród różnych odmienności. W praktyce życia społecznego nie jest możliwa taka sytuacja, w której wystąpiłoby zjawisko tolerancji absolutnej. Istnieje tolerancja wybiórcza. Zob. J. Górniewicz, *Kategorie pedagogiczne, odpowiedzialność, podmiotowość, samorealizacja, tolerancja, twórczość, wyobraźnia*, Wyd. UW-M, Olsztyn 2001, s. 60. Wiąże się to też z kwestią tolerancji odniesionej do łamania prawa, poszanowania norm moralnych, praw człowieka. W przypadku kapitału kreatywnego i klasy kreatywnej tolerancja będzie wiązać się z uznawaniem i szanowaniem prawa ludzi do własnego myślenia, do propagowania swoich poglądów, swobodnego kierowania swoim życiem. Jednocześnie pozwoli na wykorzystanie różnorodności tak właściwej człowiekowi. Por. B. Mazur, *Zarządzanie w warunkach różnorodności zasobów ludzkich*, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok 2009, s. 68; J. Nikitorowicz, *Edukacja regionalna i międzykulturowa*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009, s. 519. Definiowanie tolerancji jest różne (por. np. A. Siemaszko, *Granice tolerancji: o teoriach zachowań dewiacyjnych*, PWN, Warszawa 1993; S. Mendus, *Tolerantion and the Limits of Liberalism*, Humanities Press, Atlantic Highlands 1989), z czym wiąże się paradoks prezentowany m.in. przez K. Poppera (*Spółczesność otwarte i jego wrogowie*, t. 2, PWN, Warszawa 2006): „nieograniczona tolerancja musi prowadzić w konsekwencji do zaniku tolerancji” czy „bezgraniczna tolerancja musi prowadzić do jej zaniku. Jeśli rozszerzymy bezgraniczną tolerancję nawet na tych, którzy nie są tolerancyjni, jeśli nie jesteśmy gotowi bronić tolerancyjnego społeczeństwa przed atakiem nietolerancyjnego, wtedy tolerancyjny zostanie zniweczony, a tolerancja z nimi”. Por. R. Cohen-Almagor, *The Scope of Tolerance: Studies on the Costs of Free Expression and Freedom of the Press*, Routledge, London–New York 2006. Należy zwrócić uwagę, że „współczesne społeczeństwa nie są prostymi organizacjami, w których wszyscy są zgodni co do tego, jakie są normy, i co do tego, jak winny być one stosowane w konkretnych sytuacjach” (por. J. Ambrosewicz-Jacobs, *Tolerancja. Jak uczyć siebie i innych*, PWN, Warszawa 1993, s. 305), co ma miejsce w strukturze kultury, ale i w innowacjach. Podkreślić należy, że „nie wolno mieszać patologii ze standardową ekonomią” (por. G.A. Akerlof, R.J. Shiller, *Phishing for Phools: The Economics of Manipulation and Deception*, Princeton University Press, Princeton 2015), i należy być również ostrożnym, ujmując zagadnienie tolerancji w ramach ekonomii behawioralnej. Mając powyższe na uwadze, zaproponowano do oceny przez respondentów taki zestaw cech, który pozwoli im na prezentację tej kategorii na poziomie ich gminy w sposób jak najbardziej trafny.

Migracje ²⁷⁴	niosą różnorodność charakterystyczną dla kreatywności
Praca ²⁷⁵	kreatywność stanowi część w jej strukturze
Czas ²⁷⁶	wymusza zmiany, które inicjowane są dzięki kreatywności
System organizacji produkcji ²⁷⁷	kreatywność zaspokaja potrzebę zamian
Wartości ²⁷⁸	kreatywność stanowi wartość samą w sobie, ma też zdolność kreowania wartości

Źródło: opracowanie własne na podstawie literatury przedmiotu.

Wnioski wynikające z przeglądu koncepcji pozwalają na stwierdzenie, że każda z koncepcji prezentuje nieco ujęcie podkreślające współzależności między rozwojem a kapitałem ludzkim, społecznym, postępem technicznym, przedsiębiorczością i innowacyjnością. Mimo braku bezpośredniego odwołania się do kreatywności nie oznacza to, że w teoriach ekonomii ona nie występuje. Z analizy założeń koncepcji wynika głównie pośredni charakter oddziaływania kreatywności na rozwój. Oznacza to również, że każdą z teorii można oceniać pod kątem siły oddziaływania kreatywności na rozwój poprzez różne cechy ją determinujące.

3.4. Uwarunkowania rozwoju lokalnego

Uwarunkowania rozumiane są jako te okoliczności, które mają wpływ na dane zjawisko. Jako synonimów można użyć pojęć „czynnik” lub „determinanta”.

²⁷⁴ Zob. R.B. Freeman, *Migracje w procesie globalizacji*, „Gospodarka Narodowa” 2007, nr 1–2, s. 99–129.

²⁷⁵ Zob. M. Mandel, *Praca, praca, praca*, „Business Week – edycja polska” 2005, nr 20 (184), s. 46–51; E. Kwiatkowski, P. Włodarczyk, *Podstawy teoretyczne analiz i prognoz rynku pracy*, „Polityka Społeczna” 2014, nr 1, s. 2–8; M. Markowska, A. Sokołowski, D. Strahl, *Taksonomia dynamiki zmian struktury zatrudnienia w nowoczesnym przemyśle i usługach w regionach Unii Europejskiej*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2014, nr 26; *Przemiany struktur regionalnych w warunkach kryzysu gospodarczego*, s. 46–64; Z. Wiśniewski, M. Maksim, *Ewaluacja programów zatrudnienia: stan badań i nowe wyzwania*, „Edukacja Ekonomistów i Menedżerów: Problemy, Innowacje, Projekty” 2015, nr 4(38), s. 157–169.

²⁷⁶ Zob. A. Olejniczak, *Efektywne zarządzanie czasem – wybrane zagadnienia*, „Marketing i Rynek” 2014, nr 3 (CD), s. 123–141.

²⁷⁷ Zob. H. Jagoda, E. Tabaszewska, *Organizacja jakości a organizacja ucząca się. Nowe kierunki w zarządzaniu przedsiębiorstwem: między teorią a praktyką*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2004, nr 1014, s. 272–280; B. Nogalski, P. Niewiadomski, *Implementacja systemu pomiaru kosztów pracy w procesie produkcji części i podzespołów na rynku maszyn rolniczych – ku elastycznej organizacji*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse. Rynki Finansowe. Ubezpieczenia” 2015, nr 73, s. 59–74.

²⁷⁸ Zob. M. Peryt, *Budowanie wartości*, „Gazeta Bankowa” 2002, nr 15, s. 25–26.

Określenie „czynnik” ma dwa ujęcia. Pierwsze, węższe, ujmuje czynnik jako element uczestniczący w opisywanym zdarzeniu, drugie, szersze, traktuje czynnik jako determinantę, wyznacznik, element warunkujący dane zjawisko, będący jedyną lub jedną z wielu przyczyn, jednak niekoniecznie występujących w nim bezpośrednio²⁷⁹.

Należy zgodzić się, że wyróżnione w literaturze czynniki mają w układzie lokalnym różne znaczenie. Natomiast coraz częściej zwraca się uwagę na czynniki miękkie, tj. wiedzę, bezpieczeństwo, kreatywność, stąd analiza tych uwarunkowań wpływających na rozwój jest coraz powszechniejsza. Poza oceną wpływu czynników tradycyjnych ujętych w literaturze spotkamy opinie, które ukazują różne kombinacje determinant oddziaływujących na siebie bezpośrednio i pośrednio.

Najczęściej w literaturze przyjmuje się klasyfikację, według której rozwój gmin warunkują czynniki zewnętrzne i wewnętrzne. J. Parysek wyróżnia następujące czynniki²⁸⁰:

- potrzeby społeczności lokalnych,
- zasoby, w tym środowisko przyrodnicze,
- zasoby pracy,
- zainwestowanie infrastrukturalne,
- istniejący potencjał gospodarczy,
- rynek lokalny i rynki zewnętrzne,
- kapitał finansowy, zwłaszcza inwestycyjny,
- poziom nauki, techniki i kultury,
- nowoczesne technologie wytwarzania,
- teren i korzyści miejsca,
- stosunki międzynarodowe i współpraca bilateralna.

Warto zauważyć, że wprowadzając czynniki te występują dość powszechnie, jednak ich natężenie nie jest równomiernie usytuowane w poszczególnych gminach. Przeciwnie – niektóre, jak np. wysoki poziom nauki i techniki, są charakterystyczne dla stosunkowo nielicznej grupy gmin. Część tych czynników podlega zmianom wraz z rozwojem gminy, inne (jak np. niektóre walory środowiska przyrodniczego) mogą być źródłem i podstawą, ale już nie (z niewielkimi wyjątkami) efektem rozwoju²⁸¹. Stąd K. Secomski wyróżnił czynniki: ekonomiczne (tradycyjne i nowoczesne), przestrzenne, ekologiczne, społeczne²⁸².

²⁷⁹ A. Łuczyszyn, *Nowe kierunki...*, *op. cit.*, s. 114.

²⁸⁰ J. Parysek, *Podstawy gospodarki lokalnej...*, 1997, *op. cit.*, s. 73. Por. *Metody oceny rozwoju regionalnego...*, *op. cit.*, s. 16–18.

²⁸¹ J. Pasieczny, *Profile gmin w Polsce – zarządzanie rozwojem i zmianami*, Wyd. UW, Warszawa 2008, s. 105.

²⁸² Zob. K. Secomski, *Teoria rozwoju regionalnego i planowania*, PWE, Warszawa 1987, s. 46–98.

Podziały czynników wpływających na rozwój mogą być różne. Na przykład K. Andruszkiewicz²⁸³ dzieli je na materialne (bogactwa naturalne, społeczeństwo zamieszkujące region, stan i poziom rozwoju gospodarczego, infrastruktura regionu, potencjał naukowy) i niematerialne (tożsamość i wizerunek regionu, styl zarządzania i umiejętności władz regionu, relacje organów sprawujących władzę w regionie z interesariuszami, umiejętność i sposoby rozwiązywania trudnych problemów regionalnych przez władze regionu, skłonność władz do współdziałania i nawiązywania kontaktów wewnętrznych i zewnętrznych – partnerstwo w działaniu).

J. Pasieczny rozpatruje gminę jako wyodrębniony z otoczenia system społeczno-ekonomiczny. Wyróżnia też czynniki i uwarunkowania wpływające na rozwój gminy. Dzieli je na uwarunkowania:

- uniwersalne – całkowicie lub prawie całkowicie niezależne od społeczności (władz) lokalnych,
- specyficzne – niezależne lub częściowo zależne od społeczności lokalnych,
- w pełni lub w przeważającej mierze zależne od społeczności lokalnych.

Do czynników uniwersalnych, niezależnych od społeczności lokalnych, należą czynniki: prawno-polityczne, ekonomiczne, techniczne i społeczne. Ich cechą jest oddziaływanie na wszystkie gminy jednocześnie²⁸⁴. Do drugiej grupy należą te uwarunkowania, które różnicują gminy między sobą. Uwarunkowania te można traktować jako kapitał, który gmina może lepiej lub gorzej wykorzystywać w procesach stymulowania rozwoju. Należą do nich: czynniki społeczno-kulturowe, środowisko przyrodnicze, czynniki lokalizacyjne, czynniki gospodarcze²⁸⁵.

I. Pietrzyk za czynniki rozwoju lokalnego uznaje:

- istnienie skutecznego przywództwa inspirującego decydentów, zdolnego do zmobilizowania członków zbiorowości lokalnej,
- szerokie współuczestnictwo wszystkich kategorii ludności w podejmowanych działaniach,
- zdefiniowanie jasnych zasad kierunkowych oraz precyzyjną ocenę celów przed ich ostatecznym przyjęciem,
- zaufanie i konsens oraz współpracę i partnerstwo publiczno-prywatne,
- wyczulenie na tożsamość kulturową i strukturę społeczno-polityczną regionu,
- uwzględnienie potrzeby ciągłego „dostrajania” działań do ewaluującego otoczenia i nowych zmian strukturalnych²⁸⁶.

²⁸³ K. Andruszkiewicz, *Potencjał konkurencyjności regionu fundamentem jego strategii rozwoju*, w: *Marketing terytorialny. Możliwości aplikacji, kierunki rozwoju*, red. H. Szulce, M. Florek, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2005, s. 143.

²⁸⁴ J. Pasieczny, *Profile gmin...*, *op. cit.*, s. 108.

²⁸⁵ *Ibidem*, s. 116.

²⁸⁶ I. Pietrzyk, *Polityka regionalna UE i regiony w państwach członkowskich*, PWN, Warszawa 2000, s. 33.

Próbie agregacji poszczególnych czynników rozwoju zaprezentował E.J. Blakely (tabela 12).

Tabela 12. Czynniki rozwoju lokalnego za E.J. Blakely’em

Czynnik rozwoju	Tradycyjny punkt widzenia	Nowoczesny punkt widzenia
Zatrudnienie	Więcej firm to więcej miejsc pracy	Firmy tworzące nowe miejsca pracy dopasowują je do kwalifikacji mieszkańców
Baza rozwoju	Rozwój istniejących sektorów gospodarki	Tworzenie nowych instytucji gospodarczych
Korzyści miejsca	Korzyści komparatywne bazujące na aktywach fizycznych	Korzyści komparatywne bazujące na jakości środowiska
Zasoby wiedzy	Wiedza istniejących kadr	Wiedza jako generator rozwoju społeczno-gospodarczego

Źródło: E.J. Blakely, *Planning Local Economic Development. Theory and Practice*, Sage Publication, London–New Delhi 1989, cyt. za: Z. Szymła, *Determinanty rozwoju regionalnego*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław–Warszawa–Kraków 2000, s. 40.

Czynniki rozwoju można rozpatrywać w kontekście uniwersalnym bądź szczegółowym. W kontekście uniwersalnym chodzi o wskazanie czynników kształtujących sytuację bez względu na skalę danego terytorium i jego obszar, w kontekście szczegółowym zaś o czynniki wynikające ze specyfiki danego terytorium²⁸⁷. Inne ujęcie zaprezentowano w tabeli 13.

Tabela 13. Wewnętrzne i zewnętrzne czynniki rozwoju lokalnego

Czynniki rozwoju	Czynniki wewnętrzne	Czynniki zewnętrzne
1	2	3
Czynniki polityczno-ustrojowe	– sposób sprawowania władzy (relacje władza–społeczeństwo), – stopień akceptacji władz lokalnych przez społeczeństwo.	– charakter władzy (ustrój państwa), – zakres kompetencji (uprawnienia władzy różnych szczebli), – zakres samorządności i samodzielności gmin.
Czynniki społeczne	– potrzeby, wartości i aspiracje mieszkańców, aktorów lokalnych, – stosunek do reform, innowacji i postępu technicznego, – kreatywność i przedsiębiorczość.	– ponadlokalne cechy społeczności, – kultura, tradycje szerszego układu terytorialnego.

²⁸⁷ M. Adamowicz, *Kształtowanie rozwoju lokalnego*, Wyd. SGGW, Warszawa 2003, s. 14.

1	2	3
Czynniki ekonomiczne	– infrastruktura techniczna, ekonomiczna i społeczna, – potencjał gospodarczy, lokalny kapitał i inwestycje.	– kondycja ekonomiczna kraju, – stopa inflacji, – stopa bezrobocia, – zewnętrzny kapitał i inwestycje.
Czynniki przestrzenne	– zasoby naturalne, – walory środowiska przyrodniczego, – krajobraz miasta.	– ponadlokalne uwarunkowania środowiskowe, – ekosystemy wykraczające poza obszar gminy.

Źródło: S.L. Bagdziński, *Lokalna polityka gospodarcza w okresie transformacji systemowej*, Wyd. UMK, Toruń 1994, s. 18 oraz A. Nowakowska, *Polityka i strategia rozwoju gminy w okresie transformacji systemowej (np. gmin miejskich województwa łódzkiego)*, rozprawa doktorska niepublikowana, Łódź 1998, s. 47, cyt. za J. Chądzyński, A. Nowakowska, Z. Przygodzki, *Region i jego rozwój w warunkach globalizacji*, CeDeWu, Warszawa 2012, s. 85.

Czynniki rozwoju lokalnego można również klasyfikować i rozpatrywać według walorów użytkowych dla ludności i jednostek gospodarczych. Są to²⁸⁸:

- czynniki wpływające na stan zasobów produkcyjnych (surowce, siła robocza, infrastruktura, majątek produkcyjny, tradycje, kultura gospodarza),
- czynniki wpływające na poziom popytu na towary i usługi (siła nabywcza ludności, dostępność do zewnętrznych rynków zbytu, chłonność rynku lokalnego),
- czynniki określające atrakcyjność obszarów dla przedsiębiorstw, instytucji i gospodarstw domowych z zewnątrz danej jednostki terytorialnej,
- czynniki związane z ilością i jakością świadczonych usług przez lokalne instytucje publiczne, zwłaszcza ze sfery społecznej i instytucje otoczenia biznesu.

Za determinanty rozwoju lokalnego uważane są również: zatrudnienie, oświata, wyżywienie, zdrowie, zasoby wodne, środowisko, surowce, warunki życia. Wszystkie te czynniki są ze sobą powiązane, tworząc każdy z każdym sieć relacji²⁸⁹.

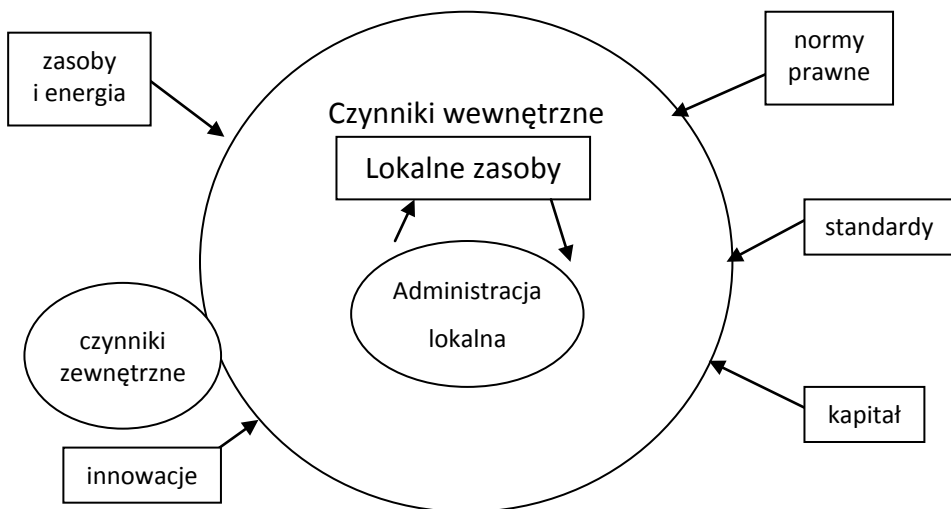
Z teorii naukowej wynika różne postrzeganie czynników warunkujących rozwój. Różnorodność podejść wiąże się z poszukiwaniem takich determinant, które pozwolą gminie na optymalne dostosowanie się do otoczenia, do zmian, co zaprezentowano na rysunku 11.

Kształtowanie rozwoju lokalnego równocześnie przez czynniki zewnętrzne i wewnętrzne ma istotne znaczenie dla ich rozpoznania, siły oddziaływania oraz polityki stymulowania rozwoju. Istotne jest tutaj występowanie określonych zależności i uwarunkowań²⁹⁰:

²⁸⁸ M. Trojaneek, *Oddziaływanie władzy lokalnej na efektywność przedsięwzięć inwestycyjnych*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu” 1994, Seria II, z. 137, s. 61.

²⁸⁹ *Europejska przestrzeń gospodarcza szansą dla rozwoju regionalizmu w Polsce*, red. J. Marszałek-Kawa, K. Pająk, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2015, s. 169.

²⁹⁰ S.L. Bagdziński, *Lokalna polityka gospodarcza w okresie transformacji systemowej*, Wyd. UMK, Toruń 1994, s. 18–19.



Rysunek 11. Czynniki rozwoju lokalnego

Źródło: J. Nowak, *Modernizacja lokalnej administracji publicznej a rozwój lokalny*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 25.

- pożądanę jest równoległe analizowanie czynników zewnętrznych i wewnętrznych,
- między czynnikami wewnętrznymi a zewnętrznymi nie powinny występować sprzeczności stanowiące bariery rozwoju,
- w obrębie każdej z grup czynników ważne jest, aby również nie występowały sprzeczności między poszczególnymi czynnikami,
- dla procesu rozwoju, tempa, charakteru i samoregulacji istotna jest struktura czynników rozwoju, tak w obrębie układu lokalnego, jak i jego otoczenia,
- czynniki rozwoju, zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne, pojawiają się nie tylko w wyniku świadomej działalności ośrodków decyzyjnych, ale także niezależnie od roli tych ośrodków.

Dokonując przeglądu uwarunkowań w kontekście przyjętego zdania: „myśl globalnie, a działaj lokalnie”, należy odwołać się do poziomu globalnego. Czynniki o charakterze globalnym oddziałują na poziom przestrzeni lokalnej. Na przykład J. Bielski w uwarunkowaniach zewnętrznych za czynniki globalne – obserwowane w skali świata, kształtowane przez człowieka lub siły natury – uznał: politykę światową, rozpad i powstanie państwa, konflikty, wojny, koniunkturę gospodarczą, trendy gospodarcze, zmiany klimatyczne, demografię, ruchy migracyjne²⁹¹.

²⁹¹ J. Bielski, *Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych*, OPO, Bydgoszcz 2000, s. 109.

Na poziomie lokalnym nie da się uciec od wpływu zmian klimatu, ruchów migracyjnych, koniunktury gospodarczej czy polityki. Siła oddziaływania czynników globalnych, pozytywna i niszcząca, sięga daleko, stąd w mniej lub bardziej odległych częściach świata w lokalnej polityce rozwoju trzeba je wziąć pod uwagę²⁹². Można to zaprezentować na przykładzie lokalnej polityki społecznej, w której wyróżniono uwarunkowania globalne (rysunek 12; wyróżnione są na nim również wybrane determinanty analizowane w pracy).



Rysunek 12. Uwarunkowania lokalnej polityki społecznej

Źródło: *Istotne czynniki lokalnej polityki społecznej*, w: *Polityka społeczna globalna i lokalna*, red. A. Kurzynowska, Wyd. SGH, Warszawa 1999, s. 123.

Podsumowując, w rozwoju lokalnym uczestniczy zbiór współzależnych podmiotów gospodarczych działających na terenie gminy, które tworzą system gospodarki lokalnej, pełniąc określone funkcje i dążąc do realizacji własnych celów. Działanie tych podmiotów w układzie „małej ojczyzny” wiąże się z zaspokojeniem

²⁹² Zob. *Istotne czynniki lokalnej polityki społecznej*, w: *Polityka społeczna globalna i lokalna*, red. A. Kurzynowska, Wyd. SGH, Warszawa 1999, s. 123.

potrzeb lokalnych. Wpływa to na sytuację na rynku pracy, dochody ludności, zadowolenie z życia. Rozwój lokalny jest ściśle powiązany z wieloma obszarami endogenicznymi, ale nie należy zapominać, że jest on umiejscowiony w szerszej przestrzeni regionalnej, włączonej w przestrzeń krajową, która jest częścią systemu globalnego. Wskazuje to na współzależności przestrzenne, a także potwierdza, że pracując na poziomie lokalnym, człowiek jest częścią globalnej struktury.

Wymienione w literaturze podziały uwarunkowań rozwoju mają podobne podłoże. Ważne jest podanie kryterium klasyfikacji je różnicujących. W zaproponowanych kompozycjach czynników rozwoju występuje szeroki stopień podobieństwa poszczególnych jednostkowych zmiennych. Z występującej w literaturze klasyfikacji najbliższy kreatywności jako czynnikowi o charakterze niematerialnym wydaje się podział na czynniki materialne i niematerialne. Grupa czynników niematerialnych zawiera w sobie m.in.: umiejętności władz, relacje między podmiotami, umiejętność rozwiązywania problemów, które ze względu na swój wymiar są podobne do kreatywności.

W odniesieniu zaś do podjętego problemu uwarunkowania rozwoju lokalnego zostaną rozważone z punktu widzenia zasobów terytorialnych gmin oraz możliwości aktywizacji kapitału kreatywnego.

ROZDZIAŁ 4

IDENTYFIKACJA DZIAŁAŃ LOKALNYCH WPŁYWAJĄCYCH NA ROZWÓJ KAPITAŁU KREATYWNEGO

4.1. Rola samorządu terytorialnego w kreowaniu polityki rozwoju lokalnego

Odpowiedzialność za rozwój gospodarczy, życie mieszkańców, organizację i funkcjonowanie lokalnego środowiska spoczywa na gospodarzu terenu, którym na poziomie lokalnym jest samorząd gminy. Jednostki samorządu terytorialnego w zakresie realizacji tych zadań podejmują niezależne i suwerenne decyzje. Podstawowe cele rozwoju należy rozpatrywać w trzech wymiarach: zaspokojenia potrzeb ludności, wykorzystania posiadanych zasobów oraz istniejących możliwości (szans) do kreowania rozwoju gospodarczego i przedsiębiorczości, a także sprawnego funkcjonowania wszystkich podmiotów i instytucji w jednostce terytorialnej²⁹³.

W praktyce rozwój regionalny realizuje się na poziomie lokalnym – gminnym. Kompetencje gminy wskazują na dużą jej samodzielność i niezależność w zakresie podejmowania kluczowych decyzji rozwojowych. Istotne jest, że realizacja zadań samorządowych wynika z mocy prawa. Mimo autonomii uregulowania prawne nie pozwalają realizować przyjętych działań z taką swobodą, jak ma to miejsce w przypadku sektora prywatnego. Stąd polityka rozwoju lokalnego wymaga zmiany podejścia do podmiotów gospodarczych, do ich partycypowania w kształtowaniu kierunków rozwoju. W literaturze postuluje się, że tradycyjne podejście tworzenia warunków rozwoju musi być zastąpione procesem inicjowania i organizowania rozwoju²⁹⁴.

Kluczem do sukcesu w procesie rozwoju gminy jest mobilizowanie społeczności lokalnej i lokalnych podmiotów do ciągłego poszukiwania optymalnego wykorzystania lokalnego potencjału. Podejście takie zakłada powstanie lokalnej

²⁹³ A.P. Wiatrak, *Zarządzanie gospodarką regionalną i lokalną*, Nauka–Edukacja, Warszawa 2000, s. 91–92.

²⁹⁴ J. Parysek, *Podstawy gospodarki lokalnej*, Wyd. UAM, Poznań 2001, s. 17.

kultury²⁹⁵ aprobującej wymóg ciągłego wprowadzania zmian, nabywania nowych umiejętności, przyswajania nowych technologii²⁹⁶. Takie ujęcie ma jednak pewne ograniczenie wynikające z potrzeby rozpoznania, co stanowi potencjał gminy i w jakim kierunku powinien być wykorzystany.

System lokalny jest jednocześnie elementem szerszego systemu społeczno-gospodarczego (regionu, państwa, kontynentu czy w dobie wspomnianej już wcześniej wszechogarniającej globalizacji świata) ściśle powiązany na wielu różnych płaszczyznach wielostronnymi relacjami, zarówno pionowymi – z układami hierarchicznymi wyższego rzędu, jak i poziomymi – z innymi równorzędnymi systemami. Te powiązania w istotny sposób oddziałują i kształtują procesy zachodzące w danym układzie. Ważne jest, aby system lokalny uwzględniał zmiany zachodzące w jego otoczeniu, jednak działania lokalnych społeczności powinny się koncentrować na rozwiązywaniu konkretnych lokalnych problemów i realizacji lokalnych potrzeb oraz aspiracji, wykorzystując optymalnie lokalne zasoby²⁹⁷.

Pozwala to na podejście do rozwoju lokalnego upodabniające gminę do podmiotów gospodarczych funkcjonujących na rynku. Wskazuje również na możliwości skorzystania z doświadczeń takich organizacji w sferze organizacji, zapewniania jakości, korzystania z wiedzy. Należy jednak zdawać sobie sprawę, że jednostki terytorialne są odmiennymi organizacjami w porównaniu z większością przedsiębiorstw, zwłaszcza ze względu na dużą liczbę i zróżnicowany charakter podmiotów wchodzących w ich skład. Relacje między podmiotami są także bardzo zróżnicowane. Cechą specyficzną systemów gminnych jest kluczowa rola władz gminy w ich funkcjonowaniu. Oznacza to przystosowywanie się do nowych warunków, korzystanie z nowoczesnych technik, czynników, takich jak technologia i kapitał²⁹⁸.

Wykonywanie przez samorządy terytorialne zadań wynikających z prawa państwowego i potrzeb lokalnej społeczności odbywa się za pomocą złożonej struktury organizacyjnej tworzącej system niejednokrotnie określany mianem małej ojczyzny.

Struktura samorządu i układ uprawnień wynikają z podstawowych funkcji, jakie realizuje samorząd terytorialny. Jest on właścicielem majątku, którym za-

²⁹⁵ Nie jest to zadanie łatwe, gdyż np. wśród młodych ludzi można zaobserwować tzw. pełną akceptację kultury globalnej. Zob. M. Czerny, R. Łuczak, J. Makowski, *Globalistyka. Procesy globalne i ich lokalne konsekwencje*, PWN, Warszawa 2007, s. 89.

²⁹⁶ J. Nowak, *Modernizacja lokalnej administracji publicznej a rozwój lokalny*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2006, s. 24.

²⁹⁷ J. Chądzyński, A. Nowakowska, Z. Przygodzki, *Region i jego rozwój...*, *op. cit.*, s. 71.

²⁹⁸ K.M. Wiig, *Application of Knowledge Management in Public Administration*, Knowledge Research Institute, Arlington 2006, s. 8–9.

rządza we własnym imieniu i na własną odpowiedzialność, wykonuje w imieniu państwa administrację państwową (administrowanie) oraz władztwo wobec swoich członków (rządzenie – organy gminne obok organów państwa posiadają uprawnienia do kształtowania podmiotu i przedmiotu opodatkowania)²⁹⁹. M. Armstrong w odniesieniu do samorządu wskazywał, że rządzenie zmierza do osiągnięcia zamierzonych rezultatów przez jak najlepsze wykorzystanie potencjału ludzkiego, finansowego i materialnego, jakim dysponuje gmina³⁰⁰.

Samorząd, wykorzystując funkcje właścicielskie wobec składników powierzonego mu majątku publicznego, korzysta z tego majątku i wykorzystuje go do osiągnięcia celów i wypełnienia misji samorządu. Bezpośredni udział obywateli w kreowaniu rozwoju lokalnego sprowadza się najczęściej do wybierania przedstawicieli do organów w gminach (rada gminy i jednoosobowy organ wykonawczy). Kierowanie rozwojem przez samorząd gminny powinno zmierzać do wykorzystania potencjału tkwiącego w całej lokalnej społeczności³⁰¹.

W definiowaniu społeczności lokalnej wspólne różnym autorom jest podkreślanie jej roli w kształtowaniu takich czynników, jak terytorium czy przestrzeń. Wiele definicji wskazuje ponadto na wspólnotę interesów i wyodrębniony obszar, na którym zachodzą codziennie interakcje wśród mieszkającej tam ludności³⁰². Samorząd lokalny warunkuje sposób rozwiązywania spraw lokalnych. Stanowi instrument oddziaływania na decyzje podejmowane w otoczeniu gminy. Działalność ta, realizowana na płaszczyznach gospodarczej, społecznej, przestrzennej, jest odpowiednio zorganizowana w określonej przestrzeni, tak by realizować przypisane funkcje.

Za realizację tych funkcji odpowiadają urzędnicy urzędu gminy. Zorganizowany zespół osób w oparciu o środki materialne wykonuje zadania organów administracji publicznej. Nowoczesna administracja, funkcjonująca w nowy sposób w obrębie nowego zarządzania publicznego, ukierunkowana jest na promocję równouprawnienia, usług z wykorzystaniem internetu oraz obsługę w różnych językach obcych. Jest przyjazna środowisku, sprawna i wydajna, przejrzysta i jawna oraz etyczna³⁰³.

W realizacji zadań samorządu terytorialnego występują problemy, które są możliwe do rozwiązania poprzez zastosowanie nowoczesnych metod, zwłaszcza

²⁹⁹ A. Kozłowski, I. Czaplicka-Kozłowska, *Samorząd terytorialny w systemie zarządzania państwem*, Pracownia Wydawnicza Elset, Olsztyn 2010, s. 13.

³⁰⁰ M. Armstrong, *Jak być lepszym menedżerem*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1997, s. 15, cyt. za: A. Kozłowski, I. Czaplicka-Kozłowska, *Samorząd terytorialny...*, *op. cit.*, s. 14.

³⁰¹ A. Kozłowski, I. Czaplicka-Kozłowska, *Samorząd terytorialny...*, *op. cit.*, s. 14.

³⁰² J. Turowski, *Socjologia. Wielkie struktury społeczne*, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 1994, s. 212.

³⁰³ P. Bednarek, *Controlling w zarządzaniu gminą*, PWE, Warszawa 2007, s. 16.

że swoje funkcjonowanie samorząd gminny opiera na aktywności społeczności lokalnych. Uczestniczą w nim również przedsiębiorstwa, organizacje, instytucje, stowarzyszenia itp. Aktywność w samorządzie jest zależna od motywowania poszczególnych grup w gminie. Od aktywności ludzi zależy kształtowanie kierunków rozwoju gminy. W procesie kierowania rozwojem samorząd gminny, podobnie jak w organizacji, powinien wykorzystać wszystkie zasoby.

Gminy to złożone organizacje obejmujące zasięgiem działania terytorium w jej granicach administracyjnych, które działają w szybko zmieniających się i często nieprzewidywalnych warunkach otoczenia. Tworzy ono uwarunkowania zewnętrzne w postaci zestawu szans i zagrożeń dla funkcjonowania i rozwoju jednostek samorządu terytorialnego.

Na samorząd i administrację samorządową wpływa rozbudowane otoczenie zewnętrzne. Urzędnicy mają kontakt z petentami, ale i partnerami lub z mieszkańcami gminy, którzy nie są zaliczeni do poprzednich grup. Oczywiście mieszkaniec gminy może być zarówno klientem, jak i partnerem. Pracownicy urzędu muszą zaś realizować działania zaspokajające ich potrzeby zgodnie z wolą rady gminy. Ważna w tej współpracy jest tożsamość lokalna i przynależność do gminy. Wspólnota ludzi jest powiązana bowiem więziami rodzinnymi, historycznymi, geograficznymi, mentalnymi. Przejawia się to w organizacji imprez masowych, uczestnictwie w wydarzeniach, członkostwie w stowarzyszeniach. Ma to wyraz również w tożsamości ludzi zatrudnionych w urzędzie. Natomiast w literaturze akcentuje się, że można zwiększyć ich zdolność adaptacji do tych warunków³⁰⁴.

Wraz z upływem czasu ulega zmianie podejście władzy lokalnej do świadczenia usług publicznych (z angielskiego: *governance*)³⁰⁵. Porównanie tradycyjnego i nowego sprawowania władzy i świadczenia usług publicznych zawiera tabela 14.

Tabela 14. Tradycyjne i nowe ujęcie sposobu sprawowania władzy lokalnej i świadczenia usług publicznych

Atrybuty	Samorząd terytorialny – ujęcie tradycyjne	Zarządzanie społecznościami lokalnymi – ujęcie nowe
1	2	3
Liczba instytucji	kilka	dużo
Struktura organizacyjna	hierarchiczna, skonsolidowana	zdecentralizowana, rozproszona
Sieci horyzontalne	bliskie	rozległe

³⁰⁴ A. Kozłowski, I. Czaplicka-Kozłowska, *Samorząd terytorialny...*, op. cit., s. 176.

³⁰⁵ A. Miszczuk, M. Miszczuk, K. Żuk, *Gospodarka samorządu...*, op. cit., s. 17.

1	2	3
Sieci międzynarodowe	minimalne	rozległe
Powiązania demokratyczne	reprezentatywność	reprezentatywność i nowe eksperymenty
Prowadzone polityki	zrutyinizowane	innowacyjne, uczące się
Władze centralne	bezpośrednia kontrola	zdecentralizowana i mikrointerwencje
Przywództwo	kolegialne	burmistrzowskie, charyzmatyczne

Źródło: A. Miszczuk, M. Miszczuk, K. Żuk, *Gospodarka samorządu terytorialnego*, PWN, Warszawa 2007, s. 17.

Rozwój następuje poprzez wykorzystanie zasobów dostępnych na danym terenie. Ich efektywne wykorzystanie zależy od wielu czynników. W aktualnych uwarunkowaniach prawnych najważniejsze zadania z zakresu rozwoju lokalnego przypadają gminie jako podstawowej jednostce samorządu terytorialnego. Jednostki samorządu terytorialnego coraz intensywniej uczestniczą w świadomym kształtowaniu warunków rozwoju gospodarczego przestrzeni lokalnej i regionalnej³⁰⁶.

4.2. Specyfika polityki rozwoju gospodarczego

Samorząd terytorialny obejmuje istniejącą z mocy prawa wspólnotę mieszkańców danego terytorium. Wspólnym elementem mieszkańców jest więc interesów wynikająca z faktu zamieszkania na tym samym terenie. Niezależnie od tego w obrębie gminy występują różnice interesów oraz różne preferencje poszczególnych grup mieszkańców w realizacji celów społecznych. W poszczególnych gminach, a w ich ramach w mniejszych zbiorowościach lokalnych, zaczynają się dysproporcje rozwojowe i zróżnicowanie standardu życia mieszkańców. Kształtowanie warunków i mechanizmów zmniejszania tych różnic należy do powinności rozwiązywania spraw publicznych w skali lokalnej i stanowi preferowany obszar działania w polityce rozwoju gospodarczego realizowanego przez gminy³⁰⁷.

Praktyczna realizacja samorządności występuje od zarania dziejów, od czasu realizowania przez ludzi złożonych działań zespołowych. Samorządność postrzega się również jako swego rodzaju sztukę rozumianą jako umiejętność, mistrzostwo wynikające z talentu, intuicji, wiedzy i doświadczenia praktycznego, czyli łączenia tych wszystkich atrybutów, które koniecznie są do dobrego funk-

³⁰⁶ A. Kożuch, *Zarządzanie lokalne: stymulowanie rozwoju obszarów wiejskich*, „Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego” 2009, nr 23, s. 137.

³⁰⁷ E. Wojciechowski, *Zarządzanie w samorządzie terytorialnym*, Difin, Warszawa 2012, s. 50.

cjonowania organizacji gminnej³⁰⁸. Jest także jednym z najważniejszych czynników rozwoju, gdzie kluczową rolę w organizacji przypisuje się osobom, które sprawują władzę, one bowiem wyznaczają horyzonty i rutyny działań, jak również tworzą i rozpowszechniają wizje i cele³⁰⁹.

Samorządność oznacza wzrost jakości działania instytucji publicznych oraz wzmacnianie potencjału administracji publicznej. Dzięki temu indukowane są procesy niwelowania niesprawności mechanizmu rynkowego i regulacji, co prowadzi do szybkiego rozwoju społeczno-gospodarczego³¹⁰.

W obszarze samorządności terytorialnej mieszczą się takie działania, jak:

- budowanie sieci wzajemnego uczenia się w trójkącie: administracja – sektor prywatny – społeczeństwo,
- poszukiwanie optymalnej jakości życia w trójkącie: środowisko – gospodarka – społeczeństwo,
- likwidacja nierówności i konfliktów naturalnych wynikających z władztwa i nierównomiernego rozlokowania zasobów,
- podejmowanie działań koordynujących, przyczyniających się do wzrostu konkurencyjności jednostki terytorialnej,
- tworzenie standardów usług publicznych i zachowania się władz,
- radzenie sobie z efektami globalizacji, urbanizacji, metropolizacji, kumulacji nowych czynników „3T” – technologii, talentu i tolerancji,
- przewidywanie skutków działań obecnych w przyszłości, np. w zakresie edukacji,
- poszukiwanie „złotego środka” pomiędzy potrzebami pojedynczych osób, potrzebami grup społecznych a możliwościami i efektywnością sektora publicznego,
- poszukiwanie „złotego środka” pomiędzy standaryzacją usług – co jest tańsze, a indywidualizacją usług publicznych – co zawsze jest droższe,
- odpowiedzialność za dobro wspólne, które często jest gorzej chronione niż prywatne,
- uwzględnianie wymagań kultury organizacyjnej, tożsamości społecznej i zaangażowania obywateli oraz ich partycypacji w podejmowaniu decyzji dotyczących spraw publicznych³¹¹.

Rozumienie idei samorządności jest warunkiem sprawnego działania władz samorządowych. To zaś powinno znaleźć przełożenie w relacjach z pracowni-

³⁰⁸ S. Sudoł, *Zarządzanie jako dyscyplina naukowa*, „Współczesne Zarządzanie. Kwartalnik Środowisk Naukowych i Liderów Biznesu” 2007, nr 1, s. 6–7.

³⁰⁹ W.I. Bennis, B. Nanus, *Leaders: The Strategies for Talking Charge*, Harper & Row, New York 1985, s. 108–109.

³¹⁰ A. Luczyszyn, *Nowe kierunki...*, *op. cit.*, s. 30.

³¹¹ H. Gawroński, *Zarządzanie publiczne w polskich samorządach terytorialnych*, Wyd. PWSZ w Elblągu, Elbląg 2014, s. 13.

kami urzędów gmin jako administracji publicznej. W literaturze przedmiotu wskazuje się na znaczenie tych relacji z pracownikami, szczególnie w sektorze przedsiębiorstw. Kreowanie rozwoju lokalnego odbywa się w następujących warunkach:

- wielości podmiotów uczestniczących w procesach rozwojowych i nacisku na współpracę między nimi (*governance*),
- silnego upolitycznienia procesów decyzyjnych,
- znacznej niepewności i trudności w identyfikacji zasobów wewnętrznych obszaru i uwarunkowań płynących z jego otoczenia,
- zmienności w czasie i przestrzeni różnorodnych procesów zachodzących na terytorium (obszarze funkcjonalnym) położonym w granicach administracyjnych gminy³¹².

Polityka publiczna prowadzona jest przez organy władzy publicznej: rząd i ważny z punktu widzenia lokalnego samorząd terytorialny. W. Kieżun dostrzega wiele argumentów na rzecz nowego modelu polityki publicznej, „afirmując również intelektualny charakter pracy w administracji wymagający inteligentnej przedsiębiorczości funkcjonariusza, nawet na wykonywanym operacyjnym stanowisku”³¹³.

Biurokracja kojarzy się z nadmiernym formalizmem, przywiązaniem do procedur zamiast do efektów działania administracji, nadmiarem obciążeń (obowiązków) administracyjnych nakładanych na obywatela i brakiem zdolności administracji do odpowiadania na potrzeby i postulaty płynące od obywateli (brak responsywności)³¹⁴.

W organizacji biurokratycznej kluczowym elementem jest charakterystyka urzędnika. Jego działanie opiera się na formalnych kompetencjach, działa on w kontekście hierarchii i instancyjności, jest zobowiązany do stałego dokumentowania swoich działań, posiada wykształcenie fachowe, praca w administracji jest jedynym zajęciem zawodowym urzędnika i ma charakter rzemieślniczy³¹⁵.

Model biurokratyczny był właściwy w warunkach gospodarek przemysłowych w pierwszych dziesięcioleciach XX w. Rozbudowane i sztywne struktury nie odpowiadają wymogom nowej ery, której symbolem jest rozwój technologii komunikacyjnych i rozwój gospodarki opartej na wymianie informacji, a nie produkcji przemysłowej. Realia nowej gospodarki faworyzują techniki szybkiego reagowania na warunki rynkowe i zapotrzebowanie odbiorców świadczonych

³¹² *Planowanie jako instrument zintegrowanego zarządzania w jednostkach samorządu terytorialnego*, red. T. Markowski, M. Turała, Wyd. UŁ, Łódź 2015, s. 9.

³¹³ M. Kulesza, D. Sześciło, *Polityka administracyjna i zarządzanie publiczne*, Lex a Wolters Kluwer business, Warszawa 2013, s. 21.

³¹⁴ *Ibidem*, s. 47.

³¹⁵ *Ibidem*, s. 50.

usług. W strukturze hierarchicznej, opartej na podległości pracowników niższego szczebla, byłoby to niemożliwe³¹⁶.

Instytucje zdecentralizowane działają mobilizująco na zatrudnionych w nich ludzi, wyzwalając w nich większą produktywność, skłaniając do większego zaangażowania i podnosząc ich morale. Kiedy kierownictwo zezwala pracownikom na podejmowanie ważnych decyzji, to tym samym okazuje, że darzy ich zaufaniem i ceni ich umiejętności. Położony jest większy nacisk na proces monitorowania i oceny rezultatów działania instytucji publicznych. W nowym modelu administrowania obecna jest dezagregacja, „rozbicie” organizacji sektora publicznego. Zamiast rozbudowanych, hierarchicznych struktur o bardzo szerokim zakresie działania proponuje się małe, wyspecjalizowane i elastycznie kształtowane departamenty czy zespoły zadaniowe. Pożądanym jest też wprowadzenie konkurencji do sektora publicznego, bowiem jednostki działające w ramach tego sektora powinny tak jak prywatne przedsiębiorstwa rywalizować o względy klienta, odbiorcy usług publicznych³¹⁷.

Polityka publiczna jest odpowiedzią na jednocześnie występujące dwa zjawiska: niedoskonałości rynku i niedostatki polityki lokalnej, a zatem stanowi reakcję na wady dwóch mechanizmów: rynkowego i rządzenia³¹⁸. W polityce publicznej niezbędne jest adaptowanie niektórych instrumentów sprawdzonych w działaniu przedsiębiorstw do potrzeb organizacji publicznych.

Istnieje związek polityki lokalnej ze społeczeństwem obywatelskim, bo dominuje w niej logika wyboru publicznego. Politykę lokalną charakteryzuje uwzględnianie nie tylko efektywności ekonomicznej, ale również efektywności społecznej wyborów dokonywanych w sektorze publicznym³¹⁹.

Nowy model rządzenia publicznego zwraca uwagę na wydajność, efektywność, cele. Krytyka tego nurtu doprowadziła do powstania innych teorii. Najbardziej rozpowszechniony jest model *governance*. Wyraża się bardziej „miękką” formułą rządzenia publicznego jako procesu opartego na niewymuszonym współdziałaniu samodzielnych podmiotów współpracujących na zasadzie zaufania i współodpowiedzialności³²⁰. W raporcie *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*³²¹ wskazano na dylematy sprawnego państwa. Zdaniem autorów polskie instytucje

³¹⁶ *Ibidem*, s. 60–61.

³¹⁷ *Ibidem*, s. 66.

³¹⁸ A. Frąckiewicz-Wronka, *Poszukiwanie istoty zarządzania publicznego*, w: *Zarządzanie publiczne: element teorii i praktyki*, red. A. Frąckiewicz-Wronka, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2009, s. 23.

³¹⁹ *Instrumentarium zarządzania publicznego*, red. B. Kożuch, Ł. Sułkowski, Difin, Warszawa 2015, s. 29.

³²⁰ M. Kulesza, D. Sześciło, *Polityka administracyjna...*, *op. cit.*, s. 118.

³²¹ *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*, red. M. Boni, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009, https://www.mpips.gov.pl/gfx/mpips/userfiles/_public/1_NOWA%20STRONA/Aktualnosci/seniorzy/badania%20aktywne%20starzenie/pl_2030_wyzwania_rozwojowe.pdf (12.11.2014).

publiczne, a zwłaszcza administracja, pozbawiane są dynamizmu, kreatywności i zdolności reformowania się. Brakuje im mechanizmów, które motywują pracowników do zwiększania efektywności i do rozwiązań umożliwiających poszczególnym jednostkom rozliczanie zadaniowe. Wiąże się to z usługami publicznymi rozumianymi jako systemy kreowania i dystrybucji dóbr publicznych (w szczególności takich, jak ochrona zdrowia, edukacja, wymiar sprawiedliwości)³²².

Implementacja nowego modelu polityki publicznej następowała w wielu krajach według różnych scenariuszy. Reformy te łączyło to, że ich skutki były widoczne we wszystkich segmentach administracji państwowej wszystkich szczebli, samorządzie terytorialnym oraz innych publicznych jednostkach organizacyjnych. Państwa wdrażające reformy nowej polityki publicznej cechowały: świadomość realizowanej misji, decentralizacja oraz przedsiębiorczość.

Nowy model polityki publicznej oznacza także potrzebę redefinicji kwalifikacji pracowników pełniących kluczowe funkcje w administracji publicznej, aby mogli skutecznie spełniać swoje obowiązki³²³ (tabela 15).

Tabela 15. Różne możliwości świadczenia usług publicznych

Tradycyjne	Innowacyjne	Awangardowe
<ul style="list-style-type: none"> - tworzenie zasad prawnych i ustanowienie sankcji, - regulacja albo deregulacja przepisów, - kontrolowanie i badanie, - udzielanie licencji, - polityka podatkowa, - dotacje, stypendia i zasiłki, - subwencje, - kredyty, - gwarancje kredytowe, - zawieranie umów na usługi. 	<ul style="list-style-type: none"> - koncesjonowanie, - spółki publiczno-prywatne, - spółki publiczno-publiczne, - korporacje quasi-publiczne, - przedsiębiorstwa publiczne, - zamówienia, - ubezpieczenia, - nagrody, - zmiany polityki inwestycyjnej, - pomoc techniczna, - informacja, w tym o usługach, - wolontariusze, - talony na usługi, - opłaty wyrównujące koszty społeczne, - katalizowanie pracy organizacji pozarządowych, - skupianie przywódców organizacji pozarządowych, - nagłaśnianie. 	<ul style="list-style-type: none"> - kapitał załączkowy, - inwestowanie w akcje, - stowarzyszenia dobrowolne, - samopomoc, - rekompensaty, - kierowanie popytem, - sprzedaż, zamiana albo użytkowanie nieruchomości, - przekształcanie rynku.

Źródło: D. Odborn, T. Gaebler, *Rządzić inaczej. Jak duch przedsiębiorczości przenika i przekształca administrację publiczną*, Media Rodzina of Poznań, Poznań 1994, cyt za: M. Zawicki, *Nowe zarządzanie publiczne*, PWE, Warszawa 2011, s. 98.

³²² M. Kulesza, D. Sześciło, *Polityka administracyjna...*, *op. cit.*, s. 153.

³²³ M. Zawicki, *Nowe zarządzanie publiczne*, PWE, Warszawa 2011, s. 43. Zob. A. Zalewski, *Reformy sektora publicznego w duchu nowego zarządzania publicznego*, w: *Nowe zarządzanie publiczne w polskim samorządzie terytorialnym*, red. A. Zalewski, Wyd. SGH, Warszawa 2005, s. 66.

Zadaniem jednostek samorządu terytorialnego jest posługiwanie się różnorodnymi instrumentami zestawionymi w zgodny system oddziaływania obejmujący:

- programowanie wzrostu gospodarczego w warunkach gospodarki rynkowej z uwzględnieniem uwarunkowań regionalnych przez prognozowanie, planowanie i tworzenie strategii rozwoju wybranych dziedzin gospodarki, jednak bez naruszenia samodzielności i inicjatywy przedsiębiorstw,
- oddziaływanie na lokalne rynki pracy przez instrumenty administracyjne, gospodarkę komunalną, sferę zatrudnienia, infrastrukturę, kierunki inwestycji, stawki czynszów i opłat lokalnych,
- kierowanie sektorem publicznym obejmującym w regionie względnie wysoką część ogółu zatrudnionych,
- kontrolę nastawioną na poszanowanie prawa, bezpieczeństwa, eliminację z gospodarki czarnej i szarej strefy, patologii społecznej, korupcji oraz realizację celów fiskalnych,
- politykę branżową określającą najkorzystniejsze propozycje gałęzi i branż gospodarki, w tym struktury przemysłowej, rolnictwa, handlu i usług, przedsiębiorstw różnej wielkości³²⁴.

W Polsce mechanizmy nowego modelu polityki publicznej wykorzystywane w innych krajach są stosowane również w działalności samorządu lokalnego. W samorządzie lokalnym do kategorii instrumentów kształtujących działania gmin zaliczyć należy:

- doskonalenie świadczenia usług publicznych,
- orientację na klienta,
- planowanie i budowanie strategii,
- menedżerski sposób kierowania,
- elastyczne zarządzanie personelem,
- mierzenie działalności,
- rozwój mechanizmów rozliczalności³²⁵.

Zwraca się uwagę na podejście do wspólnotowości w funkcjonowaniu władz publicznych, otwartość, jakość władzy, decentralizację i sieciowość³²⁶.

Analiza reform nowej polityki zarządzania publicznego stanowi również okazję do refleksji nad kanałami transferu innowacji wykorzystywanych w polskim samorządzie lokalnym. Najważniejszymi dla samorządu lokalnego źródła-

³²⁴ J. Komorowski, *Kształtowanie poziomu atrakcyjności inwestycji w polityce rozwoju regionalnego*, w: *Atrakcyjność inwestycyjna regionu*, red. A. Kopczuk, M. Proniewski, Wyd. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania, Białystok 2005, s. 17–18.

³²⁵ M. Zawicki, *Nowe zarządzanie...*, *op. cit.*, s. 123.

³²⁶ Zob. K. Szczerski, *Administracja publiczna w modelu zarządzania wielopasmowego*, Centrum Europejskie Natolin, Warszawa 2005, s. 13–14.

mi wiedzy o innowacjach w polityce publicznej są ustawy i rozporządzenia, media oraz inne jednostki samorządu lokalnego³²⁷.

Przyjęcie profilu przedsiębiorczego przez samorząd terytorialny uznaje się za kluczowy aspekt mocy działania na rzecz rozwoju w warunkach postępującej globalizacji. Przedsiębiorczość oznacza bowiem kreatywność, innowacyjność, elastyczność, obniżoną awersję do podejmowania ryzyka, ale przede wszystkim wyraża wolę twórczego reagowania na zmiany otoczenia i zdolność ich przeprowadzania dzięki umiejętnemu wychwytywaniu i zagospodarowaniu okazji i przekładanie ich na sukces w rozwoju lokalnym. Przedsiębiorczość w wydaniu samorządowym oznacza zatem zdolność do innowacyjnej realizacji wartości wyrażonych w wizji i misji samorządu, do których dąży on wraz ze swoimi partnerami określanymi zbiorczo jako interesariusze gminy³²⁸.

Z punktu widzenia lokalnej społeczności tworzenie warunków do rozwoju przedsiębiorczości wiąże się z: rozwojem infrastruktury, przyciąganiem nowych inwestycji, zapewnieniem przyjaznego klimatu obsługi przedsiębiorców, inicjowaniem partnerstw. Władze gminy muszą zapewnić korzyści, które umożliwią przedsiębiorcom osiąganie na danym terenie lepszych wyników gospodarowania niż na terenie innych gmin. W ten sposób władze lokalne mogą pośrednio wpływać m.in. na tworzenie miejsc pracy i wzrost zatrudnienia w gminie³²⁹.

Intencjonalne, wyrażone przedsiębiorcze podejście samorządu do działania przyjmuje postać trwałego działania zorientowanego na sukces. Przejawia się to w gotowości stosowania niekonwencjonalnych (innowacyjnych) sposobów działania³³⁰.

P.F. Drucker twierdził, że niemal każdy może być przedsiębiorczy, jeśli jego organizacja tworzy warunki przyjazne przedsiębiorczości. I odwrotnie, niemal każdy przedsiębiorca może stać się biurokratą, gdy jego organizacja jest zbudowana w sposób zachęcający do zachowań biurokratycznych.

Dla propagatorów poglądów P.F. Druckera istotą nowego stylu polityki publicznej jest absorpcja przez administrację stylu menedżerskiego, w którym kładzie się duży nacisk na przedsiębiorczość. Kanwą nowego modelu polityki publicznej było wciąż silne zapotrzebowanie na usługi publiczne oraz niezmienna bariera w postaci limitów wydatków budżetowych. Konieczność rozstrzygnięcia tego dylematu stała się powodem wzrostu popytu na innowacje i przedsiębiorcze

³²⁷ M. Zawicki, *Nowe zarządzanie...*, *op. cit.*, s. 134.

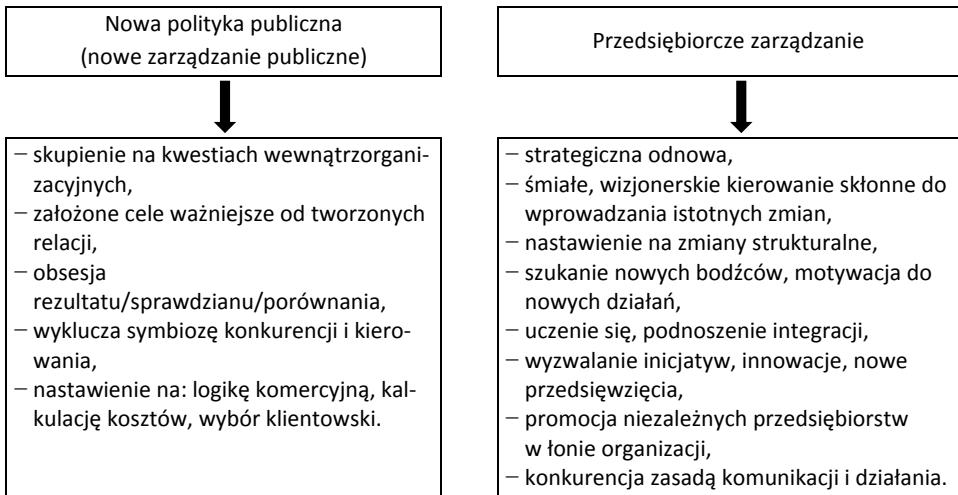
³²⁸ S. Barczyk, *Przedsiębiorczy samorząd lokalny i jego instytucje*, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2010, s. 11.

³²⁹ B. Słonimska, *Gmina...*, *op. cit.*, s. 13.

³³⁰ S. Barczyk, *Przedsiębiorczy samorząd...*, *op. cit.*, s. 30.

metody organizacji świadczenia usług publicznych, a w konsekwencji rozwoju nowego modelu polityki publicznej³³¹.

Nowy model polityki publicznej wypełnia lukę, jaka powstała w organizacjach publicznych, kiedy logika biurokratyczna wymagała wsparcia logiką przedsiębiorczą. Wyraża jednak ducha menedżeryzmu, a nie przedsiębiorczości, co było i jest fazą nieuniknioną w drodze od biurokratycznych struktur po przedsiębiorcze organizacje publiczne, w tym samorządowe. Można powiedzieć, że implementowanie formy przedsiębiorstwa w organizacji gminnej jest niezbędnym elementem udrażniającym menedżerski styl lokalnej polityki publicznej. Wymaga to wprowadzenia zmian pozwalających reagować sytuacyjnie na działania w warunkach konkurencji, motywowanie do działań niekonwencjonalnych, identyfikowanie i zagospodarowanie okazji, a także utrwalanie kompetencji przedsiębiorczej organizacji w procesie uczenia się³³². Wiązać się to będzie ze zmianami stylów rządzenia w terenie (rysunek 13).



Rysunek 13. Nowe zarządzanie publiczne a orientacja przedsiębiorcza w zarządzaniu

Źródło: S. Barczyk, *Przedsiębiorczy samorząd lokalny i jego instytucje*, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2010, s. 212.

Wskazanie na zmiany w polityce publicznej ukierunkowane na przedsiębiorczość wynika z pozytywnych przykładów i efektów prac przedsiębiorców. Podobnie w gminie: uznanie, że o zasoby gminy należy dbać tak jak o indywidualny ma-

³³¹ M. Zawicki, *Nowe zarządzanie...*, *op. cit.*, s. 42.

³³² S. Barczyk, *Przedsiębiorczy samorząd...*, *op. cit.*, s. 212.

jątek pozwoli na osiągnięcie przewagi i uzyskanie większych korzyści społecznych i gospodarczych. Przyjęcie kierunku przedsiębiorczego w administrowaniu gminą będzie potwierdzeniem kreatywnego podejścia do problemu zmiany. Można również je określić jako innowacyjny sposób działania organizacji.

4.3. Glokalizacja jako wynik procesów lokalizacji i globalizacji

Wszelkie działania w skali lokalnej są powiązane z działaniami globalnymi. W skali światowej zachodzą procesy, które powodują, że pomiędzy państwami, przedsiębiorstwami i innymi podmiotami zacieśniają się relacje. Dochodzi tym samym do coraz większych wzajemnych zależności. Niektórzy badacze twierdzą, że jest to zespół procesów prowadzących do „intensyfikacji ekonomicznych, politycznych i kulturowych stosunków poprzez granice”³³³. Globalizacja to nieunikniony, a także nieodwracalny los świata, który dotyczy każdego z nas³³⁴. Definiowana jest ona jako historyczny proces liberalizacji i integracji dotychczas funkcjonujących rynków w pewnej mierze w odniesieniu do towarów, kapitału i siły roboczej w jeden rynek światowy³³⁵.

Proces globalizacji postępuje jednocześnie na trzech poziomach: przedsiębiorstw, rynków (gałęzi) oraz gospodarki światowej. Zasadniczą cechą globalizacji jest integrowanie działań, procesów i podmiotów w ogólnoswiatowy (globalny) system funkcjonujący na jednym z trzech wymienionych poziomów, ale powiązany z innymi poziomami³³⁶.

Globalizacja znajduje swój wyraz w standaryzacji produktów, usług, co dzieje się dzięki nowej technologii umożliwiającej przepływ towarów, kapitału, ludzi. Wraz ze zmianami w sferze handlu, inwestycji zagranicznych następują zmiany kultury spowodowane otwartością granic i zmniejszeniem barier pomiędzy państwami³³⁷. Gospodarowanie, zarówno od strony zasilania w czynniki produkcji, jak i od strony efektów, jest coraz silniej zdeterminowane globalnie. Dla coraz większej liczby przedsiębiorstw rynkiem czynników produkcji, a także rynkiem zbytu produktów staje się rynek światowy, a nie rynek lokalny czy nawet krajowy³³⁸.

³³³ *Globalizacja: Mechanizmy i wyzwania*, red. B. Liberska, PWE, Warszawa 2002, s. 11.

³³⁴ Z. Bauman, *Globalizacja: I co z tego dla ludzi wynika*, PIW, Warszawa 2000, s. 57.

³³⁵ *Globalizacja. Marginalizacja. Rozwój*, red. G. Kołodko, WSPiZ, Warszawa 2003, s. 27.

³³⁶ A. Zorska, *Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach transnarodowych w gospodarce światowej*, PWN, Warszawa 2002, s. 7–14.

³³⁷ <http://www.globalizacja.cai.pl/> (29.06.2015). Zob. np. J. Rymarczyk, *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2004, s. 19.

³³⁸ J. Wilkin, *Globalizm i lokalizm...*, *op. cit.*, s. 11–18.

Proces globalizacji jest powszechny. Odkrycie regionów w procesie globalizacji jest możliwe dzięki przedsiębiorstwom, a właściwie korporacjom transnarodowym, które szukając rynków zbytu na poziomie globalnym, swój zasięg kierują na elementy przestrzeni regionalnej i lokalnej. Sprawia on, że korporacje transnarodowe wykorzystują zasoby zlokalizowane w różnych częściach świata, zaś *global resourcing* obejmuje różne zasoby (ludzkie, kapitałowe, naturalne, informacyjne). Proces globalnego pozyskiwania zasobów się nasila, a wartość użytkowa poszczególnych zasobów jest zmienna w czasie i przestrzeni; zależy m.in. od poziomu rozwoju techniki, wielkości i struktury popytu, warunków politycznych, społecznych oraz gospodarczych³³⁹.

Proces globalizacji wywiera znaczący wpływ na funkcjonowanie różnych organizacji, w tym przedsiębiorstw i jednostek samorządu terytorialnego w różnych miejscach na świecie. Przejawia się to przede wszystkim tym, że przedsiębiorstwa dokonują realokacji swojej działalności gospodarczej. Tym samym lokalizacja działalności podmiotów gospodarczych i ich zmiany (delokalizacja) odgrywają znaczącą rolę w kształtowaniu rozwoju strategicznego nie tylko przedsiębiorstw, ale również jednostek samorządu terytorialnego, które w wyniku tego procesu pozyskują lub tracą miejsca pracy i podatników³⁴⁰. A także, jak pisze J.E. Stiglitz³⁴¹, powodują ściślejszą integrację państw oraz ludzi na świecie spowodowaną ogromną redukcją kosztów transportu i telekomunikacji oraz zniesieniem sztucznych barier w przepływie dóbr, usług, kapitału, wiedzy i (w mniejszym stopniu) ludzi z kraju do kraju.

Syntezą pojęć globalizacji i lokalizacji, a jednocześnie reakcją na ich różnorodność znaczeniową jest globalizacja. Współistnieją zatem dwie różne, choć zależne od siebie płaszczyzny postrzegania i badania zjawisk globalizacji. Pierwsza z nich udziela odpowiedzi na pytanie o przyczyny oraz konsekwencje lokalizacji przedsiębiorstwa na danym terytorium, druga wskazuje natomiast warunki otwarcia danego terytorium i jego integracji z resztą świata, jak również określa cechy polityki służącej przyciąganiu inwestycji zewnętrznych, przy czym chodzi o to, by były to inwestycje sprzyjające rozwojowi lokalnemu, a nie hamujące go czy wręcz uniemożliwiające jego podjęcie bądź kontynuowanie, a także by sposób funkcjonowania stworzonych w ich wyniku podmiotów gospodarczych był przyjazny lokalnemu rozwojowi³⁴².

³³⁹ K. Kuciński, *Gospodarka regionalna*, Kurpisz, Poznań 2002, s. 191.

³⁴⁰ *Globalizacja*, red. K. Kuciński, Difin, Warszawa 2011, s. 258. Zob. m.in. H. Godlewska, *Lokalizacja działalności gospodarczej. Wybrane zagadnienia*, Wyższa Szkoła Handlu i Finansów Międzynarodowych, Warszawa 2001.

³⁴¹ J.E. Stiglitz, *Globalizacja*, PWN, Warszawa 2004, s. 26.

³⁴² *Globalizacja*, s. 239–240.

Znaczenie lokalizacji, czyli problem wyboru miejsca, najczęściej przez przedsiębiorstwa, był opisany w teoriach lokalizacji. Jak zauważył K. Kuchciński, wybór ten to nie jest jedynie jednorazowy akt, ale stały proces, w którym osoba lub organ decydujący o lokalizacji danej jednostki lub jej elementu, analizując zmieniające się warunki wewnętrzne i zewnętrzne, podejmuje decyzję o utrzymaniu lub zmianie miejsca lokalizacji³⁴³.

W rozważaniach dotyczących globalizacji celowe wydaje się wyjaśnienie, dlaczego w pracy przyjęto tezę o myśleniu globalnym, a działaniu lokalnym. Pierwszą przesłanką jest potrzeba uwzględnienia globalnych uwarunkowań na poziomie lokalnym, co zawrzeć można w pytaniu: po co zwracać uwagę na uwarunkowania globalne, jeżeli na poziomie lokalnym występują uwarunkowania wewnętrzne?

Rozwój rozpatrywany w skali lokalnej i regionalnej jest szczególnie skomplikowanym zagadnieniem, ponieważ dotyczy obszaru, który rozwija się nie jako element autarkiczny, ale integralna części całości gospodarki narodowej³⁴⁴. Oznacza to włączenie przestrzeni lokalnej w szerszą płaszczyznę kraju, świata. W takim rozumieniu należy interesować się również uwarunkowaniami zewnętrznymi.

Uwzględnienie współczesnych priorytetów rozwoju wiąże się w praktyce z realizacją potrzeby myślenia globalnego i działania lokalnego, czyli z poszukiwaniem sposobów wykorzystania zasobów lokalnych tak, by realizować globalne założenia rozwoju. Nie zawsze jest to uzasadnione, gdyż każdy system lokalny reaguje inaczej ze względu na swoją specyfikę i na płynące ze świata propozycje zmian. Natomiast jedna z przyczyn wydaje się istotna, dotyczy ona bowiem niwelowania³⁴⁵ różnic rozwojowych w układzie przestrzennym ze względu na to, że wydzielone obszary terytorialne nie są jednostkami zamkniętymi, a znajdującymi się w systemie otwartym.

Klasyfikacja przestrzenna obiektów umożliwia konstrukcję modeli przyczynowo-skutkowych dla jednorodnych grup, wyłonienie czynników rozwoju oraz identyfikację zależności występujących między czynnikami rozwoju regionalnego a jego identyfikatorami³⁴⁶.

Stanowi to wskazanie dla władz samorządowych w obszarze kreowania celów rozwojowych uwzględniających nie tylko lokalne potrzeby społeczności, ale tendencje transformacji na świecie. Działania oddolne powodują unikanie konfliktów i rozwiązują potrzeby lokalne, aktywizując życie społeczności.

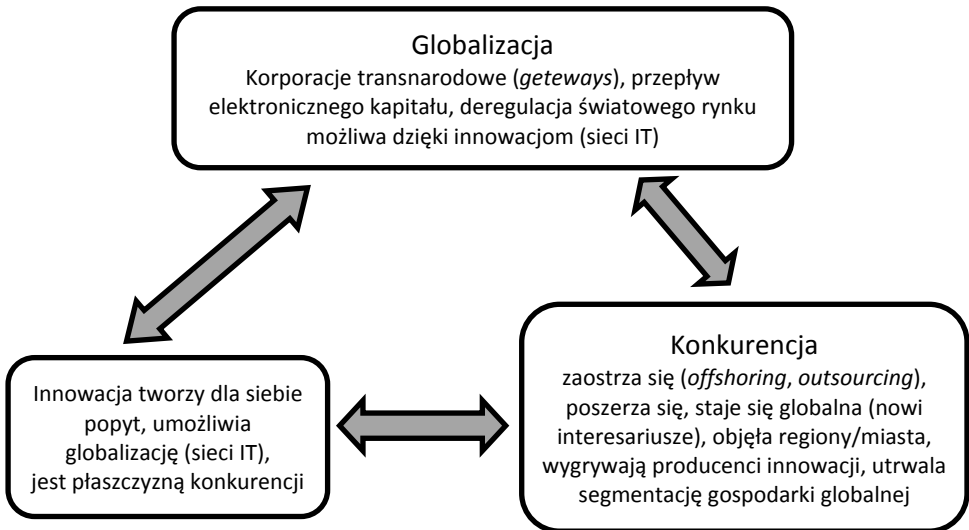
³⁴³ K. Kuciński, *Geografia ekonomiczna. Zarys teoretyczny*, Wyd. SGH, Warszawa 2000, s. 67.

³⁴⁴ Z. Szymła, *Determinanty...*, *op. cit.*, s. 35.

³⁴⁵ Powyższe założenie można rozumieć nie tylko w znaczeniu pozytywnym, ale i negatywnym.

³⁴⁶ E. Nowak, *Metody taksonomiczne w klasyfikacji obiektów społeczno-gospodarczych*, PWE, Warszawa 1990, s. 27.

Lokalne i regionalne zadania prorozwojowe muszą być postrzegane z perspektywy globalnej, a właściwie powinny uwzględniać optymalne wykorzystanie wewnętrznych czynników rozwojowych, dostosowując się do tego, co wypływa z otoczenia. Stąd wydaje się celowe rozpoznanie obiektywnych społeczno-ekonomicznych uwarunkowań rozwoju w konkretnej przestrzeni. Potwierdzeniem jest wiodąca pozycja we współczesnym rozwoju przypisywana triadzie: globalizacja – konkurencja – innowacja³⁴⁷ (rysunek 14).



Rysunek 14. Triada współczesnego modelu rozwoju

Źródło: G. Gorzelak, *Rozwój – region – polityka*, w: *Rozwój, region, przestrzeń*, red. G. Gorzelak, A. Tucholska, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego-EUROREG, Warszawa 2007, s. 184.

Innowacje rozwijają się nie tylko w układzie globalnym. Działania innowacyjne podejmują przedsiębiorstwa w każdym miejscu na ziemi. Postawy proinnowacyjne cechują również mieszkańców przestrzeni lokalnych. Warunkowane są nie tylko przez czynniki wewnętrzne, ale i zewnętrzne, na które w różny sposób reaguje społeczność lokalna.

Wdrożenie zmian strukturalnych, począwszy od etapu, w którym ludzie przejmują nowe wzorce i idee, do etapu końcowego, kiedy to następuje przyswojenie tych nowych wzorców prowadzące do zmiany struktury układu lokalnego lub do ich odrzucenia przez mechanizm kompensacyjny danego układu, jest procesem niezwykle złożonym. Szanse wprowadzenia zmian w lokalnym

³⁴⁷ G. Gorzelak, *Polskie regiony w procesie integracji europejskiej*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2002, nr 2–3(9), s. 63.

układzie zależą od liczby osób inicjujących, ich siły ekonomicznej, społecznej akceptacji zmian itp. Z kolei odrzucenie lub hamowanie zmian wprowadzających z zewnątrz zależy od stopnia zorganizowania społecznego i istnienia silnych grup społecznych przeciwnych zmianom³⁴⁸.

Uwarunkowania i globalne wzorce zachowań są istotne w transferze informacji, która dzięki infrastrukturze dociera do najodleglejszych miejsc globu. Na poziomie lokalnym możemy dowiedzieć się nie tylko o tym, co dzieje się na świecie, ale poznać nowe osiągnięcia. Można przywołać tu przykład nie z obszaru ekonomii, a kultury pozwalający dzięki narzędziom globalnym poznać inne zwyczaje, wartości kształtujące postawę tolerancji i otwartości. Napływ czynników zewnętrznych powoduje modyfikację sposobu myślenia, jest też próbą identyfikacji własnych wartości na poziomie lokalnym. Wielowymiarowość globalizacji wiąże się także z czynnikiem zmiany, np. technologią, poglądami społecznymi, modą, zachowaniem nabywców itp. Wymiar ekonomiczny mierzony zwrotem z inwestycji będzie decydował nie tylko o działaniach inwestora, ale również społeczności lokalnej w kwestii otwartości na nowe rozwiązania inwestycyjne. Miało to miejsce na skutek deindustrializacji i poszukiwania miejsc produkcji o niższych kosztach. Przykładem jest oferta rynków finansowych, która dotarła nie tylko do ośrodków centralnych. Produkty wykorzystujące wiedzę i wartości symboliczne są dostępne również na obszarach peryferyjnych. Stąd propagowanie wspomnianych wcześniej działań innowacyjnych. System finansowy generował swoją ofertę dzięki rewolucji technicznej objawiającej się masowym wykorzystaniem komputerów i sieci telefonicznych. Dzisiaj mieszkańcy przestrzeni lokalnej korzystają z tych osiągnięć równie sprawnie jak w ośrodkach centralnych. Dostęp do informacji i technologii spotęgował uczestnictwo w globalnym rynku.

Kapitał nie uznaje granic, zaś społeczeństwa lepiej rozwinięte oczekują ochrony przed ofertą społeczeństw rozwijających się. Wynika to z przepływu ludzi, dla których ani granice, ani odległość czy czas nie są barierami w podróży. Do tego dodać trzeba rozwój sieci komunikacyjnych w krótkim czasie pozwalający poznać siłę mediów. Nie jest to jedyny wymiar globalizacji, wskazano na niego ze względu na podjęty problem badawczy, nie prezentując szczegółowo innych wątków (np. związanych z bezpieczeństwem, terroryzmem, migracjami; nie wskazywano również na ujemny wpływ globalizacji).

Konkludując odpowiedź na pytanie, po co interesować się globalizacją i czynnikami globalnymi na poziomie lokalnym: po pierwsze, ze względu na

³⁴⁸ W. Maik, *Nowe ujęcie kwestii lokalnej w teorii społecznej i praktyce planistycznej*, w: *Gospodarka przestrzenna i regionalna w trakcie przemian*, red. W. Kosiedowski, Wyd. UMK, Toruń 1995, s. 27.

wiedzę, że takie czynniki występują, jak również aby umieć je wykorzystać lub chronić lokalne wartości.

W literaturze podkreśla się znaczenie istotnych zmian otoczenia globalnego, które kształtowane jest przez wiele czynników. Wśród nich należy wymienić te kształtujące globalizację:

- polityczno-prawne, decydujące o stopniu liberalizacji stosunków polityczno-gospodarczych,
- postępu naukowo-technicznego (rozwój technologii, wzrost znaczenia kapitału intelektualnego),
- ekonomiczne, w szczególności konkurencji międzynarodowej³⁴⁹.

Czynniki te można analizować w układzie ogólnym i szczegółowym, natomiast istotne wydaje się wskazanie stymulujących w obszarze ekonomii determinant oddziałujących na rynek lokalny. Wspomnieć warto choćby o liberalizacji handlu międzynarodowego, przepływie siły roboczej, kapitału i wiedzy. Działanie tych czynników jest ze sobą powiązane i stymulowane. Rewolucja informatyczna zmieniła obraz świata, postęp techniczny wpływa na rynki, produkcję, korporacje³⁵⁰.

Dodać trzeba, że w grupie tych czynników znalazł się kapitał kreatywny. Poprzez oceny klasy kreatywnej i jej wpływu na rozwój gospodarczy badacze ocenili kraje i regiony, wskazując na możliwe czynniki rozwoju klasy kreatywnej jako przedstawicieli kapitału kreatywnego. Użyte do oceny indeksy są również wskaźnikami promującymi globalne wzorce życia, wśród których znajduje się np. wpływający na rozwój, a budzący kontrowersję wskaźnik liczby homoseksualistów. Zaproponowane indeksy pomiaru kapitału kreatywnego znalazły naśladowców mimo krytyki. W odniesieniu do tej metodyki badawczej naukowcy oceniali pozycje dużych miast³⁵¹, co również wskazuje na ich bardziej globalny lub krajowy charakter. Wprowadzenie na poziom lokalny oceny determinanty rozwoju lokalnego, jaką jest kapitał kreatywny, pozwala odnieść się do globalnego trendu (mody) zainteresowania tym zjawiskiem. Daje szansę komplementarnego zestawienia oddziaływania uwarunkowań „3T”, tj. kategorii talentu, technologii, tolerancji. Pozwala także na krytyczną modyfikację formuły „3T”, jak również na zmianę w interpretacji każdego ze składników tej formuły.

³⁴⁹ G. Stonehouse, J. Hamill, D. Campbell, T. Prudie, *Globalizacja. Strategie i zarządzanie*, Felberg SJA, Warszawa 2001, s. 25.

³⁵⁰ Zob. *Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania...*, *op. cit.*, s. 42.

³⁵¹ Dla porównania zob. *European Cities and Regions of the Future 2014/2015, Regions, FDI*, www.FDIIntelligence.com, FOCI Future Orientations for Cities, version 15, ESPON 2013, Brief for Poland, *Kreatywne miasta*, https://www.creativeclas.com/rfcgdb/articles/Brief_116_B4P.pdf (12.11.2014); R. Florida, Ch. Mellenger *Segregated City. The Geography of Economic Segregation in America's Metros*, Martin Prosperity Institute, Rotman School of Management, University of Toronto, Toronto 2015.

Z punktu widzenia lokalnego istotna jest również polityka integracji gospodarczej podejmowana na szczeblu międzynarodowym. Występowanie wymienionych czynników ma charakter zewnętrzny w stosunku do rozwoju lokalnego. Szczególnie oddziaływanie technologii zostało wpisane w teorie rozwoju regionalnego od góry. Z punktu widzenia lokalnego zdaniem autorki ważne jest, aby o czynnikach zewnętrznych (także tych globalnych) nie zapominać z powodu koncentracji na wykorzystaniu czynników wewnętrznych. Kategorie te występują bowiem na poziomie lokalnym, mają jednak własny, często odmienny od globalnego wymiar.

W zagranicznej literaturze wskazuje się na niskie zainteresowanie tematem kapitału kreatywnego na przestrzeniach wiejskich. Jest to kolejna luka poznawcza, która w opinii autorki powinna być rozpoznana np. w kontekście porównania z obszarami miejskimi czy też oceny możliwości rozwoju terenów wiejskich z uwzględnieniem kapitału kreatywnego.

Wykorzystanie kreatywności jest możliwe poprzez konceptualizację i kreację innowacji³⁵². Na poziomie lokalnym powinno to skutkować reakcją na zmiany, transformacją zasobów, tak by pokonywać problemy i kształtować nowe rozwiązania. Takiej działalności sprzyja współpraca na poziomie lokalnym (regionalnym).

Konsekwencją powyższego ujęcia jest także potrzeba wskazania, jakie są korzyści z globalizacji na poziomie niższym, tj. lokalnym. Nie wartościując oddziaływania globalizacji w skali lokalnej, należy zgodzić się, że wpływ procesów globalizacji jest olbrzymi. Stąd propagując sentencję „jeśli myślisz, że jest w niej [globalizacji] samo dobro – lub samo zło – to znaczy, że jej w ogóle nie rozumiesz”³⁵³, poniżej zaprezentowano wybrane efekty globalizacji, które można odnieść również do skali lokalnej. Zaprezentowano je bez określenia kierunku i oceny ich następstw. Zaliczyć tu można:

- liberalizację³⁵⁴ stosunków międzyludzkich,
- integrację rynków, kapitału i siły roboczej,
- standaryzację, unifikację produktów,
- zniesienie barier hamujących wymianę międzynarodową,
- ujednocnianie treści kulturowych (homogenizacja)³⁵⁵,
- zwiększenie różnorodności i współzależności (heterogenizacja),

³⁵² Por. R.A. Bettis, M.A. Hitt, *The New Competitive Landscape*, „Strategic Management Journal” 1995, vol. 16, <http://old.www.iup.edu/leadership/resources/5.html> (10.13.2008).

³⁵³ T.L. Friedman, *Świat jest płaski. Krótka historia XXI wieku*, Rebis, Poznań 2006, s. 518. Zob. także: A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, PWN, Warszawa 2002; W. Szymański, *Czy globalizacja musi być irracjonalna*, Wyd. SGH, Warszawa 2007, s. 65–68.

³⁵⁴ Zob. G. Kołodko, *Wędrujący świat*, Prószyński i S-ka, Warszawa 2008, s. 98–114.

³⁵⁵ Zob. M. Kempny, *Czy globalizacja kulturowa współdecyduje o dynamice społeczeństw postkomunistycznych?*, „Kultura i Społeczeństwo” 2000, nr 1, s. 12.

- mieszanie treści kulturowych (hybrydyzacja),
- konwergencja (upodobnianie się),
- kreolizacja (mieszanie się),
- indygenizacja (ulożenie³⁵⁶),
- tworzenie nowych układów sił geopolitycznych,
- produkty rynków finansowych,
- migracje i zamiany na rynku pracy,
- postęp techniczny, zmiany technologii,
- brak dystansu czasu, przestrzeni oraz granic w sensie terytorialnym³⁵⁷,
- zmiany katalogu wartości,
- przepływ informacji i możliwość komunikacji sieciowej.

W takim ujęciu wyzwaniem dla lokalnej społeczności jest ukształtowanie relacji globalny–lokalny, które stymulują absorpcję pożądaných uniwersalnych wzorców i zasad, ale także chronią i utrwalają lokalne odrębności społeczne i kulturowe. Podobne stwierdzenie odnieść można również do sfery gospodarki lokalnej. W tym przypadku istotnym stymulatorem rozwoju może być lokalna endogeniczna zdolność do absorpcji korzyści i jednocześnie ograniczenie zagrożeń wynikających z globalizacji gospodarki³⁵⁸.

Na rysunku 15 zaprezentowano wybrane czynniki przepływające ze sfery globalnej do lokalnej w układzie dynamicznym.

Globalizacja to napływ taniej siły roboczej, co pozwala na zmniejszenie kosztów, a w przypadku klasy kreatywnej chodzi o przedstawicieli zawodów tworzących wiedzę i innowacje, których napływ nie wiązałby się z ponoszonymi kosztami kształcenia.

Globalna gospodarka uruchamia procesy tworzenia potrzeb, wzrostu aktywności, w których kształtowanie w świadomości ludzkiej włączają się media. Globalizacja rodzi sprzeczności, jednak warto przynajmniej poznać podstawowe informacje o determinantach rozwoju, w tym wypadku globalnego, ale także na poziomie lokalnym (rysunek 16).

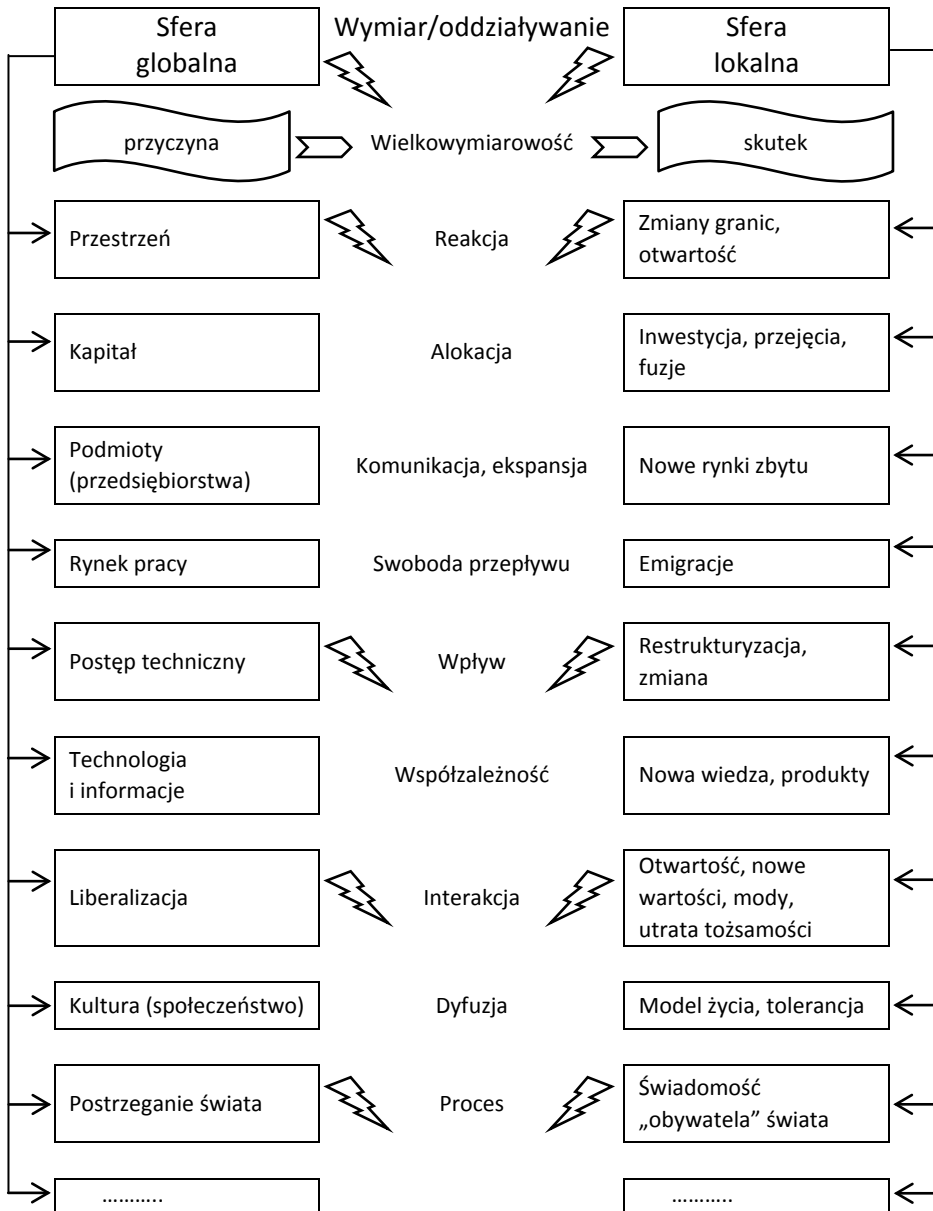
Wpływ globalizacji na niższy strukturalnie poziom lokalny jest różny. Nie zawsze ma on pozytywny charakter³⁵⁹, który wskazywany jest przy implementacji założeń odnoszących się do kapitału kreatywnego.

³⁵⁶ A. Miszczuk, M. Miszczuk, K. Żuk, *Gospodarka samorządu...*, op. cit., s. 17.

³⁵⁷ Zob. M. Pietraś, *Istota i zakres procesów globalizacji*, „Sprawy Międzynarodowe” 2002, nr 2, s. 7–13. Por. M. Dutkowski, *Wpływ globalizacji na zagrożenia wspólnot lokalnych*, w: *Globalizacja i my. Tożsamość lokalna wobec trendów globalnych*, red. R. Piekarski, M. Graban, Wyd. UJ, Kraków 2003, s. 240.

³⁵⁸ R. Broń, *Relacja między globalnością zmian...*, op. cit., s. 15.

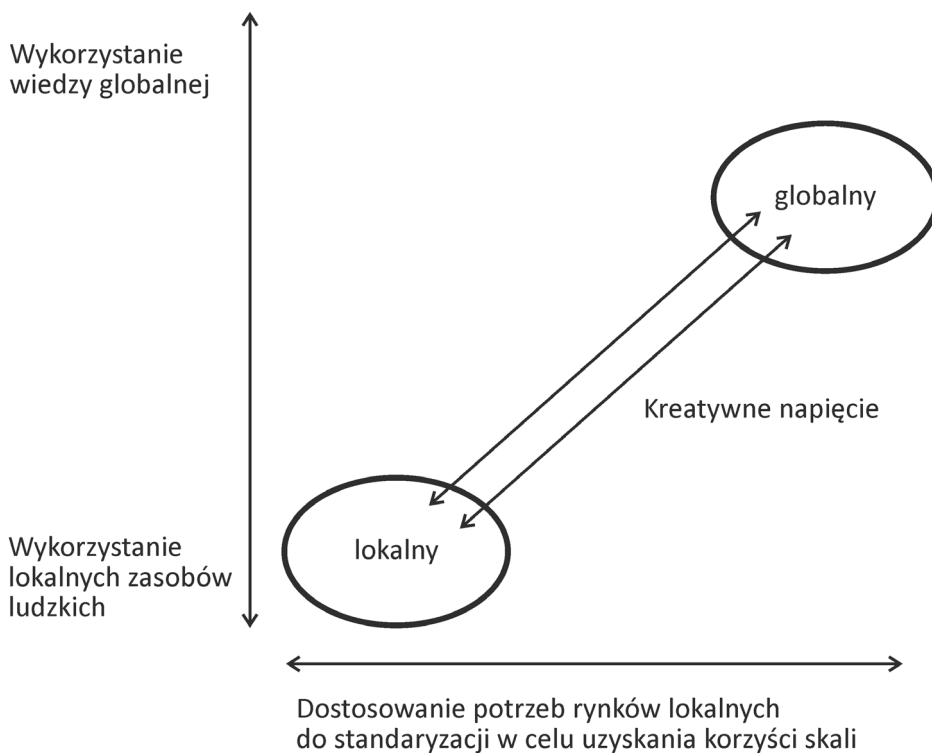
³⁵⁹ Krytycy globalizacji wskazują na ryzyko utraty tożsamości narodowej, powszechną laicyzację czy też zdominowanie rodzimej kultury przez obce pierwiastki. Argumentem za krytycznym ujęciem jest teza głosząca, że na globalizacji najbardziej korzystają kraje rozwinięte, a także naj-



Rysunek 15. Wybrane skutki globalizacji w obszarze lokalnym

Źródło: opracowanie własne.

większe światowe korporacje. Zob. też: A. Budnikowski, *Zagrożenia związane z globalizacją i możliwości ich pokonywania*, „Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Handlowej. Kolegium Gospodarki Światowej” 2000, nr 9, s. 17–26.



Rysunek 16. Lokalna sprawność działania – globalna efektywność

Źródło: A. Rutkowska-Gurak, *Miasta jako produkty lokalizacyjne*, w: *Glokalizacja*, red. K. Kuciński, Difin, Warszawa 2011, s. 115.

W literaturze przedmiotu występuje również podejście opisujące dialektyczność globalizacji. Wyraża się ona w zestawieniu³⁶⁰:

- globalizacja–fragmentaryzacja,
- integracja–dezintegracja,
- globalizacja–regionalizacja,
- homogeniczność–dyferencjacja,
- globalność–lokalność.

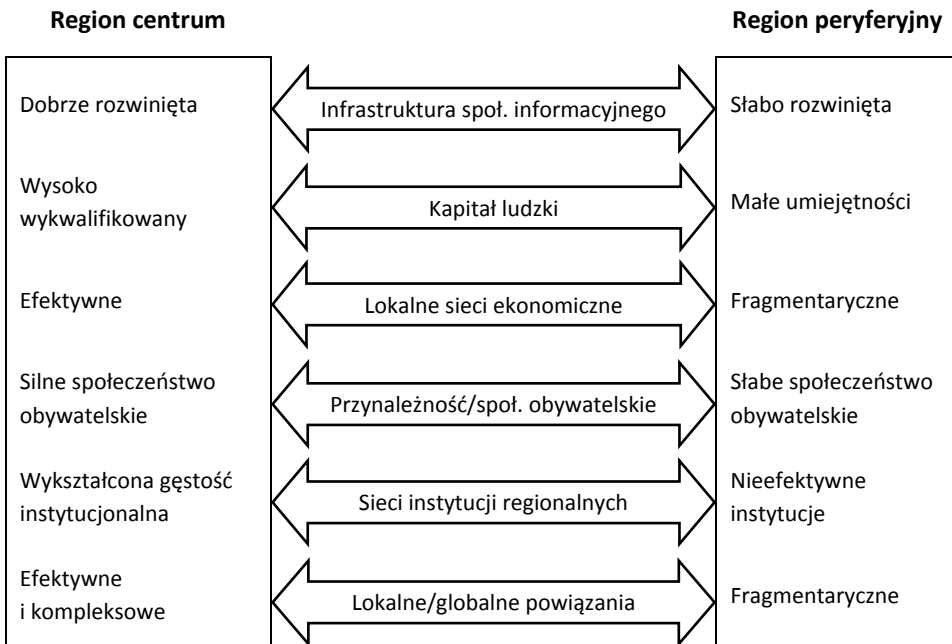
Istotne wydaje się zwrócenie uwagi na kapitał kreatywny na poziomie globalnym i potrzebę identyfikacji tej determinanty na poziomie lokalnym. Uzasadnieniem jest propagowany w literaturze silniejszy wpływ kreatywności niż „pozycja miejsca”, czyli lokalizacja.

Kapitał kreatywny ma tendencje do naturalnej koncentracji w przestrzeni, dlatego autorzy są zgodni, że dochodzi do powstawania klastrów kapitału ludz-

³⁶⁰ S. Flejtarski, P. Wahl, *Ekonomia globalna. Synteza*, Difin, Warszawa 2003, s. 23.

kiego. Tezę tę udowadnia szeroko R. Florida, wskazując wręcz, że firmy lokalizują się w miejscach, gdzie koncentrują się utalentowani, wartościowi ludzie, gdyż to oni są w znacznej mierze źródłem innowacji i rozwoju. Podkreśla on w tym względzie, że clustering kapitału ludzkiego jest ważniejszy niż clustering przedsiębiorstw³⁶¹.

Z punktu widzenia kapitału kreatywnego dostępność surowców nie jest jedynym czynnikiem decydującym o jego migracji. Jest nią różnorodność, która powoduje, że każda jednostka potrafi znaleźć w niej swoje miejsce. Szczególnie, że kreatywne jednostki to ludzie, dla których miejsce nie stanowi bariery. Nie ogranicza ich przestrzeń ze względu na możliwości technologiczne. Wybory miejsca wiążą się często z ich peryferyjnością wynikającą z dystansu geograficznego, organizacyjnego czy instytucjonalnego. Stąd można poszukiwać wytłumaczenia wyborów miejsca zamieszkania przez przedstawicieli klasy kreatywnej w miastach.



Rysunek 17. Główne elementy peryferyjności nieprzestrzennej

Źródło: A. Olechnicka, *Regiony peryferyjne w gospodarce informacyjnej*, Scholar, Warszawa 2004, s. 61.

³⁶¹ Z. Przygodzki, P. Pożycka, *Rozwój i zróżnicowanie sektora kreatywnego w Łodzi*, „Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne oddział w Łodzi” 2013, nr IX, s. 168.

Z teorii lokalizacji wynika, że z perspektywy czasu występujące elementy peryferyjności nie są do końca związane z przestrzenią (rysunek 17). Proces globalizacji zachodzi także w umysłach i właśnie ten jego aspekt w ograniczonym stopniu poddaje się kontroli, na co zwraca uwagę J. Harold³⁶². W przypadku kapitału kreatywnego ma on znaczenie ze względu na otwartość na poglądy innych. Potwierdza to przykład miast, które są otwarte na globalną edukację i zderzenia cywilizacji różnych kultur, z czego wynika potrzeba tolerancji i otwartości na różnorodność dotyczącą płci, religii czy kultury³⁶³. Obszar życia mimo wyodrębnienia w konkretnym miejscu traci na znaczeniu ze względu na inne mechanizmy, których siła staje się mocniejsza od pozycji przestrzeni.

Ogromny zakres przemian dokonuje się współcześnie w postawach cywilizacji wewnętrznie splatanych z sytuacją człowieka w świecie „tworów” będących dziełami jego wyobraźni³⁶⁴.

W nowym świetle ukazuje się znaczenie gospodarowania zdolnościami ludzkimi, powstają nowe warunki kształtowania się sposobu życia, stąd rośnie potrzeba rozwiązywania problemu udziału w cywilizacji, rozwoju demokratycznych form życia.

Głębia, szybkość i rozległość rewolucyjnych przemian produkcji, pojawiają się nowości technicznych i odkryć naukowych na świecie świadczy o tym, że współczesność uruchamia procesy zmieniające od podstaw tradycyjną bazę życia ludzkiego – i daleko przekraczające granice dotychczasowych osiągnięć całej cywilizacji. Nurt doświadczeń naukowych wyraźnie przyśpiesza, częstotliwość wynalazków liczy się już na sekundy, nowości techniczne, coraz częściej zmieniają całe procesy produkcyjne. Człowiek przenika do wnętrza materii i otwiera epokę kosmiczną. Zmienia się natura działalności ludzkiej i ramy życia ludzkiego, skracają się odległości, intensywniej wykorzystuje się czas, środowisko przyrodnicze zastępuje się wszędzie sztucznie wytworzonym; nauka przenika całe życie społeczne i otwiera wciąż nowe sfery działania. Ludzie stopniowo opanowują podstawy własnej egzystencji. Jeżeli dotychczas każde pokolenie przejmowało od poprzedników warunki swej działalności i swego życia jako wielkości gotowe, określające w istocie cały cykl życia, w przyszłości każde pokolenie będzie na pewno w ciągu swego życia kilkakrotnie przechodzić przebudowę warunków cywilizacyjnych i całej struktury życia ludzkiego³⁶⁵. Człowiek,

³⁶² J. Harold, *Koniec globalizacji. Czego nauczył nas wielki kryzys*, Scholar, Warszawa 2010, s. 10.

³⁶³ Zob. opisy problemów i wpływów wynikających z wymienionych czynników, np. *Rozwój w dobie globalizacji...*, *op. cit.* – proces urbanizacyjny: s. 171–185, migracyjny: s. 187–205, edukacji globalnej: s. 485–503, cywilizacji: s. 519–528, religii: s. 530–566, kultury: s. 600–614.

³⁶⁴ R. Richta, *Cywilizacja na rozdrożu*, Książka i Wiedza, Warszawa 1971, s. 15.

³⁶⁵ *Ibidem*, s. 27.

wykorzystując swoją naturalną ciekawość, poszukuje nowych udogodnień życia, takich wartości czy przewag, które pozwolą mu się samorealizować. Również na poziomie lokalnym człowiek dąży do samorealizacji.

Warto także zwrócić uwagę, że globalizacji podlegają przemysły kultury, tak jak wiele innych. Ulegają jej nawet w większym stopniu, ponieważ produkują symbole, które łatwo transferują się na skalę globalną za pośrednictwem sieci, satelitów, fal elektromagnetycznych. Jesteśmy świadkami ekspansji rynku dóbr symbolicznych. Ma to związek przede wszystkim z synergią rynku, technik (tele)komunikacyjnych, wolności transferów, także informacyjnych i kulturowych, oraz z zamożnością społeczeństw, które konsumują relatywnie więcej dóbr symbolicznych niż materialnych. Efektem tego procesu jest globalizacja narzędzi, zasięgu, niekoniecznie zaś zawartości. Do obiegu międzynarodowego może trafić każdy wytwór kultury lokalnej (narodowej, regionalnej), który zainteresuje konsumenta poza krajem jego wytworzenia, wcale nienawiązujący do powszechnie uznawanych symboli czy produktów³⁶⁶.

Globalizacja staje się układem odniesienia i warunkiem brzegowym rozwoju lokalnego. Determinuje go niezależnie od tego, czy lokalne społeczności i gospodarki zdają sobie z tego sprawę, czy nie. Czy potrafią globalizację wykorzystać jako czynnik rozwojowy, czy traktują ją jako niemożliwą do przezwyciężenia barierę cywilizacyjnego i ekonomicznego awansu³⁶⁷.

Pojęcie glocalizacji stanowi swoistą syntezę globalizacji i lokalizacji pozwalającą na widzenie globalizacji z innego, niejako odwrotnego, niż to się na ogół czyni, punktu widzenia. Umożliwia dostrzeżenie i analizę następujących elementów:

- przyczyn i konsekwencji lokalizacji w konkretnym otoczeniu lokalnym (w lokalnej przestrzeni ekonomicznej) zorientowanych globalnie podmiotów gospodarczych,
- warunków umożliwiających otwarcie się tego otoczenia na resztę świata i integrowania się z nim,
- stymulujących rozwój lokalny miejscowych rozwiązań instytucjonalnych sprzyjających pozyskaniu inwestycji globalnych podmiotów gospodarczych³⁶⁸.

Wspomnieć należy, że lokalność stanowi tutaj aspekt globalności, a nie jej opozycję. Obok przyjmowania wzorów globalnych mamy do czynienia z tendencją do tworzenia bądź zachowywania specyfiki zachowań lokalnych. Gloka-

³⁶⁶ K. Krzysztofek, *Przemysły kultury a globalizacja – wnioski dla Polski*, w: *Kultura i przemysły kultury szansą rozwojową dla Polski*, red. J. Szomburg, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2002, s. 59–60.

³⁶⁷ *Glocalizacja...*, *op. cit.*, s. 9.

³⁶⁸ *Ibidem*, s. 10.

lizacja ma zatem ukazywać wzajemne uwarunkowanie i przenikanie się globalności i lokalności oraz nowe rodzaje relacji między przestrzeniami globalnymi i lokalnymi³⁶⁹.

P.F. Drucker zauważa, że ci, którzy pracują nad dzisiejszymi wyzwaniami i jednocześnie przygotowują się do nowych doświadczeń, jakie niesie ze sobą przyszłość, zostaną liderami i będą dominować na rynku. Natomiast ci, którzy zwlekają z działaniami, czekając, aż wyzwania staną się naprawdę istotne i będą wymagały konkretnych decyzji, zostaną w tyle, czego konsekwencją będą ogromne straty, prawdopodobnie nie do odrobienia w przyszłości³⁷⁰.

Do wyzwań zmieniającego się świata dostosowują się z sukcesem przedstawiciele kapitału kreatywnego. Globalne postrzeganie kapitału kreatywnego uznała autorka za wartę propagowania i rozpoznania na poziomie lokalnym, przyjmując za T. Gobanem-Klasem, że globalizację sprowadza się często w tym kontekście do modelu działania według zasady „myśl globalnie, działaj lokalnie”³⁷¹. Globalizacja to wykorzystanie „zdobyczy” globalnych na poziomie lokalnym, co skutkowało przyjęciem do analizy zmiennej, za jaką uznano kapitał kreatywny na poziomie lokalnym. Takie ujęcie problemu może przyczynić się do wzrostu znaczenia perspektywy lokalnej w rozważaniach nad globalizacją. Stąd lokalność przyjęto jako punkt wyjścia, a zarazem cel badań. Autorka stoi na stanowisku, aby w perspektywie globalizacji nie traktować relacji globalizacja–lokalność jednokierunkowo³⁷². Proponuje się ujęcie lokalności w kontekście systemu zakładającego ideologię otwartości na świat, jednak niezakotwiczoną w konkretnym miejscu, powiązaną z lokalną ojczyzną. Przykładem są czynniki globalne przenikające na poziom lokalny. Wśród nich znalazła się kreatywność, jednak ich dobór zależy od przedmiotu i kryteriów analizy. Z pewnością ważny na każdym poziomie jest człowiek, technologia, współpraca, przedsiębiorstwa i instytucje. Wymienione zmienne pełnią różne funkcje na rynku globalnym i lokalnym. W zależności od kontekstu czynniki te mogą ulec zmianie.

Wybór stylu życia globalnego czy lokalnego nie stanowi trudnej decyzji, bo dziś potrzeby różnicowania w zasadzie już nie ma. Im bardziej nasila się proces globalizacji, tym jako adekwatne zjawisko odradza się lokalizm. Zrozumienie

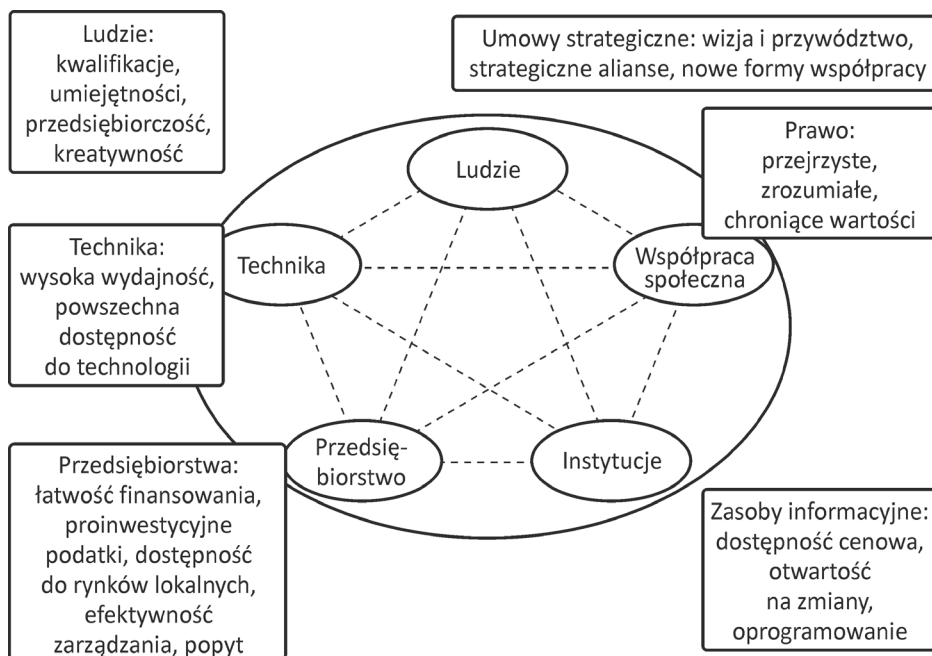
³⁶⁹ A. Sugier-Szerega, *Korporacje medialne a cechy kultury globalnej*, „Kultura i Społeczeństwo” 2004, nr 4, s. 41–42.

³⁷⁰ P.F. Drucker, *Zarządzanie w XXI w.*, Muza, Warszawa 2000, s. IX.

³⁷¹ T. Goban-Klas, *Globalizacja jako remedium na globalizację*, w: *Oblicza procesów globalizacji*, red. M. Pietraś, Wyd. UMCS, Lublin 2002, s. 242–243.

³⁷² Za takim postulatem przemawiają przykłady przedsiębiorstw działających na rynku globalnym, a mających siedzibę w przestrzeni lokalnej, co oznacza, że wnoszą one do globalnego świata własne wartości.

zależności globalny–lokalny z pewnością będzie przedmiotem badań wielu autorów w przyszłości, natomiast za rozwiązanie, złoty środek można uznać definicję wpisaną w globalizację łączącą dwa tak różne wymiary (rysunek 18).



Rysunek 18. Wybrane czynniki globalne oddziałujące na lokalne

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Czynniki rozwoju globalnego społeczeństwa informacyjnego. Polska w drodze do globalnego społeczeństwa innowacyjnego*, Raport o rozwoju społecznym, Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP) Biuro Projektowe w Warszawie, Warszawa 2002, s. 25 i n.

4.4. Gmina jako lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego

Z teorii rozwoju wynika duże znaczenie terytorium, przestrzeni, miejsca. Obszary wyznaczone najczęściej granicami geograficznymi czy administracyjnymi za pomocą różnych mechanizmów kształtują swój rozwój. Możliwość rozwoju opartego na kapitale kreatywnym będzie się wiązać ze stworzeniem warunków dla rozwoju kreatywnych ludzi. Za kreatywne systemy, czyli miejsca stwarzające sprzyjające warunki do rozwoju kapitału kreatywnego, uznaje się miasta. Związane to jest z rozwojem przedsiębiorstw zaliczanych do przemy-

słów kreatywnych i szeroko promowanych działań mających na celu zagospodarowanie czasu wolnego mieszkańców. Przyjmując za taką przestrzeń powierzchnię gminy traktowanej jako najmniejsza jednostka administracyjna, można zadać pytanie, na ile ta przestrzeń jest różnorodna i ma zdolność absorpcji kapitału kreatywnego.

Jednostki samorządu terytorialnego wykonują swoje zadania za pośrednictwem organów stanowiących i wykonawczych. Wszystkie zadania publiczne służą zaspokojeniu potrzeb wspólnoty samorządowej. Gmina posiada określone zasoby, którymi gospodaruje. Ma to pozwolić wypełnić cele rozwojowe gminy oraz kształtować zmiany strukturalne. Efektywne wykorzystanie zasobów, którymi dysponuje gmina, wiąże się z podejmowaniem decyzji przez władze lokalne, prowadzi do zmniejszenia niepewności działania miejscowych przedsiębiorców, zwiększenia szans na pozyskanie inwestorów zewnętrznych, pozwala racjonalnie gospodarować budżetem, zwiększa szanse na uzyskanie dodatkowych zewnętrznych źródeł finansowania.

W proces rozwoju w ramach współdziałania aktywnie mogą się włączyć mieszkańcy, organizacje gospodarcze i społeczne. Rozwój inicjatyw lokalnych wiąże się z poziomem aktywności mieszkańców. Ten zaś zależy od reprezentowanych przez nich wartości, przedsięwzięć społecznych i innych czynników.

K. Pająk pisze o syndromie kreatywno-rozwojowym samorządu terytorialnego, wskazując na model organizacji społeczności lokalnych, który został wprowadzony jako przykład zmian podczas reformy w 1990 r. w Polsce³⁷³.

Z kreatywnością w gminie spotykamy się w opracowaniu A. Piekary³⁷⁴, który zaproponował uproszczoną formułę uwarunkowań i determinant mających wpływ na aktywność społeczną. Zależność ta wyraża się wzorem:

$$3 \times D + S + P = K + S + R,$$

gdzie poszczególne litery oznaczają: D – decentralizację, deetatyzację i demokrację, które wraz z S – samorządnością – i P – pluralizmem – są czynnikami wyzwalającymi K – kreatywność, S – społeczeństwa i R – rozwój.

Kreatywne społeczeństwo dzięki swym twórczym właściwościom szybciej uzyskuje w działaniu siłę moralną i gospodarczą. Korzyści odnosi też państwo, gdyż przekazanie przez jego centralne organy do realizacji w dół tysiąca drobnych spraw pozwala rozwiązywać najważniejsze strategiczne problemy. Taki typ społeczeństwa cechuje zatem adekwatny, postępotwórczy zespół elementar-

³⁷³ Zob. K. Pająk, *Samorząd terytorialny a rozwój lokalny w Polsce...*, op. cit., s. 91.

³⁷⁴ A. Piekara, *Wartość, istota, uwarunkowania i funkcje społeczne samorządu terytorialnego a rozwój lokalny*, w: *Samorząd terytorialny a rozwój lokalny*, Warszawa 1996, s. 39, cyt. za: K. Pająk, *Samorząd terytorialny a rozwój lokalny w Polsce...*, op. cit., s. 92. Zob. K. Pająk, *Rola samorządu terytorialnego...*, op. cit., s. 116–117.

nych postaw społecznych i nowych treści w świadomości społecznej. Zespół zjawisk o takim charakterze nazwano syndromem kreatywno-rozwojowym, na który składają się:

- wolność indywidualna i zbiorowa,
- aktywność społeczna,
- zmiany rozwojowe,
- zaspokajanie potrzeb społecznych,
- zadowolenie wynikające z dobrobytu egzystencjonalnego,
- akceptacja warunków życia oraz instytucji społecznych i politycznych.

Kreatywna wizja rozwoju społecznego, wzmacniająca ład społeczny, aktywizuje społeczeństwo. Najistotniejszym atrybutem działań społecznych jest ich podmiotowość oraz prospołeczność wyrażająca się w dążeniu do przekształceń otoczenia i lokalnych struktur społecznych. Nie bez znaczenia jest także podtrzymywanie i utrwalanie liczących się w społecznościach lokalnych wartości społecznych.

Kreatywność działań społeczności lokalnych przejawia się też w tworzeniu nowych wzorców zachowań jednostek i grup społecznych zapewniających im pełniejszy udział w życiu społeczności, poczucie zadowolenia i sensu ich działań. Prowadzi ona w konsekwencji, co podkreśla J.K. Galbraith, do budowy podstaw godnego społeczeństwa, które w wymiarze ogólnoludzkim zapewnia:

- zatrudnienie i szanse awansu dla każdego, niezawodny wzrost gospodarczy w celu utrzymania niezbędnego zatrudnienia,
- wykształcenie i możliwie daleko idącą pomoc dla rodziny oraz dyscyplinę służącą w przyszłości zadowoleniu z życia,
- wolności od społecznych niepokojów w kraju i za granicą,
- środki do życia tym, którzy nie mogą sami zadbać o nie lub po prostu tego nie robią,
- stworzenie szans osiągnięcia sukcesu poszczególnym członkom społeczeństwa stosownie do ich zdolności i ambicji,
- niedopuszczenie do tego, aby inflacja pochłonęła planowane w przyszłości środki utrzymania i zadawalający poziom bytu,
- współpracę i wzajemne zrozumienie w stosunkach międzynarodowych³⁷⁵.

Powyższe rozważania wiążą się z pojęciem kreatywnego środowiska pracy, pod którym rozumie się wszelkie wymiary, warunki i otoczenia wpływające pozytywnie na jednostki wykonujące kreatywną pracę w celu dostarczenia nowej wiedzy lub stworzenia innowacji, niezależnie od tego, czy wykonują ją samodzielnie, w grupie, w organizacji lub w ramach współpracy z innymi.

Kreatywne środowiska pracy można rozpatrywać w dwóch aspektach. W pierwszym pod tym pojęciem rozumie się środowisko, którego wielkość jest

³⁷⁵ K. Pająk, *Samorząd terytorialny a rozwój lokalny w Polsce...*, op. cit., s. 94.

uzależniona od liczby pracujących w nim pracowników. I tak, przykładem najmniejszego środowiska może być pokój, którego wystrój może wpływać pozytywnie na kreatywność pracujących w nim pracowników. W większej skali może być to region lub kraj, w którym funkcjonuje dana organizacja lub jednostka badawczo-rozwojowa, wykorzystując przepisy prawne, normy i regulacje promujące lub hamujące kreatywność i innowacyjność na danym rynku.

W drugim aspekcie kreatywne środowisko pracy można analizować przez pryzmat podmiotu działań kreatywnych i innowacyjnych, tj. pojedynczego pracownika, grupy pracowników lub całej organizacji³⁷⁶. Stworzenie kreatywnych warunków do pracy w gminie pozwala na implementację przedsiębiorczego kierowania i zmianę zachowań biurokratycznych, zaś wprowadzenie przez podmioty działań innowacyjnych spowoduje potrzebę wykorzystania kreatywności. Estetyczny wygląd miejsca i narzędzi pracy, celowe i piękne urządzenie miast, wyposażenie mieszkań, środków komunikacji, sieci handlu i usług, piękno kształtów dóbr konsumpcyjnych, barwna kompozycja opakowań, gustowna grafika czasopism i książek – po prostu estetyka całego kompleksu przedmiotów składających się na sztuczne środowisko człowieka ma na ludzką zdolność i twórczość wpływ o wiele znaczniejszy, niż kiedykolwiek przedtem przypuszczano. Dobrze skomponowany wytwór ludzki oczywiście pobudza twórczość człowieka, podnosi poziom subiektywnej wrażliwości. Przeciwnie: źle urządzone miejsce pracy, zaniedbane ulice, nieprzytulne mieszkania, brudne dworce, szary wygląd ludzi i rzeczy, pogarszające samopoczucie ludzkie, obniżają wymagania człowieka w stosunku do siebie samego, stają się przeszkodami nie bez znaczenia dla rozwoju jego sił twórczych.

W okresie rewolucji naukowo-technicznej, kiedy wszystko polega na rozwijaniu zdolności ludzkich, piękno i wrażliwość stają się podobnie nieodzowne jak rozum i celowość. Nie jest przypadkiem, że właśnie dziś estetyczne wartości produktów przestają być – przynajmniej do pewnego stopnia – przywilejem wyrobów luksusowych, że sami przedsiębiorcy, którzy nigdy nie zapominają o kalkulacji zysku, stawiają architektom wymagania w zakresie okazałego wyglądu projektowanych zakładów, że rozkwitające wzornictwo wszędzie ucieka się do autorytetów estetyki przemysłowej, że wiele państw zwraca w estetyce należne procenty od nakładów na budownictwo publiczne, że wbrew wszelkim oczekiwaniom także do krajów z tradycyjnie niskim poziomem życia artystycznego zaczynają dziś przesiąkać przez ściany skomercjalizowanej „kultury masowej” coraz silniejsze symptomy rehabilitacji rzeczywistych wartości estetycznych³⁷⁷.

³⁷⁶ J. Bendkowski, *Przesłanki tworzenia kreatywnych środowisk pracy w przedsiębiorstwach przemysłów tradycyjnych*, w: *Nowoczesność przemysłu. Przedsiębiorczość i innowacje. Uwarunkowania i czynniki rozwoju*, red. J. Pyka, TNOiK, Katowice 2007, s. 28–29.

³⁷⁷ R. Richta, *Cywilizacja...*, *op. cit.*, s. 220. Zob. J. Lipowska, *Zależności kreatywności pracowników od elementów środowiska pracy*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2013, nr 1, s. 23–33.

W pracy G. Törnqvista wprowadzone zostało do literatury naukowej pojęcie *creative milieu* tłumaczone jako środowisko kreatywne lub środowisko twórcze. Obszary obejmujące tego typu środowisko cechują – jego zdaniem – trzy zasoby:

- informacja,
- wiedza,
- kompetencja w określonych rodzajach działalności.

Połączenie tych trzech zasobów jest warunkiem wyłonienia się czwartego – kreatywności, tj. zdolności tworzenia nowych form i wartości, zarówno materialnych (np. produktów), jak i niematerialnych (np. wartości symbolicznych, pomysłów, idei)³⁷⁸.

Na kreatywne środowisko składają się działalności – przemysły kreatywne, ludzie – kreatywne jednostki, miejsca – przestrzenie kreatywności, infrastruktura – twarda i miękka. Interakcje między tymi składnikami w dużej mierze zależą od konkretnych systemów gospodarowania i wsparcia, kształtowania polityki, przeważnie na lokalnym poziomie wspieranej przez kreatywną strategię na poziomie Unii Europejskiej, od stopnia systemu przestrzennego i miejskiej hierarchii oraz poziomu dostępu do technologii informacyjnych i komunikacyjnych³⁷⁹.

Kreatywne środowisko to miejsce – zespół budynków, dzielnic, miasto lub region – w którym zarówno „twarda”, jak i „miękka” infrastruktura sprzyjają przepływowi pomysłów i innowacji. Takim środowiskiem jest przestrzeń fizyczna, w której masa krytyczna przedsiębiorców, intelektualistów, działaczy społecznych, artystów, urzędników, szarych eminencji i studentów może funkcjonować w tolerancyjnym i kosmopolitycznym otoczeniu, gdzie interakcje twarzą w twarz generują nowe pomysły, artefakty, produkty, usługi i instytucje, przyczyniając się do sukcesu ekonomicznego.

Sieciowość, która stanowi fundament kreatywnego środowiska, opiera się na elastycznych organizacjach kierujących się w swoich działaniach zaufaniem, odpowiedzialnością i niezłomnymi, często niepisanymi zasadami. Chodzi m.in. o gotowość dzielenia się wiedzą i przyczyniania się do sukcesu całej sieci dla dobra ogółu. Kondycja i powodzenie kreatywnej sieci w dużym stopniu decydują o losach każdej z połączonych z nią firm. Zaufanie jest centralną cechą kreatywnego środowiska – to dzięki niemu powstają łańcuchy kreatywnych pomysłów i innowacji, które zyskują odpowiednio duży zasięg i akceptację, by generować kolejne cykle innowacji³⁸⁰.

³⁷⁸ T. Stryjakiewicz, M. Męczyński, *Klasa kreatywna w dużym mieście*, „Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna” 2015, nr 31, s. 98.

³⁷⁹ A. Zaborska-Jagiełło, *Kreatywne środowiska jako katalizator rewitalizacji*, „Architektura. Czasopismo Techniczne” 2012, z. 12, s. 79.

³⁸⁰ F. Trompenaars, *Kultura innowacji...*, *op. cit.*, s. 160.

W literaturze, m.in. u A. Andersona, P. Halla, G. Törnqvista, spotyka się również definicję kreatywnego środowiska z uwzględnieniem rozszerzonej liczby kategorii cech charakteryzujących:

- gdzie oryginalnej i głębokiej wiedzy towarzyszy pewien zasób umiejętności, kompetencji i ludzi, którzy mają potrzebę i możliwości wzajemnej komunikacji,
- które ma stabilne podstawy finansowe pozwalające eksperymentować bez ograniczeń w postaci sztywnych regulacji,
- w którym równowaga między postrzeganymi potrzebami decydentów, biznesmenów, artystów, naukowców i krytyków społecznych a faktycznymi możliwościami jest zachwiana,
- które potrafi poradzić sobie ze złożonością i niepewnością przyszłych zmian na polu kultury, nauki i technologii,
- gdzie możliwa jest nieformalna i spontaniczna komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna, środowisko zapewniające różnorodność,
- w którym istnieje multidyscyplinarne i dynamiczne środowisko w szczególności sposób łączące innowacje w zakresie nauki i sztuki,
- niestabilne strukturalnie; niekiedy niestabilność tę trzeba wywołać w kontrolowany sposób, np. gdy ruch ekologiczny swoimi żądaniami zaburza równowagę między stanem faktycznym a potencjalnymi zmianami³⁸¹.

W latach 80. XX w. koncepcja *creative milieu* znalazła szerokie zastosowanie w szczególności w szwedzkich badaniach miejskich i regionalnych oraz teoriach rozwoju regionalnego. E.J. Malecki zwrócił uwagę na znaczenie wiedzy i kreatywności w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej miast i regionów³⁸².

Kreatywna ekonomia jest silnie uzależniona od miejsca. Kreatywne jednostki i przedsiębiorstwa potrzebują odpowiednich przestrzeni do życia, pracy, wymiany informacji, integracji osób kreatywnych oraz promocji sztuki i jej kreatywnych, codziennych zastosowań, informacji przekazanej przez ludzi, wiedzy przechowywanej w ludzkiej pamięci bądź zapisanej, kompetencji rozumianych jako umiejętności odpowiadania na potrzeby zewnętrzne oraz kreatywności, która pozwoli na tworzenie nowej jakości w oparciu o pozostałe elementy³⁸³.

Prezentowane w literaturze rozwiązania dotyczące wykorzystania kreatywności w rozwoju gmin były zachętą do próby budowy lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego gminy. Przesłanek do podję-

³⁸¹ *Ibidem*, s. 165.

³⁸² E.J. Malecki, *The R&D Location Decision of the Firm and "Creative" Regions – A Survey*, „Technovation” 1987, no. 6, s. 205–222, cyt. za: T. Strykiewicz, K. Stachowiak, *Sektor kreatywny w poznańskim obszarze metropolitalnym*, t. 1: *Uwarunkowania, poziom i dynamika rozwoju sektora kreatywnego w poznańskim obszarze metropolitalnym*, Bogucki, Poznań 2010, s. 9.

³⁸³ A. Zaborska-Jagiello, *Kreatywne środowiska...*, *op. cit.*, s. 79.

cia takiego działania było kilka. Po pierwsze, pojęcie kreatywnego środowiska może zostać zaadaptowane w szerszym układzie, tj. przestrzeni całej gminy. W literaturze znane są regionalne systemy innowacji, które mogą posłużyć jako dobry przykład dla podobnego przedsięwzięcia, jednak zaplanowanego w skali lokalnej.

Tworzenie warunków do rozwoju kapitału kreatywnego wiąże się z wyznaczeniem uczestników i relacjami ich łączącymi. Można powiedzieć, że tworzą one pewien układ, **lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego**. Abstrahując od założeń teorii systemu, jest to ujęcie łączące uczestników (interesariuszy), do grona których mogą należeć członkowie kapitału kreatywnego. Wynika to z istoty tego systemu na poziomie lokalnym, który można opisać następująco:

- występuje w nim wiele zmiennych, w tym analizowanych czynników wpływających na rozwój lokalny, ale i na rozwój kapitału kreatywnego,
- trudno jest ustalić, jakie konkretnie czynniki determinują rozwój kapitału kreatywnego, bowiem nie ma on charakteru statycznego,
- występują różne interakcje między ludźmi a otoczeniem,
- kapitał kreatywny ulega zmianom, rozwija się, przemieszcza,
- jest więc to układ otwarty, dynamiczny, trudny w pomiarze,
- zmiany w następstwie wykorzystania przez ludzi kreatywności mogą być bardzo duże lub nie występować, co oznacza różny efekt jej oddziaływania,
- system ma charakter rozwojowy.

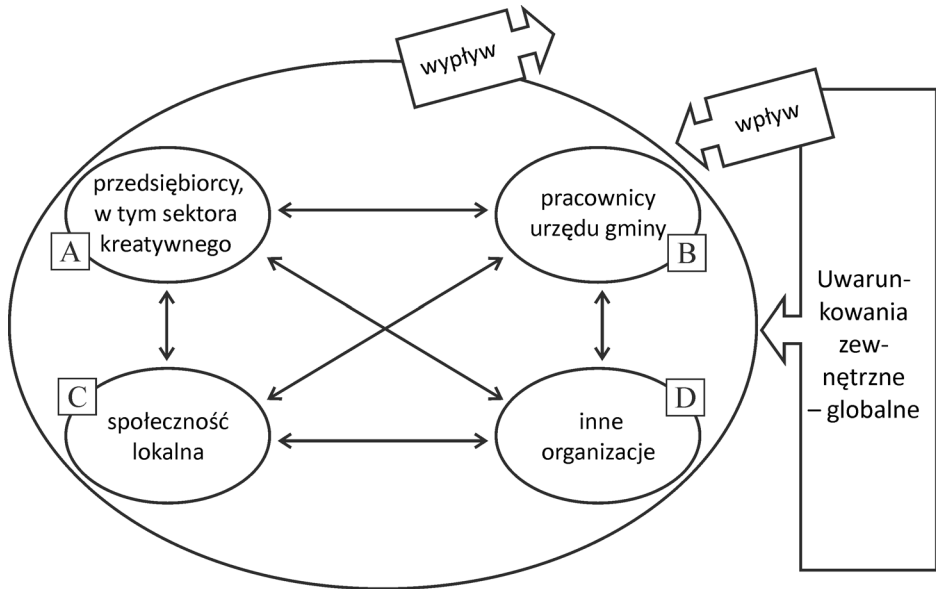
Budowa lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego to też pierwszy etap dla próby koncepcji modelu kapitału kreatywnego.

Przyjęto, że gmina stanowi lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego, który się rozwija, co wiąże się z wyróżnieniem głównych uczestników/interesariuszy tego systemu (rysunek 19).

Wybór takich uczestników, aktorów wiązał się ze studiami literatury, np. za uczestników/interesariuszy lokalnych I. Pietrzyk uznaje 3 kategorie podmiotów, a mianowicie podejmujących decyzje, dysponujących wiedzą (eksperti, profesjonaliści) oraz wszystkich wykazujących aktywność na rzecz rozwoju danej społeczności (wszelkie formy i przejawy aktywności mieszkańców) lub też ogólnie wszystkie podmioty, które na płaszczyźnie politycznej, gospodarczej, społecznej bądź kulturalnej formułują propozycje lepszego wykorzystania lokalnego potencjału rozwoju. Zalicza do nich również władze lokalne³⁸⁴.

Lokalny system kreatywności tworzy w środowisku gminy grupa podmiotów połączonych ze sobą relacjami o różnym charakterze: bezpośrednim, po-

³⁸⁴ I. Pietrzyk, *Globalizacja, integracja europejska a rozwój regionalny*, w: *Wiedza, innowacyjność, przedsiębiorczość a rozwój regionów*, red. A. Jewtuchowicz, Wyd. UŁ, Łódź 2004, s. 10.



Rysunek 19. Uczestnicy lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego

Źródło: opracowanie własne.

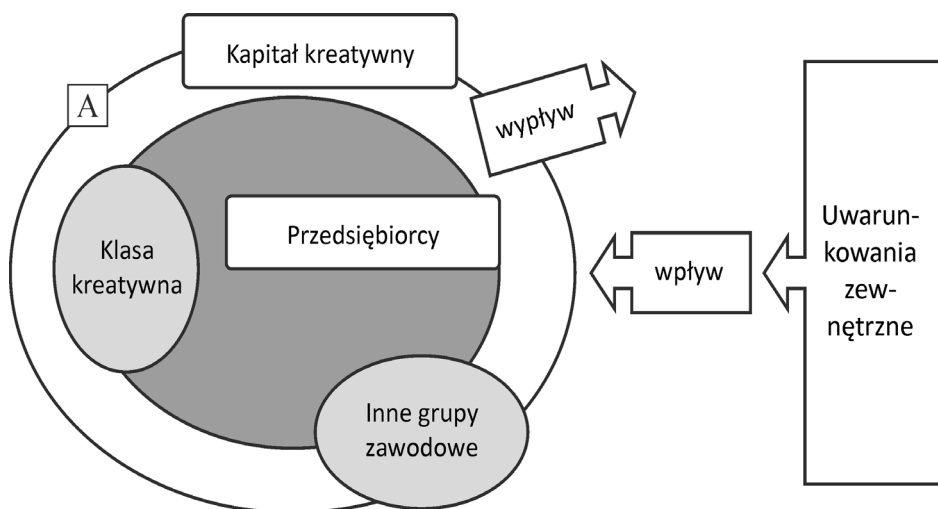
średnim, powtarzalnym, niepowtarzalnym, prostym, złożonym. Rozwój lokalny zachodzący w obrębie gminy wiąże się z aktywnością społeczności lokalnej i uaktywnieniem postaw prorozwojowych pomiotów ulokowanych na jej terenie. To samo dotyczy również władz jednostki samorządu terytorialnego. Można zaryzykować stwierdzenie, że w przypadku pracowników urzędu gminy jest to długotrwały proces o charakterze przedsiębiorczym. Z pewnością powinien być on oparty na zasobach gminy, które stanowią o jej atutach.

W gminach nie wszystkie zasoby są wykorzystywane efektywnie, co powoduje dysproporcje rozwojowe. Najczęściej zgodnie z teoriami lokalizacji preferowane są centra w postaci miast. Wskazany wcześniej wpływ globalizacji, mimo że ważne są czynniki wewnętrzne, nie pozwala zapomnieć o czynnikach zewnętrznych. Trudno bowiem istnieć samodzielnie organizacji bez informacji z zewnątrz, bez kultury, nauki, postępu.

W rozwoju od dołu – endogenicznym – akcentuje się wykorzystanie zasobów danego terytorium w celu zaspokojenia potrzeb podstawowych. Kategoria potrzeb jest różnorodna, jednym wystarcza zaspokojenie potrzeb najniższego rzędu, inni dążą do zaspokojenia potrzeb wyższych. W globalizującym się świecie potrzeby te coraz bardziej się indywidualizują. Jeżeli niewielka jest mobil-

ność infrastruktury, struktury gospodarczo-społecznej regionu, zatrudnienia, kompetencji itp., szczególnego znaczenia nabiera usuwanie barier wewnętrznych opartych na długoterminowych planach rozwoju dotyczących wielu kwestii, które są ze sobą powiązane, np. powszechnie występujący problem bezrobocia i tworzenia nowych miejsc pracy wiąże się z kształceniem powiązanim z potrzebami rynku pracy.

W odniesieniu do kapitału kreatywnego uznano, że nie stanowią go tylko przedstawiciele klasy kreatywnej. W rozważaniach przyjęto, że jest on pochodną kapitału ludzkiego i charakteryzuje również przedsiębiorców, innowatorów. Można go przypisać wszystkim grupom zawodowym, które w jakikolwiek sposób wykorzystują kreatywność. Kapitał ten może być determinantą konkurencji dla człowieka, organizacji, gospodarki i kraju (rysunek 20).

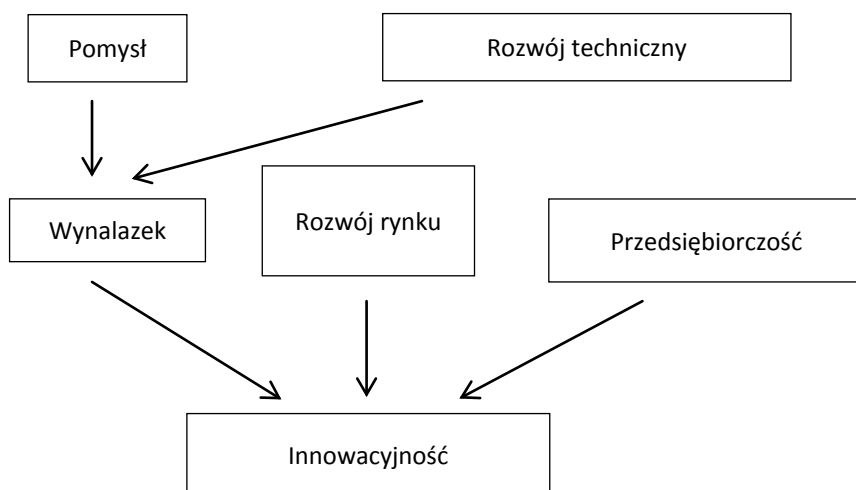


A – przedsiębiorcy, w tym sektora kreatywnego

Rysunek 20. Przedstawiciele kapitału kreatywnego sektora gospodarczego w lokalnym systemie kreatywności

Źródło: B. Ślusarczyk, K. Szara, *Kapitał kreatywny jako determinanta konkurencji np. przedsiębiorców i klasy kreatywnej*, „Marketing i Rynek” 2016, nr 3, s. 926–937.

Przyjęcie, że przedsiębiorcy i innowatorzy są przedstawicielami kapitału kreatywnego, wynika ze związków między tymi pojęciami. Zdolność do wdrażania innowacji jest jedną z cech przedsiębiorczości. W literaturze nie brak przykładów innego usytuowania przedsiębiorczości względem innowacyjności, np. na rysunku 21 cytowany autor wyraźnie wyróżnił innowacyjność, natomiast przedsiębiorczość potraktował jako jeden z wielu elementów kreowania innowa-



Rysunek 21. Relacje między pomysłem i innowacyjnością

Źródło: J.G. Wissema, *Technostarterzy. Dlaczego i jak*, PARP, Warszawa 2005, s. 18.

cyjności³⁸⁵. Wieloznaczność pojęć „przedsiębiorczość” i „innowacyjność” wynika z różnych sposobów analizy.

W wyżej wymienionych relacjach istotne miejsce zajmuje pomysł. Jest on wynikiem twórczego myślenia będącego elementem składowym kreatywności³⁸⁶. Potwierdza to J. Brillman, wskazując na nowy atrybut innowacyjności – kreatywność. Według niego innowacja jest „zastosowaniem jakiejś twórczej idei”³⁸⁷.

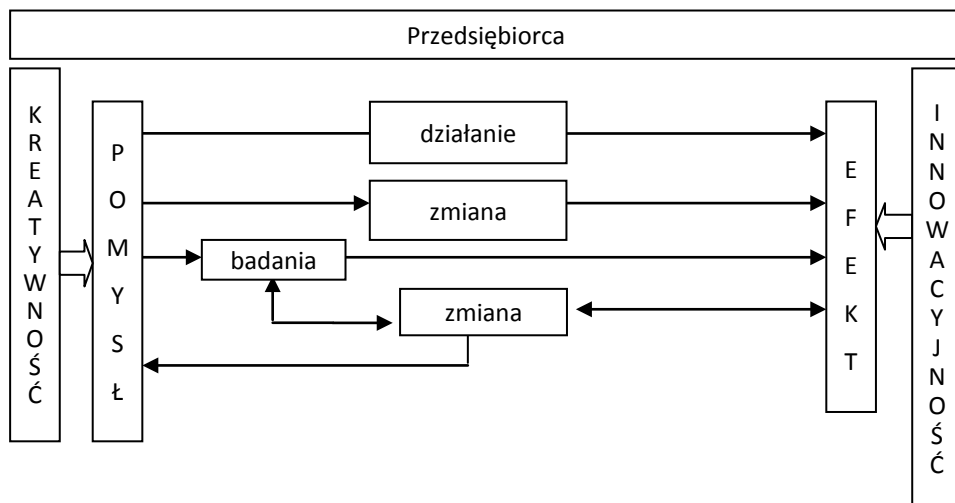
Kreatywność, jako cecha właściwa przedsiębiorcy, nie jest eksponowana w stopniu wystarczającym. Podobnie jest w przypadku innowacji i procesu innowacyjnego. Związek między kreatywnością a innowacjami najczęściej prezentowany jest w formie deterministycznej (rysunek 22). Nowe pomysły są siłą napędową biznesu. Potwierdza to, że kreatywność można rozpatrywać jako zespół działań poznawczych prowadzących do zachowań oryginalnych. Są to np. aktywne poszukiwania nowości, rozumienie paradoksów, ciekawość, skłonność do ryzyka, dostrzeganie związków pomiędzy bardzo odległymi obiektami czy zdarzeniami, rozumienie i wykorzystanie sfer myślowych poprzez stosowanie podobieństw, różnic i zmian na różnych poziomach oraz z różnych punktów widzenia³⁸⁸.

³⁸⁵ M. Moszkowicz, *Przedsiębiorczość i innowacyjność w gospodarce opartej na wiedzy, w: Uwarunkowania przedsiębiorczości – aspekty ekonomiczne i antropologiczne*, red. K. Jaremczuk, PWSZ, Tarnobrzeg 2006, s. 48.

³⁸⁶ Komponentami kreatywności są wiedza, motywacja, twórcze myślenie.

³⁸⁷ J. Brillman, *Nowoczesne koncepcje...*, *op. cit.*, s. 168–170.

³⁸⁸ D. Krzemionka-Bróda, D. Ryń, *Słodkiego, twórczego życia*, „Charaktery” 2006, nr 4, s. 12–16.



Rysunek 22. Wybrane pola kreatywności

Źródło: opracowanie własne.

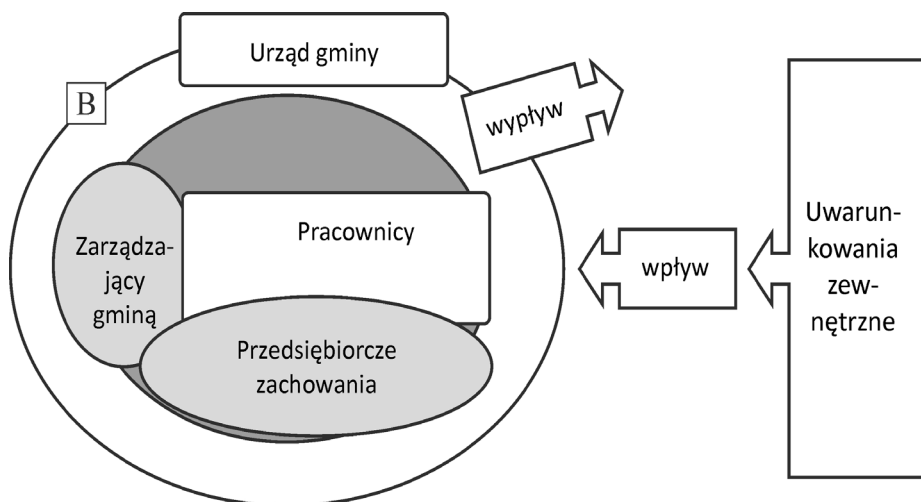
Wszelkie działania podejmowane przez władze gminy, a mające wspomóc rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności, wpływają również na rozwój kreatywności.

Można więc postawić pytanie, czy społeczność lokalna, przedsiębiorstwa, a zwłaszcza czy reprezentująca ją samorządowa władza publiczna wykazują cechy przedsiębiorczości i czy w związku z tym gmina jest przedsiębiorcza, w jakiej mierze i w czym się to wyraża oraz jakie ma implikacje dla tej gminy i dla zlokalizowanych na jej terenie przedsiębiorstw³⁸⁹. To istotne pytania odnoszące się do kolejnej grupy uczestników występujących w lokalnym systemie kreatywności (rysunek 23), jakim są urzędy gmin.

Pozytywna odpowiedź oznacza, że kreatywność w urzędzie gminy można również rozpatrywać przez pryzmat przedsiębiorczości. Wymaga ona stymulacji wyrażającej się w tworzeniu warunków sprzyjających podejmowaniu działalności gospodarczej, skłaniających do jej rzeczywistego prowadzenia. Istotna jest tu rola urzędów gmin, które powinny tak oddziaływać na przedsiębiorców, aby włączyli się oni w proces rozwoju gospodarczego gminy.

Przedsiębiorczość rozpatrywana na poziomie gminy w kontekście rozwoju lokalnego i regionalnego ma dwa wymiary. Jeden dotyczy przedsiębiorczości władz samorządowych gminy, drugi zaś faktycznie podejmowanej i prowadzonej działalności gospodarczej. Interesujące jest, co wpływa na przedsiębiorczość gminy rozumianej jako jednostka samorządu terytorialnego oraz to, jaki jest fak-

³⁸⁹ *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny*, red. K. Kuciński, Difin, Warszawa 2010, s. 10.



B – pracownicy urzędu gmin

Rysunek 23. Urząd gminy jako uczestnik lokalnego systemu kreatywności

Źródło: opracowanie własne.

tyczny związek między jej przedsiębiorczością a liczbą powstających i funkcjonujących w danej gminie podmiotów gospodarczych³⁹⁰.

To, czy władze gmin są przedsiębiorcze i czy budują swoją przedsiębiorczość w oparciu o nowoczesne komercyjne formy rządzenia, zależy od szeregu uwarunkowań społecznych, ekonomicznych, kulturowych i przestrzennych. Ogromne znaczenie dla poziomu przedsiębiorczości gmin ma efekt synergii i skłonności do współpracy, czyli inaczej mówiąc – otwartość. Warunkiem wzmocnienia przedsiębiorczości władz gminny jest ich współpraca z działającymi na podległym im terenie przedsiębiorstwami³⁹¹, zaś warunkiem efektywności tej współpracy przejawiającej się zarówno we wzroście lokalnej przedsiębiorczości *sensu largo* i *stricto*, jak i jej skutecznym przełożeniu na rozwój lokalny i regionalny jest obopólna korzyść w podejmowaniu i prowadzeniu współdziałania nakierowanego na rozwój³⁹².

Jeżeli działania pracowników urzędu gminy będą przedsiębiorcze, to towarzyszyć im będzie również kreatywność. W przypadku wykorzystania kreatywności przez pracowników można ich zaliczyć do kapitału kreatywnego.

Występowanie zjawiska kreatywności w postawach pracowników urzędów gmin, przedsiębiorców, społeczności lokalnej czy instytucji wiązać się będzie

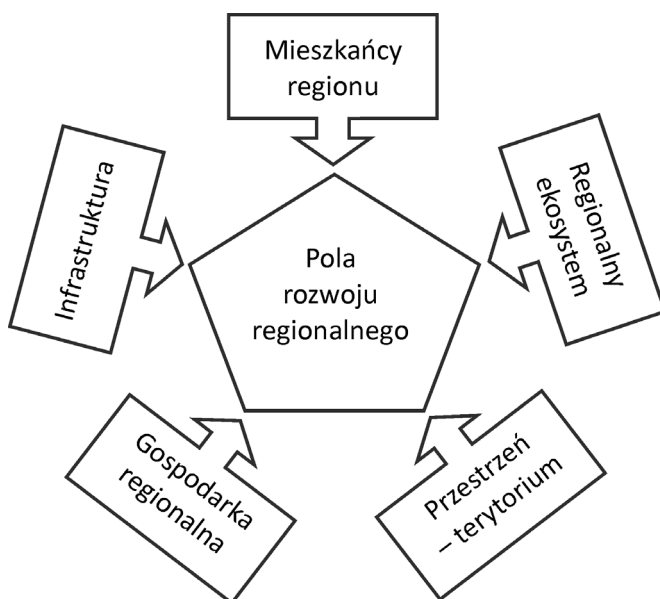
³⁹⁰ *Ibidem*, s. 20.

³⁹¹ *Ibidem*, s. 21.

³⁹² *Ibidem*, s. 22.

z identyfikacją jej skali. Jest ona bardzo różna, najczęściej niska, bowiem w literaturze i praktyce urzędów gmin częściej mówi się o przedsiębiorczości czy innowacyjności niż kreatywności. Wynika to z dłuższego zainteresowania w czasie tymi pojęciami w odniesieniu do rozwoju lokalnego. Problemem jest także brak uniwersalnego narzędzia pomiaru kreatywności. Oczywiście można zastosować testy mierzące kreatywność, ale pomiar ten dotyczy sfery psychologicznej.

Lokalny system kreatywny rozwoju społeczno-gospodarczego gminy ma charakter otwarty. Wiązać się to będzie z wymianą strumienia dóbr i wartości o charakterze przepływów pomiędzy systemem a otoczeniem. Zaproponowany podział interesariuszy w lokalnym systemie kreatywności można porównywać do komponentów, części składowych rozwoju regionalnego (rysunek 24).



Rysunek 24. Pola rozwoju regionu

Źródło: *Metody oceny rozwoju regionalnego*, red. D. Strahl, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 2006, s. 15.

W ramach każdego pola rozwoju regionalnego w schemacie autorstwa D. Strahl można zidentyfikować specyficzne przesłanki, czynniki, przejawy i efekty rozwoju regionalnego. W obrębie każdego pola rozwoju regionalnego znajdują zastosowanie różne metody badawcze, a także narzędzia i mierniki identyfikacji i pomiaru zaawansowania procesów rozwoju regionalnego.

Szerokie spektrum zjawisk i procesów społecznych, gospodarczych i przestrzennych składających się na kategorię rozwoju regionalnego sprawia, że roz-

wój regionalny jest wynikiem jednoczesnej działalności różnych podmiotów władzy publicznej, firm, instytucji i mieszkańców regionu. Z jednej bowiem strony procesy identyfikowane jako rozwój regionalny stanowią wynik zachowań mikroekonomicznych działających w gospodarce rynkowej firm i inwestorów; z drugiej strony – wynikają one ze świadomej i celowej działalności publicznych podmiotów kreujących politykę rozwoju regionalnego. Gdy działania te wzajemnie się uzupełniają i stymulują na poszczególnych polach uwzględnionych w schemacie, to zaistnieją przesłanki rozwoju regionalnego rozumianego jako proces pozytywnych zmian wzrostu ilościowego i postępu jakościowego zachodzących w regionie, tj. ponadlokalnym układzie społeczno-terytorialnym identyfikowanym dzięki specyficznym cechom przestrzeni i struktury gospodar-ki, a także więzi społecznej wynikającej ze wspólnej tożsamości regionalnej³⁹³.

4.5. Podział i charakterystyka wybranych czynników determinujących występowanie kapitału kreatywnego

Wyróżnienie przedstawicieli grup uczestników tworzących lokalny system kreatywności, w którym powstaje kapitał kreatywny, to etap jego identyfikacji. W drugim etapie wyróżnieniu podlegają uwarunkowania decydujące o rozwoju kapitału kreatywnego, w których otoczeniu on funkcjonuje. Przed analizą uwarunkowań wpływających na kapitał kreatywny należy odpowiedzieć na pytanie, czy uwarunkowania wpływające na rozwój kapitału kreatywnego są jednocześnie uwarunkowaniami wpływającymi na rozwój lokalny. Generalnie można uznać, że odpowiedź jest pozytywna, jeżeli przyjąć, że kapitał kreatywny pozytywnie wpływa na rozwój lokalny.

Traktując gminę jako lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego, na podstawie analizy literatury przedmiotu dokonano klasyfikacji uwarunkowań aktywizacji kapitału kreatywnego. Za punkt odniesienia przyjęto możliwość rozwoju kreatywności występującej w kapitale kreatywnym w oparciu o następujące kryteria: miejsca, zakresu oddziaływania, cech obiektywnych, charakteru oddziaływania, wyróżników „3T”, branżowe, celu, wykorzystania produktu kreatywnego, twórców kreatywności, kierunku oddziaływania, siły związku, udziału w działaniu, wpływu.

1. Kryterium **miejsca** uznawane jest w teorii za bardzo ważne, przesądzające o pozycji lidera w lokalizacji centrum do peryferii. Lokalizacja decyduje o możliwości rozwoju, posiadanych zasobach i ich wykorzystaniu. Z miejscem będą wiązać się:

³⁹³ *Metody oceny rozwoju regionalnego...*, op. cit., s. 15.

- czynniki lokalne o charakterze osobistym (np. niestandardowe podejście mieszkańców, wartości, lokalizacja, tolerancja),
 - czynniki globalne (np. przepływ osób, wartości, informacji, napływ technologii),
 - czynniki sieciowe (np. relacje pomiędzy uczestnikami, współpraca, związki),
 - czynniki infrastrukturalne.
2. Kryterium **zakresu oddziaływania**:
- czynniki zewnętrzne (np. cykle koniunkturalne, wpływ państwa, tendencja wzrostowa lub spadkowa rynku),
 - czynniki wewnętrzne (np. infrastruktura, inwestycje).
3. Kryterium **obiektywnych cech determinujących kreatywność** wskazujące na cechy ogólne, które można przypisać każdemu jednoznacznie. Są to cechy:
- demograficzne i behawioralne (np. wpływ płci, wieku czy cyklu życia rodziny, dochody, jakość życia, zwyczaje, wartości),
 - ekonomiczne (np. infrastruktura techniczna, społeczna),
 - socjologiczne (np. normy, zwyczaje, tolerancja).
4. Kryterium **charakteru oddziaływania**³⁹⁴:
- o charakterze osobistym (personalne) – związek z miejscem urodzenia i wcześniejszego zamieszkania, związek z miejscem studiów, bliskość rodziny, przyjaciół,
 - cechy dotyczące miejsca (miękkie i twarde): czynniki miękkie: atrakcyjne środowisko przyrodnicze, oferta wypoczynku i rozrywki, zróżnicowanie kulturowe; czynniki twarde: możliwość zatrudnienia i podaż atrakcyjnych miejsc pracy, wysokie płace, infrastruktura komunikacyjna, lokalizacja dobrych szkół wyższych.
5. Kryterium **wyróżniające klasę kreatywną** (według teorii R. Floridy) jako wąsko rozumiany kapitał kreatywny:
- talent,
 - technologia,
 - tolerancja.
6. Kryterium **branżowe**:
- determinanty wpływające na występowanie przemysłów kreatywnych,
 - determinanty wpływające na rozwój w sektorze usług,
 - determinanty dla organizacji non profit,
 - determinanty wpływające na pozostałe organizacje.
7. Kryterium **celu**:
- czynniki związane z zaspokojeniem potrzeb,
 - czynniki związane z rozwiązaniem problemu.

³⁹⁴ T. Strykiewicz, K. Stachowiak, *Sektor kreatywny...*, op. cit., s. 109.

8. Kryterium **efektu pracy kapitału kreatywnego** z punktu widzenia organizacji:
 - płacowe (płace, nagrody, premie) – na ogół wywierające największy wpływ na zachowanie pracownika, motywujące do efektywnego wykonywania pracy, zakupu,
 - pozapłacowe (pochwały ustne, dobre warunki pracy, kursy, posiadanie telefonu/samochodu służbowego, wyjazdy rekreacyjne).
9. Kryterium **twórców kreatywności** na danym obszarze:
 - indywidualne,
 - zbiorowe, w tym zespołowe.
10. Kryterium **kierunku oddziaływania**:
 - pozytywne – wzmacniające zachowania pożądane w kierunku kreatywności,
 - negatywne (bariery) – niesprzyjające rozwojowi kreatywności.
11. Kryterium **siły związku**:
 - związek silny (kapitał ludzki, kapitał społeczny, innowacje, przedsiębiorczość, kultura, technologia, talent, tolerancja, wiedza),
 - związek neutralny (środowisko przyrodnicze),
 - związek słaby (rolnictwo, prawo).
12. **Komplementarne** kryteria w działaniu:
 - przedsiębiorczość,
 - innowacyjność.
13. Kryterium **wplywu uwarunkowań** na kapitał kreatywny³⁹⁵:
 - czynniki³⁹⁶ uczestniczące w tworzeniu kapitału kreatywnego, np. kreatywność, kapitał ludzki, społeczny,
 - determinanty: a) czynniki uczestniczące w zjawisku, wyznaczające je; b) czynniki warunkujące dane zjawisko, jednak niekoniecznie występują-

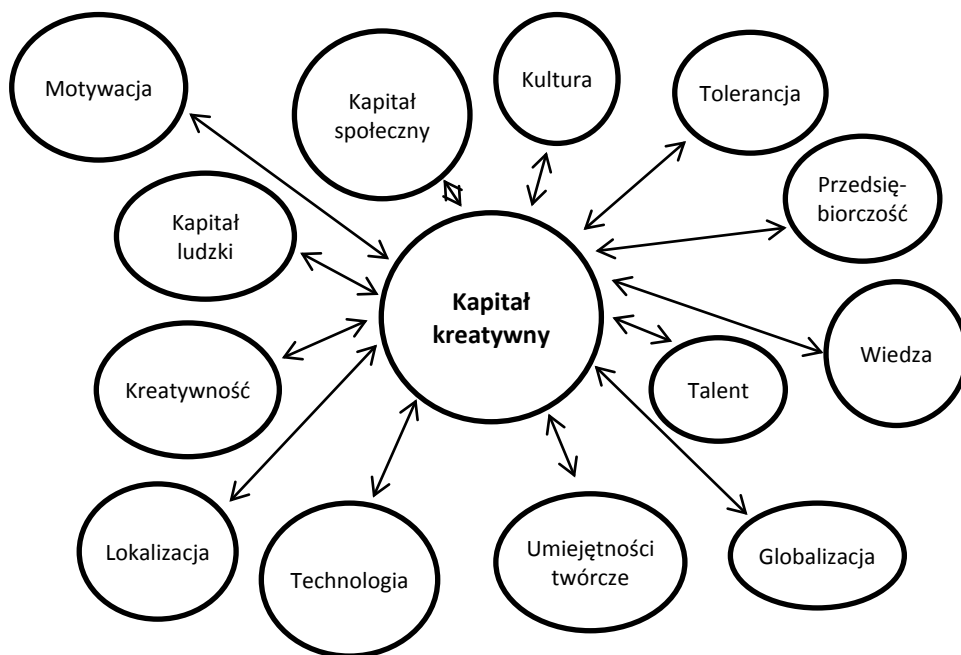
³⁹⁵ Pod pojęciem „uwarunkowanie” rozumie się okoliczność mającą wpływ na przedmiot badania, <http://sjp.pwn.pl/sjp/uwarunkowanie;2533935.html> (12.11.2014). Wyrazy: „determinanta”, „czynnik” uznawane są za synonimy uwarunkowań. Różnica między czynnikiem a determinantą dotyczy siły oddziaływania. Pojęcie „determinanta” zawiera w sobie pojęcie „czynnik” i tak będzie rozumiane w przedmiotowej klasyfikacji. Determinanta to czynnik określający, wyznaczający, wpływający na przedmiot działania. *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, PWN, Warszawa 2003, s. 598.

³⁹⁶ W tradycyjnym ujęciu czynników rozwoju najczęściej wyróżniano: pracę, ziemię, kapitał. Czynniki te obejmowały więc zasoby: ludzkie (demograficzne), kapitałowe (majątkowe), środowiska przyrodniczego, w tym ziemi. Zob. *Regionalne uwarunkowania rozwoju wiejskich obszarów przygranicznych Polski i Ukrainy*, red. A. Czudec, G. Ślusarz, Uniwersytet Rzeszowski i Państwowy Uniwersytet Rolniczy w Lublinie – Dublanach, Rzeszów 2003, s. 9. Opis czynników rozwoju można znaleźć w opracowaniach: L. Wojtasiewicz, *Czynniki rozwoju lokalnego – nowe ujęcie metodologiczne*, „Biuletyn KPZK PAN” 1997, z. 177; M. Dutkowski, *Problemy diagnozowania obszarów rozwoju regionalnego i lokalnego w Polsce*, Wyd. US, Szczecin 2004.

ce bezpośrednio, np. globalizacja; w drugim przypadku są to czynniki trudne do zidentyfikowania i określenia³⁹⁷.

Determinanty uczestniczące w tworzeniu zjawiska kapitału kreatywnego zaprezentowano na rysunku 25.

Zaznaczyć należy, że przedstawione determinanty mają wpływ na kapitał kreatywny i wpływają również na rozwój lokalny. Ich wyznaczenie zależy od przyjętych założeń analitycznych i poziomu agregacji cech opisujących badane zjawisko. W pewnych warunkach wyznaczona determinanta wpływająca na kapitał kreatywny może stać się cechą go opisującą i przyjąć postać czynnika.



Rysunek 25. Wybrane zidentyfikowane na podstawie literatury determinanty mające wpływ na powstawanie i aktywizację kapitału kreatywnego

Źródło: opracowanie własne.

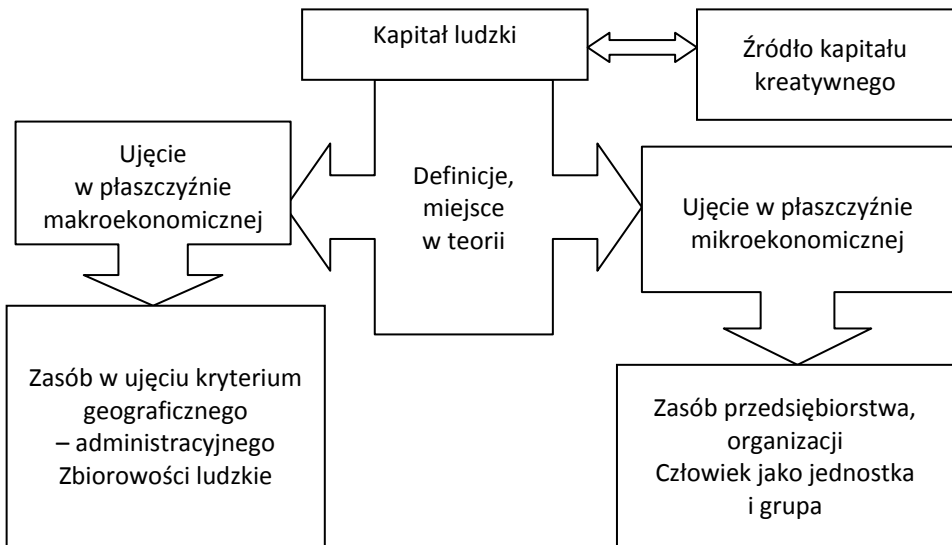
Poniżej zaprezentowano krótką charakterystykę tych czynników, które najczęściej wymieniane są przy opisie kapitału kreatywnego i mają wpływ na jego powstanie, tzn. kapitał ludzki i kapitał społeczny.

Analizując wpływ czynnika ze względu na jego znaczenie w rozwoju kapitału kreatywnego najważniejszą determinantą, bez której nie może istnieć kapi-

³⁹⁷A. Łuczyszyn, *Nowe kierunki...*, op. cit., s. 114.

tał kreatywny, jest człowiek. W organizacji stanowi on zasób określany jako **kapitał ludzki**. Związek pomiędzy kapitałem ludzkim a kreatywnym ma charakter deterministyczny, bez kapitału ludzkiego nie można mówić o kapitale kreatywnym. Człowiek jest źródłem kreatywności, jej najważniejszym zasobem, o czym zaświadcza bogata literatura przedmiotu.

Kapitał ludzki traktowany jest w ekonomii jako jeden z podstawowych czynników rozwoju gospodarczego i przewagi konkurencyjnej. W modelach wzrostu gospodarczego to kapitał ludzki kształtuje rozwój i życie społeczeństwa. Człowiek tworzy wiedzę, która jest wykorzystywana w gospodarce, stanowi zasób, który analizowany jest w literaturze w aspekcie całej gospodarki. Stąd w makroekonomii traktuje się go jako podmiot sprawczy rozwoju gospodarczego. Ujęcie to prezentowane jest także w teoriach rozwoju regionalnego.



Rysunek 26. Ujęcie kapitału ludzkiego jako nośnika kapitału kreatywnego

Źródło: opracowanie własne.

Przeciwieństwem będzie ujęcie mikroekonomiczne (rysunek 26) odnoszące się w ocenie do przedsiębiorstwa i postrzegania człowieka przez nurt mikroekonomii. Spojrzenie od strony organizacji prowadzi nas do gospodarowania kapitałem ludzkim, od planów jego pozyskania do kontroli, po rozważania o rynku pracy w kontekście makroekonomii.

Czynnik ludzki, który stanowi kapitał przedsiębiorstw i gospodarek, jest niejako zasobem społecznym regionu wyznaczonym w granicach geograficznych lub administracyjnych. Potwierdza to twórca definicji kapitału ludzkiego

T.W. Schultz, który określił kapitał ludzki jako atrybut populacji mający określoną wartość, którą można zwiększyć poprzez właściwe inwestowanie³⁹⁸.

Z definicji tej wynikają dwie istotne kwestie. Pierwsza odnosi się do zbiorowości ludzkiej, populacji, jak ją nazywa T.W. Schultz, druga wskazuje kierunek rozwoju kapitału poprzez inwestycje. Zasób wiedzy i umiejętności o określonej wartości, będący źródłem przyszłych zarobków czy satysfakcji, ciągle odnawialny i stale powiększający się, to ujęcie zaproponowane przez M. Blauga³⁹⁹. W innej definicji kapitał ludzki rozumiany jest jako synteza posiadanej wiedzy oraz nieuchwytnych i wysoce spersonalizowanych umiejętności, zdolności i kreatywności pracowników w rozwiązywaniu problemów⁴⁰⁰. Wynika z niej, że kapitał kreatywny można zidentyfikować w kapitale ludzkim, jest on bowiem jego częścią. Ludziom, których określa się jako kapitał kreatywny, przypisać należy cechy intelektualnej zdolności popartej odwagą działania wspartą na emocjach, które pozwalają na otwarcie się na inne myśli. Jednocześnie właściwa im jest wytrwałość w dążeniu do celów i wiara w zmienność. Rozwijają się oni poprzez tworzenie nowego, poszukiwanie oparte na posiadanej wiedzy, doświadczeniu, kompetencjach.

Edukacja wzbogaca kapitał ludzki głównie w wiedzę. Wiedza wraz z motywacją i twórczą zdolnością jest zmienną tworzącą kreatywność, cechą szczególnie wykorzystywaną przez przedstawicieli kapitału kreatywnego. Kapitał kreatywny zależy od posiadanej przez ludzi wiedzy lub też pasji poznania. Oznacza to wpisanie wiedzy w katalog czynników aktywizacji i rozwoju tego kapitału. Wiedza wzmacniana w procesie edukacji wpływa na wybory i decyzje ludzi kreatywnych. Jej poznawczy charakter powoduje, że wiedza jest domeną kompetencji społecznych, ale jest również komponentem kreatywności⁴⁰¹. To swoista biegłość w danym zagadnieniu czy temacie. Podobnie jak kreatywność, „wiedza jest pojęciem wieloaspektowym i złożonym, zarówno praktycznym, jak i abstrakcyjnym, ukrytym i jawnym, powszechnym i indywidualnym, fizycznym i psychicznym, werbalnym i zakodowanym oraz rozwijającym się i statycznym”⁴⁰².

Wiedza odgrywa dominującą rolę jako jeden z czynników kapitału ludzkiego. Nie bez znaczenia pozostaje fakt, że w dziedzinie gospodarowania zasobami

³⁹⁸ T.W. Schultz, *Investing in People: The Economics of Population Quality*, University of California Press, Berkeley 1981, s. 21.

³⁹⁹ M. Blaug, *Metodologia ekonomii*, PWN, Warszawa 1995, s. 303–319.

⁴⁰⁰ E. Frejtag-Mika, *Kreatywność kapitału intelektualnego – kooperacja czy konkurencja w B+R*, „Acta Universitatis Lodziensis, Folia Oeconomica” 2012, nr 268, s. 73.

⁴⁰¹ R. Luecke, R. Katz, *Zarządzanie kreatywnością i innowacją, Techniki twórczego myślenia*, Harvard Business Essentials. MT Biznes, Konstancin-Jeziorna 2005, s. 124.

⁴⁰² F. Blackler, *Knowledge, Knowledge Work and Organizations: An Overview and Interpretation*, „Organization Studies” 1995, no. 16(6), s. 1021–1046.

ludzkimi pojawia się tendencja do zarządzania wiedzą⁴⁰³. Wiedza postrzegana jest jako zasób nieograniczony i niewyczerpalny, posiadający wartość poznawczą lub/i praktyczną⁴⁰⁴. Przełożenie zainteresowania wiedzą z obszaru przedsiębiorstwa na region (opisana teoria regionu uczącego się) wskazuje na powszechne znaczenie wiedzy. Wiedza jako „odwzorowanie rzeczywistości”⁴⁰⁵ odnosi się do kreatywności związanej z procesem tworzenia nowej idei na podstawie rewizji posiadanych wcześniej doznań.

Z kapitałem kreatywnym związany jest kapitał społeczny rozumiany jako właściwości grup, zbiorowości, struktur, organizacji czy inaczej „przestrzeni interpersonalnej” bądź „pola społecznego”. Kapitał społeczny jest tworzony i przekazywany za pomocą mechanizmów społecznych⁴⁰⁶. „Kapitał społeczny można najprościej zdefiniować jako zestaw nieformalnych wartości i norm etycznych wspólnych dla członków określonej grupy i umożliwiających im skuteczne współdziałanie”⁴⁰⁷.

Na podstawie tychże rozważań, za P. Sztompką, można stwierdzić, że kapitał społeczny pozwala na wspólne i skuteczne rozwiązywanie zagrożeń, zaspokajanie niedostatków, wzmacnianie poczucia tożsamości grupowej oraz zaistnienie siły przebicia jednostek (rysunek 27)⁴⁰⁸. Jest to zaś obszar właściwy kapitałowi kreatywnemu.

Kapitał społeczny				
zaufanie i wiara, że inni ufają	odpowiedzialność za siebie i za wspólnotę	świadomość korzyści z bycia we wspólnocie	normy	współpraca i sieci

Rysunek 27. Komponenty kapitału społecznego

Źródło: opracowanie własne.

⁴⁰³ Znaczenie wiedzy jest niezaprzeczalne i na gruncie zarządzania wskazuje się na wyzwania współczesnych przedsiębiorstw w kierunku transformacji do organizacji opartej na wiedzy. Zob. Z. Malara, *Przedsiębiorstwo w globalnej gospodarce*, PWN, Warszawa 2006, s. 131–158; B. Wawrzyniak, *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie*, Difin, Warszawa 2003.

⁴⁰⁴ *Wiedza. Encyklopedia popularna PWN*, PWN, Warszawa 1999, s. 938.

⁴⁰⁵ Zob. J.A. Fazlagić, *Zarządzanie wiedzą w szkole*, CODN, Warszawa 2007, s. 41, 42. Na inną definicję wiedzy wskazuje np. G. Łukasiewicz, *Kapitał ludzki...*, *op. cit.*, s. 19.

⁴⁰⁶ *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionalny*, red. M. Herbst, Scholar, Warszawa 2007, s. 55.

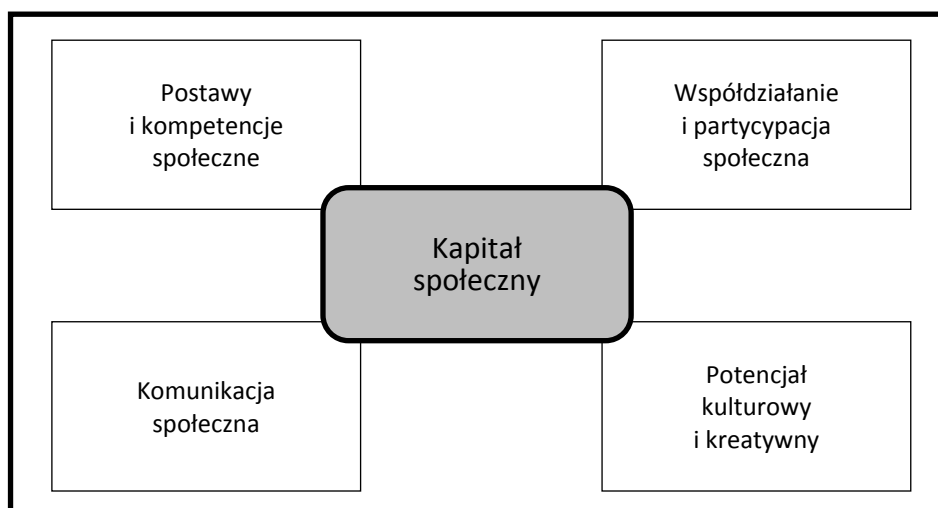
⁴⁰⁷ F. Fukuyama, *Kapitał społeczny*, w: *Kultura ma znaczenie. Jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw*, red. L. Harrison, S. Huntington, Zysk i S-ka, Poznań 2003, s. 169.

⁴⁰⁸ W. Puliński, *Kapitał ludzki i społeczny jako czynnik rozwoju regionów wiejskich w Polsce*, w: *Rozwój regionalny – podstawowe cele i wyzwania*, red. A.F. Bocian, Wyd. UwB, Białystok 2007, s. 9.

Większość formułowanych definicji kapitału społecznego pojawiających się w literaturze jest do siebie zbliżona. Kapitał ten ma dwa oblicza: jednostkowe i zbiorowe. Można mówić o indywidualnym kapitale społecznym wynikającym z pochodzenia społecznego lub etnicznego i o nagromadzonym kapitale w postaci zawiązanej sieci powiązań. Zarazem ma on swój aspekt zbiorowy, jego nosicielem jest bowiem określona grupa społeczna. Jego elementy są nabywane i wpajane w toku socjalizacji, przystosowania jednostki do życia w grupie⁴⁰⁹.

Jego wpływ na kreatywność nie został do końca rozpoznany, gdyż z jednej strony ją wzmacnia, a z drugiej ogranicza czy wręcz niszczy. Kapitał ten ze względu na relacje, więzi, wartości pomiędzy ludźmi jest postrzegany jako czynnik sprawczy w rozwoju lokalnym, w tym i budowaniu miejsca sprzyjającego kreatywności. Zaznaczyć należy, że w swojej teorii R. Florida proponuje zastąpienie tego kapitału pojęciem kapitału kreatywnego⁴¹⁰. Nie jest to właściwe rozwiązanie, bowiem oba kapitały są komplementarne, nie zastępują zaś siebie wzajemnie.

Potwierdzenie można znaleźć np. w Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego wskazującej na cztery obszary, które przenikają się wzajemnie. Do jednego z nich zaliczono potencjał kreatywny (rysunek 28).



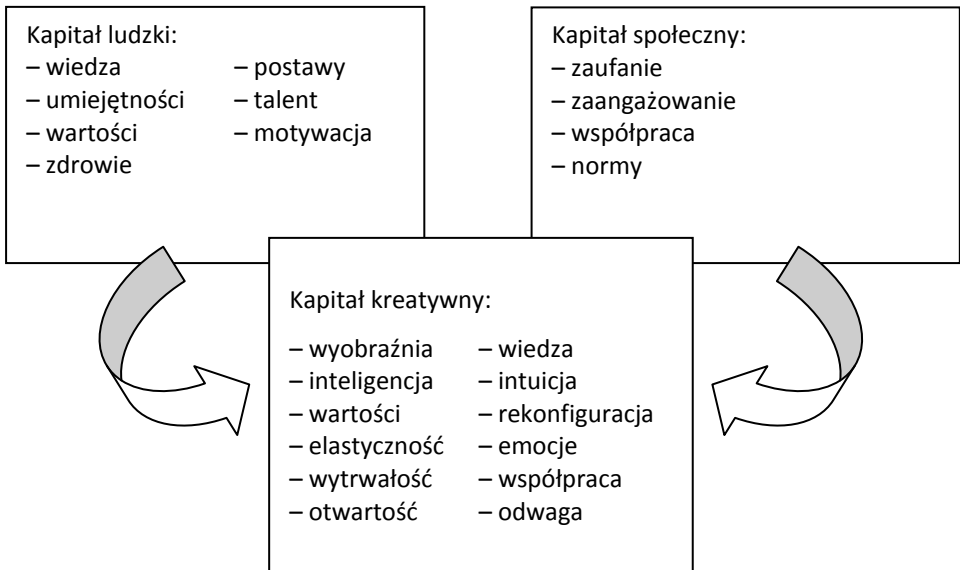
Rysunek 28. Obszary diagnozy dla Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego

Źródło: *Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego 2011–2020*, załącznik nr 1 – *Diagnoza*, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Warszawa, 21 grudnia 2011 r., s. 3.

⁴⁰⁹ *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionalny...*, *op. cit.*, s. 57–58.

⁴¹⁰ Wynika to z założenia, że źródłem obu kapitałów są jednostki twórcze. Zob. R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 84.

W charakterystyce kapitału społecznego i jego roli w gminie ważne jest spojrzenie przez pryzmat współpracy, która uwzględnia preferencje, rozpo-
wszechnienie i pomoc w budowaniu kapitału kreatywnego. Wynika stąd porów-
nanie wszystkich kapitałów, ze szczególnym uwzględnieniem cech charaktery-
zujących kapitał kreatywny. Takie porównanie jest możliwe ze względu na
związywanie wszystkich trzech rodzajów kapitałów z osobą, człowiekiem jako ich
nosicielem.



Rysunek 29. Cechy wspólne kapitałów kreatywnego, ludzkiego i społecznego

Źródło: K. Szara, *Kapitał ludzki, społeczny, kreatywny w rozwoju społeczno-gospodarczym gmin, w: Zarządzanie zrównoważonym rozwojem jednostek samorządu terytorialnego*, red. E. Sobczak, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2015, s. 88.

Analizując potencjalne cechy, można stwierdzić, że kapitał kreatywny jest pojęciem o najwęższym zakresie znaczeniowym, komplementarnym względem obu pozostałych kapitałów (rysunek 29). Wyodrębnienie go z kapitału ludzkiego nie oznacza dyskwalifikowania czy negacji roli kapitału ludzkiego, a jedynie wskazuje na intensywniej wykorzystywaną cechę, jaką jest kreatywność. Tu pojawia się oczywiście trudność, jak mierzyć ten kapitał, by wyodrębnić/odróżnić go od kapitału ludzkiego.

W ocenie możliwości rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym szczególnego znaczenia nabiera pokonywanie wielu **przeszkód (barier)**. Mają one charakter instytucjonalny, ustrojowy, kompetencyjny i finansowy. Te pierwsze związane są z deficytem organizacji pomagających i wspierających rozwój

lokalny i regionalny. Bariery ustrojowe wyrażają się w niejasnym podziale zadań, tak w strukturze władzy, jak i administracji publicznej. Kompetencje wiążą się ze skomplikowanymi procedurami załatwiania spraw, a finansowe wynikają ze słabości podstaw finansowych i braku wieloletniego planowania. Najczęściej występują bariery⁴¹¹:

- przestrzenne, związane z koncentracją na danym obszarze podmiotów gospodarczych i innych organizacji,
- ekonomiczne, związane z poziomem produkcji w gminie, poziomem dochodowym ludności, rynkiem pracy, środkami produkcji,
- społeczne, obejmujące sytuację demograficzną, kwalifikacje ludności, poziom kultury społecznej,
- infrastrukturalne, związane z poziomem infrastruktury w gminie,
- relacyjne pomiędzy organizacjami w gminie a innymi podmiotami, w tym sferą B+R,
- kapitałowe.

W przypadku ograniczeń samej kreatywności ich identyfikacja przekazuje wiele cennych informacji odnoszących się do sposobu działania systemu rodzinnego, edukacyjnego, kulturowego, ponieważ ograniczenia nie informują wprost, przed czym zabezpiecza się poszczególne jednostki⁴¹².

Kreatywność osób i grup może być obniżona przez socjalne i organizacyjne obyczaje w firmach. Należą do nich np.:

- brak chęci do współdziałania wśród załogi,
- konflikty pomiędzy pracownikami,
- nacisk na osiągnięcie wysokiej sprawności działania,
- hierarchiczna organizacja,
- miarodajna i sztywna forma zarządzania,
- wszytkowiedzący eksperci,
- zbyt duże podkreślanie aspektu bezpieczeństwa⁴¹³.

Oslabienie kreatywności, a tym samym kapitału kreatywnego, może być spowodowane przez:

- krytykę i nieodpowiednie ocenianie idei pracowników,
- zabronienie przeprowadzania burzy mózgów, która może przynosić wiele interesujących pomysłów, a także może być wykorzystywana w wymianie myśli,
- ocenianie, że jest to niełatwy problem, aby szeregowy pracownik mógł go rozwikłać,

⁴¹¹ Por. A. Potoczek, *Polityka regionalna i gospodarka przestrzenna*, TNOiK, Toruń 2003, s. 48.

⁴¹² J. Szopiński, *Kreatywność menedżerów a ich funkcjonowanie rodzinne, zawodowe i osobowościowe*, Wyd. UJ, Kraków 2004, s. 29.

⁴¹³ C. Cempel, *Inżynieria kreatywności w projektowaniu innowacji*, Wyd. Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji-PIB, Poznań 2013, s. 72.

- koncentrowanie się na skuteczności, a nie na innowacyjności; każdy pracownik ma koncentrować się wyłącznie na powierzonych mu pracy i bieżących zadaniach,
- przepracowanie – objawiające się przemęczeniem pracowników, z powiększeniem listy ich zadań i obszaru odpowiedzialności oraz przedłużaniem czasu pracy.
- ścisłe przestrzeganie planów działania, które zazwyczaj nie obejmują zadań wykorzystujących kreatywne myślenie,
- ukaranie błędu,
- niezwracanie uwagi na innych (bez wzorców),
- popieranie ludzi podobnych do siebie – oddanie i ciężka praca jako jedyna szansa osiągnięcia sukcesu w firmie⁴¹⁴.

Blokadami kreatywności mogą być również:

- obojętna postawa w stosunku do sytuacji i problemów,
- mało wiary w siebie (strach przed porażką),
- niepotrzebny lęk przed krytyką,
- niedostatek pozytywnych odczuć,
- tendencja do pochopnej oceny i blokowanie umysłu na nowe informacje,
- podporządkowanie się innemu,
- poczucie napiętych terminów,
- tendencja do konformizmu,
- podejście głównie praktyczne⁴¹⁵.

Ograniczenia, które można zidentyfikować w przypadku kreatywności, są komparatywne z ograniczeniami występującymi w przypadku przedsiębiorczości⁴¹⁶ czy innowacyjności⁴¹⁷. Odnoszą się one do jednostki, zespołu czy organizacji. W obszarze teoretycznym stanowią mało rozpoznany problemowy obszar badań.

Podsumowując, rozwój jest procesem, który umożliwia osiągnięcie oczekiwanych założeń. Wiąże się ze zmianami, które zachodzą na określonym terytorium. Opiera się na zharmonizowanych decyzjach władzy lokalnej oraz lokalnej

⁴¹⁴ E. Jerzyk, G. Leszczyński, H. Mruk, *Kreatywność w biznesie...*, op. cit., s. 30.

⁴¹⁵ R. Wyrzykowi, *Trening kreatywności. Skrypt dla studentów*, Wyd. AWF, Wrocław 2011, s. 4.

⁴¹⁶ Zob. M. Grzebyk, *Uwarunkowania rozwoju jednostek terytorialnych szczebla lokalnego*, w: *Regionalne uwarunkowania ekonomicznego rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich*, t. 2, red. A. Czudec, Wyd. UR, Rzeszów 2003, s. 40; G. Torr, *Zarządzanie kreatywnymi pracownikami*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2011, s. 37.

⁴¹⁷ Zob. R. Lisowska, *Bariery rozwoju działalności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw na terenach wiejskich na przykładzie województwa łódzkiego*, w: *Małe i średnie przedsiębiorstwa – szanse i zagrożenia rozwoju*, red. N. Daszkiewicz, CeDeWu, Warszawa 2007, s. 40–41; J. Włodarczyk, *Działalność innowacyjna i jej ograniczenia w polskiej gospodarce*, w: *Innowacje w rozwoju gospodarki i przedsiębiorstw: siły motoryczne i bariery*, red. E. Okoń-Horodyńska, A. Zachorowska-Mazurkiewicz, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2007, s. 110–111.

społeczności. Powinno to zmierzać do koordynacji lokalnych zasobów. Mimo autonomii działania samorząd lokalny powinien współpracować ze wszystkimi podmiotami, zwłaszcza że współcześnie proponuje się oparcie w rozwoju na endogenicznych czynnikach. Przyjęcie przedsiębiorczego stylu pracy będzie wiązało się z wykorzystywaniem kreatywności i innowacjami. Przedsiębiorczość zwłaszcza w przypadku władz gminy może być panaceum na dostosowanie się do globalnych warunków. Uzewnętrznia się to w standaryzacji produktów, usług, co dzięki nowej technologii umożliwia przepływ towarów, kapitału, ludzi.

Globalizacja wywołuje zmiany w sferze handlu, kulturze, przenika na poziom lokalny. Staje się układem odniesienia, który oddziałuje na środowisko lokalne. Następuje więc swoista konwergencja czynników w miejscu. Czynniki te jest trudno zoperacjonalizować, stąd ich wpływ na kapitał kreatywny jest zmienny.

Z perspektywy badań różnych autorów w kontekście teoretycznym i praktycznym wynika wspomniana zmienność przypisywana znaczeniu poszczególnych determinant w czasie, czego przykładem może być np. kapitał społeczny. Zaznaczyć jednak należy, że katalog czynników rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym nie ma charakteru zamkniętego, co otwiera drogę do badań nad innymi uwarunkowaniami.

ROZDZIAŁ 5

POTENCJAŁ LOKALNY PODKARPACIA W ZAKRESIE ROZWOJU KAPITAŁU KREATYWNEGO

5.1. Podkarpacie jako terytorium ukierunkowane na rozwój

Z badań nad liczebnością klasy kreatywnej i trzonu kreatywnego w Polsce przeprowadzonych pod kierunkiem K. Klincewicza wynika, że zmienne te są silnie skorelowane z cechami odzwierciedlającymi talent, technologię, tolerancję i rozwój gospodarczy⁴¹⁸. Podział województw ze względu na siłę czynników „3T” i wsparcia publicznego dla nich wskazuje na pozycję liderów wzrostu województwa mazowieckie i dolnośląskie. Nierównomierny rozwój cechuje województwa łódzkie i wielkopolskie, zaś wzrost mimo przeszkód następuje w małopolskim, pomorskim i śląskim. Pretendentami w rozwoju klasy kreatywnej są województwa: podkarpackie, podlaskie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie, zachodniopomorskie. Pozostałe województwa są w niekorzystnej sytuacji pod względem analizowanych zmiennych⁴¹⁹.

Wybór do analizy województwa podkarpackiego wynikał z zaliczenia go w przywołanych powyżej badaniach do grupy pretendentów w rozwoju kapitału kreatywnego. Wiązał się z potrzebą poznania uwarunkowań aktywizujących kapitał kreatywny.

Województwo podkarpackie ze względu na położenie geograficzne i uwarunkowania historyczne stanowi interesujący przypadek do analizy zjawiska kapitału kreatywnego. Województwo to powstało 1 stycznia 1999 r. W jego skład weszły 4 województwa funkcjonujące na terenie południowo-wschodniej Polski: rzeszowskie, tarnobrzeskie, przemyskie oraz krośnieńskie. Ustawa ustanowiła również siedzibę wojewody oraz sejmiku wojewódzkiego w Rzeszowie⁴²⁰.

Województwo podkarpackie to terytorium, które zdynamizować może swój rozwój poprzez aktywizację kapitału kreatywnego w układzie lokalnym. Zapre-

⁴¹⁸ *Klasa kreatywna...*, *op. cit.*, s. 186.

⁴¹⁹ *Ibidem*, s. 192.

⁴²⁰ Ustawa z 24 lipca 1998 r. o wprowadzeniu zasadniczego trójstopniowego podziału terytorialnego państwa, Dz.U. 1998, nr 96, poz. 603.

zentowana jego krótka charakterystyka wskazuje na specyfikę regionu, który kształtuje również rozwój lokalny. Jednocześnie opis ten jest wyjściową bazą porównawczą dla podmiotu badań, tj. 160 gmin, na które jest podzielone województwo. Wyodrębnione w przestrzeni województwa jednostki administracyjne są bardzo zróżnicowane pod względem obszarowym, jak i poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego. Wielkość poszczególnych jednostek administracyjnych gmin i powiatów nie jest obojętna dla skutecznego rozwiązywania ich problemów⁴²¹.

Województwo podkarpackie jest najbardziej wysuniętym na południowy wschód województwem Polski. Graniczy z Ukrainą i Słowacją oraz z województwami: małopolskim, świętokrzyskim i lubelskim⁴²². Na Podkarpaciu mieszka 2 mln 129 tys. osób, co stanowi 5,5% ludności kraju. Średnia gęstość zaludnienia w województwie 119 osób na 1 km² była niewiele niższa od średniej krajowej – 123. Jednak w gminie Lutowska gęstość ta wynosiła zaledwie 5 osób na 1 km², zaś w gminie Krościenko aż 302 osoby. Społeczeństwo na Podkarpaciu jest młode, ponad połowa podkarpackich mieszkańców nie osiągnęła jeszcze 33. roku życia⁴²³.

W podkarpackich miastach mieszka 41,1% osób, co w porównaniu ze wskaźnikiem dla całego kraju (61,8%) wskazuje na najmniej zurbanizowany obszar w Polsce. W 2004 r. obszary wiejskie w województwie podkarpackim zajmowały 94,08% powierzchni całkowitej regionu, zaś w 2014 r. wielkość ta zmalała do 93,29%. Według prognoz na przestrzeni lat 2015–2050 udział liczby ludności zamieszkującej obszary wiejskie województwa podkarpackiego zwiększy się z poziomu 58,78% do 63,04%⁴²⁴.

Wybór Podkarpacia do badań był podyktowany faktem, że jest to region o wysokim odsetku ludności wiejskiej⁴²⁵, zaś wewnątrzregionalne dysproporcje rozwojowe są szczególnie duże. Pozwala to na sprawdzenie założeń badawczych w różnych warunkach. Wiązało się to również z uwagami zgłaszanymi w odniesieniu do teorii Floridy, mianowicie małego zainteresowania obszarami wiejskimi z preferowaniem obszarów miejskich.

Przyrost naturalny w województwie podkarpackim wynosił w 2015 r. 0,8%, a dla Polski 0,1%. Na Podkarpaciu 51% ogółu ludności stanowią kobiety, przy

⁴²¹ G. Ślusarz, *Studium...*, *op. cit.*, s. 65.

⁴²² <http://www.wrotapodkarpackie.pl/index.php/o-regionie-2/podkarpacka-geografia/polozenie> (17.02.2015) i BDL.

⁴²³ Dane za 2014 r.

⁴²⁴ <http://www.portalsamorządowy.pl/plikiu/78673.html> (17.02.2015).

⁴²⁵ Obszary funkcjonowania w województwie podkarpackim, Zarząd Województwa Podkarpackiego, Podkarpackie Biuro Planowania Przestrzennego w Rzeszowie, załącznik do uchwały nr 86/1977/15 Zarządu Województwa Podkarpackiego z 25 sierpnia 2015, s. 32, 38–39, http://www.bip.podkarpackie.pl/attachments/article/2159/OFWP_PBPP_082015.pdf (29.06.2016).

czym najwięcej kobiet, bo 109, przypada na 100 mężczyzn w miastach. Porównywalnie 101 kobiet na 100 mężczyzn przypada na wsiach. W tym regionie występuje największy wskaźnik zawierania małżeństw w Polsce – na 1000 osób 5,5 nowych związków małżeńskich. Na 1000 zawartych małżeństw 49 kończy się rozwodem⁴²⁶.

Na tle innych województw Podkarpacie jest średnim regionem kraju pod względem powierzchni, jak i ludności. Województwo podkarpackie wypracowuje około 3,9% PKB. W przeliczeniu na jednego mieszkańca PKB wynosi 70,7% średniej krajowej⁴²⁷.

Struktura zatrudnienia w województwie według sektorów nie jest korzystna dla celów rozwojowych. Zatrudnienie w sektorze usług wynosi około 32%, jest to niewiele. Spada zatrudnienie w sektorze przemysłowym, a rośnie w rolnictwie. Produkcja sprzedana Podkarpacia stanowi tylko około 3% wartości sprzedaży w Polsce. Bezrobocie jest wysokie, wynosi około 11,4%⁴²⁸.

W układzie regionalnym kraju Podkarpacie zajmuje niską pozycję strategiczną. W podziale wewnętrznym w województwie wyodrębniono 21 powiatów: bieszczadzki, brzozowski, dębicki, jarosławski, jasielski, kolbuszowski, krośnieński, leski, leżajski, lubaczowski, łańcucki, mielecki, nizański, przemyski, przeworski, ropczycko-sędziszowski, rzeszowski, sanocki, stalowowolski, strzyżowski, tarnobrzeski oraz 4 miasta na prawach powiatu: Krosno, Przemyśl, Rzeszów i Tarnobrzeg⁴²⁹. Powiaty dzielą się na 160 gmin, w tym 16 gmin miejskich, 109 gmin wiejskich i 35 gmin miejsko-wiejskich. Na ich obszarze jest 50 miast, z czego 34 leży w granicach gmin miejsko-wiejskich⁴³⁰.

Województwo składa się z dwóch znacząco różniących się od siebie podregionów: rzeszowsko-tarnobrzeskiego oraz krośnieńsko-przemyskiego. Różnice widoczne są przede wszystkim w sytuacji gospodarczej obu podregionów. Większość ośrodków przemysłowych skupiona jest na obszarze podregionu rzeszowsko-tarnobrzeskiego, stąd też uchodzi on za lepiej rozwinięty, jest pewnego rodzaju motorem napędowym województwa. Ma to związek z lokalizacją centrów przemysłowych oraz ośrodków handlowych. Nie bez znacze-

⁴²⁶ <http://www.wrotapodkarpackie.pl/index.php/o-regionie-2/podkarpacka-demografia> (4.12.2015), <http://www.dziennikwschodni.pl/kraj-swiat/pkb-w-województwach-lubelskie-na-samym-koncu,n,1000170064.html> (4.12.2015) i BDL.

⁴²⁷ http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_rs_rocznik_stat_wojew_2010.pdf (4.12.2015) i BDL.

⁴²⁸ *Ibidem*. Dane za 2016 r.

⁴²⁹ <http://www.stat.gov.pl/broker/access/definitionTree.jspx;jsessionid=A0402FE17E83B516A962B9006E21568C> (26.12.2013). Opis funkcji miast Podkarpacia można znaleźć np. w opracowaniu: J. Wład, *Miasta województwa podkarpackiego*, Wyd. Turystyczne i Edukacyjne, Mielec 2006, s. 73–84.

⁴³⁰ http://www.stat.gov.pl/bip/36_PLK_WAI.htm (26.12.2013).

nia pozostaje infrastruktura transportowa i komunikacyjna⁴³¹. Znajdujący się w podrzeszowskiej Jasionce port lotniczy umożliwia szybkie połączenia międzynarodowe.

Podregion krośnieńsko-przemyski nieco gorzej wypada pod względem rozwoju gospodarki. Ma to związek przede wszystkim z zasobami przyrodniczymi, jakie znajdują się na jego terenie. Z tego też powodu w tej części o wiele szybciej rozwija się turystyka wykorzystująca możliwości środowiska, a działalność ludzi skupia się w dużej mierze na rolnictwie. Wiąże się to z większą stopą bezrobocia w porównaniu do pozostałej części województwa, niższymi dochodami mieszkańców oraz mniejszą liczbą przedsięwzięć inwestycyjnych i niższą wartością przemysłowo-handlową. Sytuacja w regionie wpływa na ciągłość procesów migracyjnych młodych mieszkańców, którzy wyjeżdżają z Podkarpacia nie tylko do innych województw, ale także za granicę w celu poszukiwania pracy. Odnosi się to do mieszkańców z wykształceniem wyższym, jak i tych bez wykształcenia. Wszystko to przekłada się na niski poziom życia ludności będący poniżej średniej krajowej, związany z niskimi dochodami mieszkańców oraz słabo rozwiniętą infrastrukturą techniczno-ekonomiczną⁴³².

Gospodarka województwa skupia się przede wszystkim na przemyśle w branżach lotniczej, chemicznej, szklarskiej i elektromaszynowej. Największymi inwestycjami na Podkarpaciu było utworzenie Specjalnej Strefy Ekonomicznej Euro-Park Mielec oraz Specjalnej Strefy Ekonomicznej Euro-Park Wisłosan obejmującej miasto Tarnobrzeg wraz z przyległymi obszarami. Pozwoliły one zarówno na szybkie zmiany rozwoju produkcji, jak i w poziomie zatrudnienia dzięki utworzeniu nowych miejsc pracy dla lokalnego społeczeństwa⁴³³.

W odniesieniu do Podkarpacia polityka państwa jest nakierowana na wspieranie rozbudowy i modernizacji infrastruktury transportowej, podtrzymywanie współpracy transgranicznej przez budowę nowych przejść granicznych i rozbudowę istniejących. Polityka państwa zmierzała do wzmocnienia małych miast, które będą lokalnymi centrami rozwoju. Celem polskiej polityki regionalnej będzie również utrzymywanie wysokich walorów przyrodniczych regionu⁴³⁴.

⁴³¹ Zob. R. Fedan, Z. Makiela, *Infrastruktura transportowa w kształtowaniu struktury przestrzennej regionu podkarpackiego*, w: *Przedsiębiorstwo i region*, red. R. Fedan, Wyd. UR, Rzeszów 2006, s. 26; R. Fedan, *Transport Routes in the Spatial Activation of the Podkarpacie Region*, w: *Determinants and Sources of Development of Enterprises in the Region*, red. R. Fedan, K. Szara, Wyd. UR, Rzeszów 2013, s. 50–51.

⁴³² Z. Makiela, *Przedsiębiorczość regionalna*, Difin, Warszawa 2008, s. 56–57.

⁴³³ *Ibidem*, s. 60.

⁴³⁴ J. Chojka, J. Pakulska, *Rozwój regionu Podkarpacia po akcesji Polski do Unii Europejskiej*, Druk Tur, Stalowa Wola 2009, s. 27.

5.2. Urzędy gmin jako miejsce do rozwoju kreatywności

5.2.1. Składowe kreatywności

Podczas oceny kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym należy poznać opinie administracji i społeczności gminy na temat postrzegania i definiowania kreatywności jako podstawowej cechy tego kapitału. Należy także poznać potrzebę wykorzystania kreatywności w pracy i w życiu osobistym. Kreatywność bowiem jest remedium na zmiany. Pierwszym etapem dla jej wdrożenia jest identyfikacja potrzeby „bycia kreatywnym”. Stąd istotne jest, czy pojęcie kreatywności jest terminem znanym, popularnym, czy wiedza o nim występuje na poziomie lokalnym. Struktura ankiety w przypadku urzędu gmin obejmowała pytania, których nie było w kwestionariuszu dla mieszkańców. Dotyczyły one: możliwości wykorzystania kreatywności na różnych stanowiskach pracy, czynników sprzyjających kreatywności, potencjału pracowników i rozwiązań go wzbogacających oraz problemów występujących w pracy.

Jak wynika z badań własnych, kreatywność jest cechą trudno definiowalną i mierzalną. Prawie połowa badanych urzędników określa ją jako zdolność twórczego myślenia, szeroko pojętą pomysłowość i elastyczność adaptacyjną skutkującą umiejętnością odnajdowania twórczych, oryginalnych rozwiązań wykraczających poza przyjęte schematy (tabela 16). Zbliżony odsetek respondentów wybrał właśnie taką odpowiedź w podziale na gminy wiejskie, miejsko-wiejskie i miejskie⁴³⁵ (47,04%, 51,61% i 48,71%).

Tabela 16. Definicje kreatywności w opinii respondentów (%)

Kreatywność	Urzędnicy	Mieszkańcy
1	2	3
Umiejętność tworzenia idei i form polegająca na nowym podejściu do istniejących problemów oraz reinterpretowaniu rzeczywistości i poszukiwaniu nowych możliwości	29,14	13,16
Postawa, styl działania umożliwiający pokonanie rutyny, nawyków, schematów myślenia i działania	12,58	6,94
Zdolność twórczego myślenia, szeroko pojęta pomysłowość i elastyczność adaptacyjna skutkująca umiejętnością odnajdowania twórczych, oryginalnych rozwiązań wykraczających poza przyjęte schematy	48,12	72,73

⁴³⁵ W analizie wyników przyjęto podział według typów gmin ze względu na dostępność danych w statystyce publicznej, a także przejrzystość analizy.

1	2	3
Proces pozyskania i wymiany świadomie i nieświadomie nabytej wiedzy, doświadczenia życiowego, kompetencji wykorzystanych w sposób niekonwencjonalny w działaniu twórczym	5,52	3,10
Umiejętność znajdowania rozwiązań, które budują poczucie sensu	2,43	4,07
Inne	2,21	0,00
Suma	100,00	100,00

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Kreatywność identyfikowana jest również jako umiejętność tworzenia idei i form polegająca na nowym podejściu do istniejących problemów oraz reinterpretowaniu rzeczywistości i poszukiwaniu nowych możliwości. Ta definicja dominowała w odpowiedziach respondentów z gmin wiejskich. 23% badanych reprezentujących gminy miejsko-wiejskie i miejskie wybrało takie określenia. Kreatywność jako postawę, styl działania umożliwiający pokonanie rutyny, nawyków, schematów myślenia i działania uznało 12,58% badanych. Odpowiedzi te przeważały wśród reprezentantów gmin miejsko-wiejskich, co było wartością o ponad 4 punkty procentowe wyższą w porównaniu z odpowiedziami udzielonymi przez przedstawicieli innych gmin.

Odpowiedź mówiącą o związku z procesem pozyskiwania i wymiany świadomie i nieświadomie nabytej wiedzy, doświadczenia życiowego, kompetencji wykorzystanych w sposób niekonwencjonalny w działaniu twórczym wybrało 5,52%. Bardzo pragmatyczną odpowiedź definiującą kreatywność jako umiejętność znajdowania rozwiązań, które budują poczucie sensu, wybrało 11 spośród 453 osób.

Godna uwagi jest definicja kreatywności wskazana przez 72,73% mieszkańców, mówiąca o tym, że to zdolność twórczego myślenia, szeroko pojęta pomysłowość i elastyczność adaptacyjna skutkująca umiejętnością odnajdowania twórczych, oryginalnych rozwiązań wykraczających poza przyjęte schematy. Oznacza to zbieżność definiowania pojęcia kreatywności, z tym że ponad dwukrotnie częściej odpowiedź ta była wybierana przez mieszkańców gmin wiejskich.

Kreatywność to także umiejętność tworzenia idei i form polegająca na nowym podejściu do istniejących problemów oraz reinterpretowaniu rzeczywistości i poszukiwaniu nowych możliwości – tak stwierdziło 13,16% mieszkańców podkarpackich gmin. Z tą definicją kreatywności jako podejściem do rozwiązywania problemów i przekształcania rzeczywistości utożsamia się autorka pracy.

O połowę mniejszy odsetek badanych (6,93%) zdefiniował kreatywność jako postawę, styl działania umożliwiający pokonanie rutyny, nawyków, schema-

tów myślenia. Na umiejętność znajdowania rozwiązań, które budują poczucie sensu, jako definicję kreatywności wskazało 4,07% mieszkańców. Pozostali określili kreatywność jako proces pozyskania i wymiany świadomie i nieświadomie nabytej wiedzy, doświadczenia życiowego, kompetencji wykorzystywanych w sposób niekonwencjonalny w działaniu twórczym.

Można więc stwierdzić, że pojęcie kreatywności jest znane społeczności lokalnej i najczęściej kojarzone z pomysłowością, adaptacyjnością myślenia.

Po zidentyfikowaniu pojęcia kreatywności zapytano respondentów, czy uważają się za osoby kreatywne. W grupie 453 badanych urzędników 60,71% określa się jako takie osoby. Prawie 1/4 zaś nie ma zdania na ten temat – nie wie, czy ma cechy kreatywne, czy nie. 6,84% respondentów odpowiedziało, że nie są kreatywni. Aż 7% takich wskazań pochodziło z gmin wiejskich i miejsko-wiejskich. W gminach miejskich nikt nie wybrał tej opcji, również odsetek odpowiedzi niepewnych (czyli „nie wiem, czy jestem kreatywny”) jest najniższy. Może to mieć związek z lokalizacją i warunkami panującymi w mieście, co wiąże się z większą potrzebą zaangażowania w życie lokalnej społeczności.

Ponad połowa (62,44%) mieszkańców uważa się za osoby kreatywne. Za kreatywnych nie uważa się 7,41%, zaś 29,19% nie potrafi ocenić się pod kątem tej cechy. Struktura odpowiedzi jest podobna w obu analizowanych grupach.

Większość respondentów nie zgadza się ze stwierdzeniem, że osobą kreatywną jest każdy, kto akceptuje samego siebie, ciągle się rozwija, żyje zdrowo i jest szczęśliwy (46,89%). Tego typu odpowiedzi dominują wśród respondentów z gmin wiejskich.

Ponad połowa, tj. 58,13% badanych mieszkańców, zgadza się, że kreatywność jest cechą właściwą wszystkim ludziom, nie tylko wyjątkowo utalentowanym. Przeciwnych temu stwierdzeniu jest o połowę mniej, tj. 26,07%. Najwięcej przeciwników tego stwierdzenia odnotowano wśród przedstawicieli gmin wiejskich.

Badani mieli możliwość wskazać trzy najważniejsze cechy składowe kreatywności. A. Einstein twierdził, że wyobraźnia jest ważniejsza od wiedzy. Również badani respondenci uznali tę cechę za najważniejszą składową kreatywności (20,01%). Potwierdza to inna myśl Einsteina: „wyobraźnia bez wiedzy może stworzyć rzeczy piękne. Wiedza bez wyobraźni najwyżej doskonała”⁴³⁶. Drugie w kolejności wskazań było myślenie twórcze (17,12%) oznaczające, że przy kreatywności praca mózgu jest bardzo ważna, jednak myślenie nie powinno przebiegać utartymi schematami, a podążać innym, niestereotypowym szlakiem. Trzecim czynnikiem, który kształtuje kreatywność, wybranym przez 14,68% badanych, była odwaga wyjścia poza schemat. To ważna zmienna, ponieważ bez niej człowiek swoje przemyślenia, wynalazki, odkrycia może zamknąć w zaci-

⁴³⁶ J. Fedirko, *Einsteiniana*, „Alma Mater” 2009, nr 114, s. 80.

szu swojego laboratorium, biura. Odwaga oznacza również przekazanie informacji o czymś innym, świadomą decyzję na poddanie się krytyce i często odrzucenie. Pozwala przy kreowaniu pozbyć się strachu czy też przezwyciężyć go. Dla kreatorów to ważna, wzmacniająca cecha umożliwiająca śmiałą prezentację własnego odkrycia.

Te trzy zmienne uzyskały najwięcej wskazań, co może oznaczać, że w opinii respondentów są one najistotniejsze w postawie kreatywnej. Wyobraźnię można rozwijać, podobnie myślenie twórcze, a odwagę można nabyć. Są więc to cechy, które wytrwale można wzmacniać. Warto w tym miejscu przytoczyć myśl P.F. Druckera: ludzie z twórczą wyobraźnią na pewno będą mieli więcej odkrywczych idei. Ale czy osoba generująca bardziej odkrywcze idee odniesie tak naprawdę większe sukcesy – nie wiadomo⁴³⁷.

Oprócz wyobraźni dwie inne cechy zostały wyróżnione przez badanych. Były to oryginalność i inteligencja, które uzyskały po ponad 90% wskazań. Oryginalność jawi się zawsze jako pewna niestereotypowość, można więc postawić tezę, że wiąże się z odwagą wyjścia poza schemat. W kreatywności bardzo liczy się nieszablonowość, nietypowe podejście, błyskotliwość czy nietuzinkowość. To stąd ludzie kreatywni, twórczy ze świeżością, śmiałością patrzą na pracę, nowe wyzwania. Odkrywanie pozwala na bycie pionierem, a więc na oryginalność, pomysłowość, której wyrazem w ekonomii będzie innowacyjność. Przypisanie kreatywności oryginalności wskaże mocno na jakość wytworzonych dzieł. Dzieło powinno być autentyczne, prawdziwe i samodzielne, np. w sztuce, kulturze często jest ekstrawaganckie, szokuje ekscentrycznością, niezwykłością, egzotycznością. W ocenie oryginalności ważna wydaje się wskazana przez respondentów inteligencja. Pomysłowość, przenikliwość, które są właściwe umysłowi człowieka, bystrość pozwoli ocenić wytworzoną rzecz, dzieło, utwór. A jednocześnie inteligencja kojarzy się z talentem, geniuszem. Stąd też często mówimy o kimś, że jest bystry, ma polot w danej dziedzinie.

Prawie połowę mniej wskazań uzyskały elastyczność (5,78%), motywacja własna i edukacja (po 4,37%). Wybór elastyczności wskazuje na to, że kreatywność wymaga kompromisu, tolerancyjności, ustępliwości, dostosowania się. Przy kreatywnej postawie to niezmiernie pragmatyczna umiejętność połączona z odwagą.

Na kreatywne postawy ludzi wpływają również i inne cechy, jednak ich znaczenie w opinii badanych jest znacznie mniejsze.

W przypadku mieszkańców za najważniejszą składową kreatywności ludzkiej uznano wyobraźnię, na którą wskazało 27,83% respondentów. Ważna jest

⁴³⁷ P.F. Drucker, *Natchnienie i fart czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Studio Emka, Warszawa 2004, s. 91.

również odwaga wybrana przez 20,73% badanych. Jednym z komponentów kreatywności jest motywacja, która została wskazana przez 12,12%. Kreatywność wiąże się z inteligencją wybraną przez 11,80%. Na piątej pozycji znalazła się elastyczność (7,18%), kolejno intuicja (5,02%), wytrwałość (4,70%) i umiejętności dostosowania się (3,51%).

Z badań wynika, że zarówno pracownicy urzędów gmin, jak i mieszkańcy potrafią zdefiniować kreatywność i określić, co na nią wpływa. W przypadku urzędów gmin starano się zidentyfikować, czy na różnych stanowiskach pracy przy wykonywaniu zadań jest możliwe wykorzystanie kreatywności.

Problematyka kreatywności w systemie władzy publicznej ma istotne znaczenie z punktu widzenia zakresu świadczonych usług oraz zjawisk zachodzących pomiędzy administracją a jej otoczeniem.

Pracownicy urzędów gmin wskazali, że kreatywność jest cechą potrzebną w ich pracy. Stwierdzili oni, że cechą tę mogą wykorzystać osoby wykonujące pracę w urzędzie gminy przy realizacji powierzonych im zadań. Fakt pracy opartej na schematach i wyznaczonych procedurach nie zachęca do zmian i wprowadzania usprawnień, nie oznacza jednak, że nie można być kreatywnym.

Zarządzanie gminą zostało uznane przez ponad 90% badanych za obszar, w którym można wykorzystać kreatywność. Zdecydowanie największy odsetek odpowiedzi potwierdzający możliwość wykorzystania kreatywności w zarządzaniu cechował gminy miejskie (74,36%). Na drugim miejscu znalazły się gminy wiejskie – 52,96%, na trzecim miejsko-wiejskie (39,78% odpowiedzi zdecydowanie tak) (wykres 1).

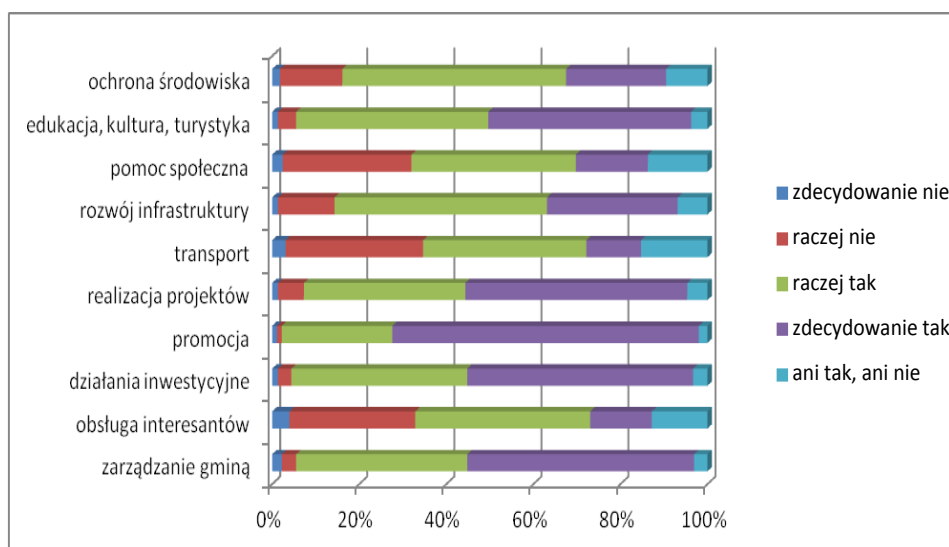
W małym stopniu przedstawiciele poszczególnych typów gmin byli zgodni co do wykorzystania kreatywności w kontaktach z klientem. 54% respondentów uznało, że jest to raczej i zdecydowanie możliwe, pozostali byli raczej przeciwni, natomiast 51,88% badanych zdecydowanie twierdziło, że kreatywność jest możliwa do wykorzystania przy działaniach inwestycyjnych. Mniej wątpliwości mieli respondenci w ocenie możliwości wykorzystania kreatywności przy działaniach promocyjnych, o czym świadczy 25,39% odpowiedzi „raczej tak” i aż 70,42% – „zdecydowanie tak”.

Mimo konieczności bycia twórczym, zwłaszcza przy konstrukcji wniosku projektowego, tylko 50,99% badanych zdecydowanie opowiedziało się za możliwością wykorzystania kreatywności przy realizacji projektów unijnych. Raczej za taką opcją opowiedziało się 37,09% badanych.

Ponad 30% (31,57% „raczej nie” i 37,53% „raczej tak”) respondentów wskazało na możliwość wykorzystania kreatywności w transporcie. Zdecydowanie twierdząco odpowiedziało więcej respondentów z gmin miejskich (20,51%) niż z gmin wiejskich czy miejsko-wiejskich (odpowiednio 13,08% oraz 7,53% wskazań). Podobny rozkład prezentuje wybór opcji „raczej tak”; tu przedstawiciele

gmin miejskich w 58,97% twierdzą, że transport publiczny to obszar, gdzie można wykorzystać kreatywność. Znacznie mniej takich wskazań pojawiło się w gminach wiejskich (35,20%) oraz miejsko-wiejskich (36,56%).

W działaniach związanych z rozwojem infrastruktury 48,79% mówi „raczej tak” o możliwości wykorzystania kreatywności. O 18,76% mniej wskazań uzyskała odpowiedź „zdecydowanie tak”. Edukacja, kultura i turystyka to działania w urzędzie gminy, w których kreatywność znajdzie zastosowanie w 90%. W tym obszarze nie wystąpiły różnice terytorialne, odnotowano podobne odpowiedzi we wszystkich rodzajach gmin.



Wykres 1. Możliwości wykorzystania kreatywności w urzędzie gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Działalność samorządów terytorialnych szczebla gminnego wiąże się z realizacją aktualnych zadań właściwych dla danej społeczności lokalnej.

W największym stopniu na wykonywaną pracę wpływa posiadana wiedza. Obok niej ważne są wartości i wytrwałość, które uzyskały podobny odsetek wskazań, zaś jako kolejna cecha wpływająca na wykonywaną pracę została wskazana twórczość.

Urząd gminy to specyficzna instytucja, w której zakres obowiązków pracowników związany jest z zajmowanym stanowiskiem bądź wykonywanymi czynnościami. Mimo dokumentów strukturyzujących pracę urzędników podjęto próbę dalszej identyfikacji potrzeby bycia kreatywnym i czynników pobudzających kreatywność.

5.2.2. Czynniki sprzyjające kreatywności na stanowisku pracy

Zadania przydzielone do realizacji w urzędzie gminy mają zróżnicowany charakter. W rozwoju kreatywności ważne jest, aby nie podchodzić do swojej pracy rutynowo.

Praca w urzędzie gminy warunkowana jest przez różne czynniki. Respondenci w skali od 1 do 6 (gdzie 1 oznaczało brak czynnika, 2 – bardzo mały wpływ, 3 – słabe, małe znaczenie, 4 – znaczenie średnie, 5 – duże znaczenie, występowanie w dużym stopniu, 6 – bardzo duże znaczenie) ocenili dany czynnik pod kątem możliwości aktywizacji i wykorzystania kreatywności.

Kreatywności sprzyja poparcie okazywane pracownikowi na stanowisku pracy. Odnosi się ono do kierownictwa i współpracowników. Budowanie dobrej atmosfery w pracy zależy od relacji między ludźmi, stąd ponad 39,96% badanych stwierdziło, że ma poparcie kierownictwa w tym, co robi, na poziomie średnim, w przypadku współpracowników odsetek ten wyniósł 35,98%. Obowiązki administracji samorządowej respondenci traktują jako służbę na rzecz wspólnoty lokalnej, która powinna być wspierana w swoim rozwoju i trudnym procesie adaptacji do zmieniających się warunków zewnętrznych. Ta służba to głównie koordynacja i działanie na rzecz konsensusu w zakresie maksymalizacji korzyści wynikających ze współdziałania i wzajemnej współpracy⁴³⁸.

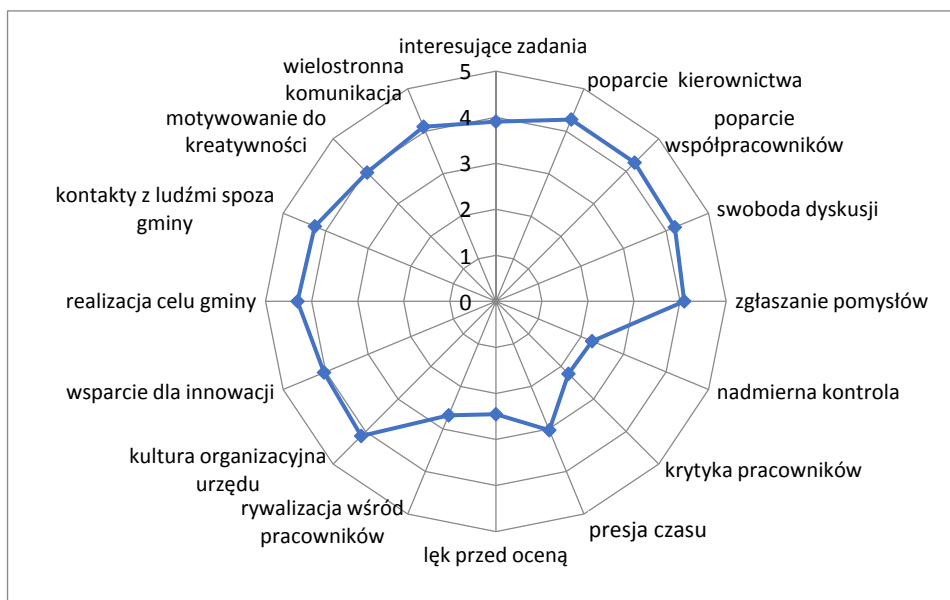
Pozytywnie należy ocenić wskazania 31,79% i 35,98% osób odnośnie do poparcia udzielanego przez kierownictwo i współpracowników. Około 9,93% i 8,17% określiło poparcie kierownictwa i współpracowników jako bardzo duże. Ponad 1,10% i 1,32% badanych stwierdziło, że w ich urzędzie nie występuje w ogóle wsparcie kierownictwa i współpracowników (wykres 2).

Na pracę i jej efekty wpływa poparcie kierownictwa dla działań pracownika. Najwyższe poparcie wśród respondentów odnotowano dla gmin miejskich. Podobna sytuacja dotyczyła wsparcia przez współpracowników.

Większość badanych uznała, że istnieje w średnim stopniu możliwość swobodnych dyskusji dotyczących realizowanych zadań (39,07%). Komunikacja to ważne zagadnienie we współpracy i jednocześnie czynnik rozwoju pracowników, stąd powinno zwrócić się uwagę na możliwości prowadzenia wspólnych rozmów dotyczących wykonywanych zadań.

Pracownicy nie mają problemów ze zgłoszeniem pomysłów. Natomiast zawsze są osoby, które boją się być aktywne, co zostało przez 17,88% ocenione jako zaangażowanie małe, niskie. Możliwość aktywnego włączania się w pracę urzędu poprzez zgłaszanie różnych rozwiązań w pracy jest przejawem postawy kreatywnej.

⁴³⁸ *Informator o wynikach badań postaw i działań administracji samorządowej i rządowej województwa podkarpackiego w zakresie innowacji*, RSI, UR, Rzeszów 2004, s. 29.



Wykres 2. Ocena czynników sprzyjających kreatywności w urzędach gmin

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Kreatywności nie sprzyja nadmierna kontrola kierownictwa. Respondenci stwierdzili, że w urzędach, w których pracują, jest ona bardzo rzadka (43,05% badanych). Dobłą atmosferę w pracy potwierdzają odpowiedzi dotyczące krytyki, która nie występuje w opinii 24,28% urzędników albo ma siłę bardzo słabą, na co wskazało 46,36% badanych, lub słabą w 17,00% przypadków.

Rywalizacja wśród pracowników jest niesprzyjającym czynnikiem pracy w urzędzie. Stąd pozytywnie należy ocenić stwierdzenie, że w 10,60% przypadków ona nie występuje. Na poziomie bardzo niskim występuje rywalizacja wśród 37,97% pracowników, zaś niskim – 32,89%. W sumie dla ponad 81,46% respondentów rywalizacja nie ma wpływu na ich pracę. Średnio różnica wynosiła 3,41 punktu procentowego, zaś w gminach miejskich ukształtowała się na poziomie aż 15,38%, co świadczy o występowaniu zjawiska rywalizacji wśród pracowników w tych jednostkach samorządowych.

Według literatury związek kreatywności z innowacyjnością jest bezdyskusyjny⁴³⁹, mimo to w 36,42% wskazań dominowała opinia o średniej sile wpływu wsparcia dla innowacji w urzędzie. Wsparcie dla innowacji na poziomie wyso-

⁴³⁹ Por. A. Frąckiewicz-Wronka, *Przesłanki wykorzystania koncepcji współpracy między organizacjami z różnych sektorów w zarządzaniu publicznym*, „Marketing i Rynek” 2014, nr 5 (CD), s. 339–345.

kim i bardzo wysokim jest charakterystyczne dla 32,89% gmin. Na niski poziom pomocy wskazało 24,06% badanych, zaś pozostali ocenili go jako bardzo niski. Najwyższe wsparcie dla innowacji cechuje gminy miejskie, dla których odnotowano 17,95% odpowiedzi „bardzo duży wpływ”. W porównaniu do pozostałych typów gmin jest to bardzo wysoki poziom wskazań, bowiem w gminach miejsko-wiejskich było to zaledwie 4,30%, a w wiejskich 8,72%.

M. Ginter wskazuje na innowacyjność województwa podkarpackiego, akcentując, że w 2011 r. to tu największy odsetek przedsiębiorstw w Polsce wdrożył innowacje (15%)⁴⁴⁰. Z raportu *Regionalne Systemy Innowacyjne w Polsce* z zestawienia ogólnego na podstawie charakterystyki potencjału województw i efektów innowacyjnych wynika, że województwo podkarpackie zajmuje 6. pozycję w rankingu innowacyjności⁴⁴¹. Rola innowacji w regionie jest bardzo ważna, o czym można przeczytać w opracowaniach innych autorów⁴⁴².

Realizacja celu gminy stanowi jednocześnie wskazanie kierunku rozwoju i działania. Oceniono, że w 39,51% występuje i sprzyja on kreatywności na poziomie średnim. Zbliżony (32,67%) procent wskazań to oceny wpływu dużego, zaś 9,71% uznało wpływ ten za bardzo duży, co w dominującym stopniu wskazuje na związek celów i założeń rozwojowych gminy z kreatywnością. Wysoki odsetek respondentów, bo 17,88%, wpływ ten ocenił jako bardzo niski lub niski.

Bardzo ważne są kontakty z ludźmi spoza gminy. 79,25% respondentów oceniło wpływ kontaktów spoza gminy jako pozytywny, znaczący na poziomie średnim, dużym lub bardzo dużym. Nie odnotowano odpowiedzi, że taki wpływ nie ma miejsca, w żadnym z trzech rodzajów gmin. Natomiast na bardzo słabe kontakty z osobami spoza gminy wskazało 4,86%, zaś słabe 15,89% respondentów. Zasadne wydaje się przeprowadzenie celowej pogłębionej analizy, dlaczego ma to miejsce i jak należy to zmienić.

Zmiany należy dokonać w przypadku 1,77% urzędów, w których nie występuje motywowanie do kreatywności, i w przypadku 28,91%, gdzie występuje ono na poziomie bardzo słabym i słabym. 37,31% pracowników stwierdziło, że są motywowani na poziomie średnim do bycia kreatywnym. Podobny do odpo-

⁴⁴⁰ M. Ginter, *Innowacyjność regionów Polski na tle Unii Europejskiej. Uwarunkowania i czynniki w procesie rozwoju gospodarki rynkowej*, red. W. Olkowska, Wyd. Wyższej Szkoły Informatyki i Ekonomii TWP w Olsztynie, Olsztyn 2014.

⁴⁴¹ *Raport Regionalne Systemy Innowacyjne w Polsce – doświadczenia i perspektywy*, PARP, Warszawa 2013, s. 20.

⁴⁴² Zob. *Nowoczesność przemysłu i usług. Przedsiębiorczość i innowacje. Uwarunkowania i czynniki rozwoju*, red. J. Pyka, TNOiK, Katowice 2007; *Analiza rozwoju społeczno-gospodarczego województwa podkarpackiego w latach 2009–2013*, US w Rzeszowie, Rzeszów 2014, s. 91; B. Błachut, M. Cierpień-Wolan, D. Koprowicz, *Województwo podkarpackie na tle regionu UE w latach 2009–2013*, US w Rzeszowie, Rzeszów 2015.

wiedzi negatywnych, bo 32,01%, odsetek wskazań świadczy, że pracownicy są motywowani w stopniu dużym i bardzo dużym do bycia kreatywnymi.

Czynniki, które sprzyjają rozwojowi kreatywności, oddziałują pośrednio na rozwój całej gminy. Ważne wydaje się, jak respondenci oceniają rozwój gminy (tabela 17) oraz czy istnieje związek z czynnikami sprzyjającymi kreatywności.

Tabela 17. Czynniki sprzyjające kreatywności w urzędzie gminy i ich związek z oceną rozwoju gminy

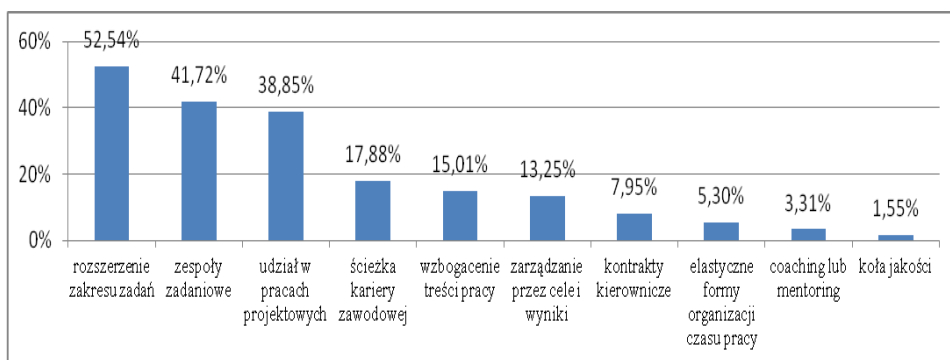
Czynniki sprzyjające kreatywności w środowisku pracy urzędniczej	Zależność z oceną rozwoju gminy
Zadania w pracy są interesujące	0,0001***
Pracownik w tym, co robi, ma poparcie kierownictwa	0,0000***
Pracownik w tym, co robi, ma poparcie współpracowników	0,0000***
Istnieje możliwość swobodnych dyskusji	0,0000***
Pracownicy nie boją się zgłaszać własnych pomysłów	0,0001***
Występuje nadmierna kontrola	0,0595
Krytyka pracowników	0,0019**
Presja czasu dotycząca wykonywanych zadań	0,0001***
Lęk przed oceną	0,0002***
Rywalizacja wśród pracowników	0,0067**
Kultura organizacyjna urzędu	0,0045**
Wsparcie dla innowacji	0,0000***
Realizacja celu gminy	0,0000***
Kontakty z ludźmi spoza gminy	0,0000***
Motywowanie do kreatywności	0,0000***
Wielostronna komunikacja	0,0000***

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Ocenił przez urzędników czynniki zweryfikowano testem Kruskala-Wallisa w odniesieniu do wpływu na ocenę rozwoju gminy (tabela 17). Do badań przyjęto poziom istotności $\alpha = 0,05$. Przyjmuje się, że gdy: $p < 0,05$, to występuje statystycznie istotna zależność (oznaczona za pomocą *); $p < 0,01$, to występuje wysoce istotna zależność (**); $p < 0,001$, to występuje bardzo wysoka istotna statystycznie zależność (***). Wszystkie czynniki są statystycznie istotne, co oznacza interakcje pomiędzy nimi a oceną rozwoju gminy. Brak zależności występuje pomiędzy czynnikiem kontroli. Nadmierna kontrola nie sprzyja rozwojowi gminy, który jest pochodną czynników wpływających na rozwój kre-

atywności w urzędach. Pozwoliło to potwierdzić hipotezę drugą (H 2) mówiącą, że czynniki sprzyjające kreatywności na stanowisku pracy urzędników mają związek z oceną rozwoju ich gminy. Założona hipoteza nie została statystycznie potwierdzona w przypadku kontroli.

Respondentów poproszono o wskazanie wszystkich rozwiązań wzbogacających potencjał kwalifikacyjny pracowników w urzędzie gminy. Rozwój pracownika to pole, które w organizacji stwarza możliwości budowania kreatywności. Najczęściej występującą odpowiedzią było rozszerzanie zakresu zadań (52,54%) dominujące w gminach wiejskich (53,27%). Ważną i praktyczną formą wzbogacenia kompetencji są zespoły zadaniowe zidentyfikowane w 41,72% urzędów gmin. Praca zespołowa realizowana jest w różnych płaszczyznach zadaniowych. Do takich należy zaliczyć udział w zadaniach projektowych wymienionych przez respondentów w 38,85% badanych gmin, które występowały najczęściej w urzędach gmin miejskich. Wśród popularnych aktywności znalazły się również: budowanie ścieżki kariery (17,88%), wzbogacanie treści pracy (15,01%) czy zarządzanie przez cele i wyniki (13,25%) (wykres 3).



Wykres 3. Rozwiązania wzbogacające potencjał pracowników w urzędzie gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Rozwój własny pracownika jest często uwarunkowany samomotywacją, która jest także charakterystyczna dla rozwoju kreatywności. Istotne w przypadku motywowania do działania są elementy płacowe. Na zajmowanym stanowisku pracy największe znaczenie ma motywowanie pozapłacowe. Odnotowano, że według badanych nie występuje motywowanie pozapłacowe w przypadku 19,21% gmin oraz że motywowanie pozapłacowe nie ma znaczenia dla 14,35% badanych. Pracownicy gmin miejskich, wiejskich, a także miejsko-wiejskich przypisali motywowaniu pozapłacowemu duże znaczenie (odpowiednio: 64,10%, 55,14% oraz 53,76%).

Stres w pracy nie jest zjawiskiem pozytywnym, dlatego sytuacjom stresowym należy zapobiegać. Ma on różne znaczenie dla badanych, jest to bowiem czynnik, który nie działa motywująco. Dla 35,76% respondentów stres w pracy nie ma znaczenia. Brak stresu odnotowano w 3,53% gmin. Stres ma znaczenie duże dla ponad połowy badanych, tj. 52,10%. Dla 8,61% ma bardzo duże znaczenie. Wśród wszystkich badanych gmin najwięcej respondentów z gmin miejskich wskazało na duże znaczenie stresu w pracy.

Trudno jednoznacznie określić znaczenie rutyny w pracy, bowiem dla 47,90% badanych ma duże znaczenie, zaś dla 41,06% nie ma znaczenia, co jest charakterystyczne dla wszystkich rodzajów badanych gmin, zarówno miejskich, jak i miejsko-wiejskich oraz wiejskich. 5,08% oceniło, że rutyna ma bardzo duże znaczenie, zaś 5,96% respondentów nie odczuwa znaczenia rutyny w pracy.

Podnoszenie wiedzy, szkolenia, studia, kursy, staże mają duże znaczenie dla 71,96% badanych (z czego najwięcej wskazań pojawiło się w gminach wiejskich), zaś bardzo istotne były dla 19,43% respondentów. Nie mają znaczenia dla 7,28% i nie występują w 1,32% gmin.

Praca w zespołach problemowych nie występuje w 17% gmin. Natomiast ma ona duże znaczenie dla 53,86% badanych. Nie jest istotna w pracy 19,87% respondentów. Przedstawiciele gmin miejskich, wiejskich oraz miejsko-wiejskich przypisali pracom w zespołach problemowych duże znaczenie (miejskie – 64,10%, miejsko-wiejskie – 63,44% oraz wiejskie – niemal 50% wskazań) (tabela 18).

Tabela 18. Znaczenie poszczególnych czynników na stanowisku pracy

Wyszczególnienie czynników/ udział wskazań w %	Bardzo duże	Duże	Nie ma znaczenia	Nie występuje	Razem
Motywowanie pozapłacowe	10,82	55,63	14,35	19,20	100,00
Własny rozwój zawodowy	27,37	65,34	6,41	0,88	100,00
Stres w pracy	8,61	52,10	35,76	3,53	100,00
Rutyna	5,08	47,90	41,06	5,96	100,00
Podnoszenie wiedzy, szkolenia, studia, kursy, staże	19,43	71,96	7,28	1,33	100,00
Praca w zespołach problemowych	9,27	53,86	19,87	17,00	100,00

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Zaprezentowane cechy charakteryzują pracowników w urzędzie gminy jako przedstawicieli administracji lokalnej. Pokazują proces przeobrażeń zachodzących w gminie. Mają charakter „pewnych” stanów, które można oceniać jako mniej lub bardziej doskonale pod względem wykorzystania kreatywności, co ma zdaniem badanych odzwierciedlenie w rozwoju gminy, o czym wspomniano wcześniej. Włączenie kreatywności w pracę administracji lokalnej jest zadaniem trudnym do wykonania w praktyce, ale świadczy o otwartości, aktywności, próbie rezygnacji z rutyny.

Dane z badań ankietowych potwierdzają uzyskane wcześniej wyniki w ramach wywiadu z przedstawicielami jednostek samorządowych, którzy uczestniczyli w pilotażowym badaniu w 2014 r. Osoby te zajmowały stanowiska zarządzające w 10 urzędach gmin z terenu województwa podkarpackiego.

Kreatywność postrzegana jest przez pracowników gmin jako wykorzystanie umiejętności i wyobraźni do tworzenia nowych rozwiązań ulepszających proces pracy, otwartość na zmiany, inicjatywa i umiejętność rozwiązywania problemów. Z najbardziej zbliżonych definicji można przytoczyć za badanymi, że jest to „umiejętność myślenia rozwojowego na różnych płaszczyznach”. Połowa respondentów za kapitał preferowany w urzędzie gminy uważa kapitał finansowy. Pieniądze w opinii pracowników gmin są podstawowym atrybutem pozwalającym na realizację celów i zadań zarówno w urzędzie, jak i w całej gminie. Problemem wskazywanym przez badanych jest brak środków finansowych. Kapitał niematerialny w porównaniu do finansowego nie ma w opinii respondentów tak dużego znaczenia, podobnie jak i inne rodzaje kapitału.

Najistotniejszą barierą kreatywności, wymienioną przez 70% badanych, są inni ludzie i niesprzyjające otoczenie. Kolejno respondenci wskazywali na politykę państwa jako barierę rozwoju gminy, a także ograniczenie kreatywności. Słaby rozwój przedsiębiorstw to trzecia w kolejności bariera wymieniana przez badanych. Na czwartej pozycji uplasował się niski kapitał rozwojowy zarówno własny, jak i obcy. Takie wskazania mogą świadczyć o potrzebie stworzenia większych możliwości rozwoju dla napływu kapitału obcego i rozwoju przedsiębiorczości. Respondenci wskazywali zawsze na kilka barier, twierdząc, że hamują one rozwój gminy.

Podczas wywiadu zidentyfikowano problem przedstawiany przez pracowników jednostek samorządowych, a dotyczący potrzeby bycia kreatywnym na zajmowanym stanowisku, szczególnie w sytuacjach trudnych, konfliktowych z klientami. W opinii badanych istnieje potrzeba ciągłej zmiany zachowania w kierunku dostosowania pracy do wymagań otoczenia czy też globalnego rynku. Jest to obszar dynamiczny, zmienny, do którego jako pracownicy muszą się dostosowywać. Na swoim stanowisku wykazują się więc pomysłowością, kreatywnością, zaradnością ze względu na różne problemy, z którymi się spotykają.

Pracownicy urzędów wskazali, że na ich stanowiskach pracy kreatywność jest ważna, co nie powoduje rutynizacji zadań zwłaszcza w przypadku kontaktów z klientami. Jest to istotne w sytuacjach, w których mieszkańcy angażują się w życie społeczne i dbają o swoje wspólne cele i potrzeby.

Definicje kreatywności i innowacyjności respondentów są zbliżone do spotykanych w literaturze. Różnica może dotyczyć wdrożeń rozwiązań innowacyjnych, które oczywiście są mile widziane przez pracowników urzędu, jednak najczęściej kojarzone z innowacjami na poziomie przedsiębiorstw. Pracownicy są świadomi, że wdrażanie innowacji przez przedsiębiorstwa, i to innowacji o charakterze społecznym przyczynia się do rozwoju danego terenu⁴⁴³. Stąd dalej rodzi się pytanie o działania, które należy podjąć na szczeblu lokalnym czy regionalnym, aby przedsiębiorcy lokowali swoje firmy na tym terenie. Będzie to może remedium na wskazane podczas wywiadu bariery.

5.2.3. Kreatywność w rozwiązywaniu problemów i barier w urzędach gmin

Na każdym stanowisku, w każdej organizacji występują różne problemy i bariery hamujące pracę, przeszkadzające w wykonaniu zadań.

Kreatywność to swoista zdolność do rozwiązywania problemów. Wykorzystując tę definicję, zapytano respondentów o sytuacje problemowe w urzędzie gminy. Pytanie to miało również na celu pozyskanie informacji na temat możliwości zidentyfikowania potrzeby wykorzystania kreatywności w rozwiązywaniu problemów.

Najczęstszym źródłem problemów jest „klient”, co wiąże się z różnymi sprawami, z którymi zgłaszają się do urzędu petenci. Na stanowisku pracy zdarzają się także problemy ze współpracownikami (13,25%) i dominują one w gminach miejskich. Znaczenie mają też problemy własne dotyczące poczucia wartości w pracy (8,61%). O połowę niższy odsetek wskazań odnotowano w przypadku problemów z kierownictwem urzędów (4,42%). Wskazano również na inne problemy, tj. niskie zarobki, zbyt dużą liczbę obowiązków, napięte terminy realizacji zadań, problemy finansowe, problemy dotyczące zmian przepisów prawnych wymienione kilkakrotnie czy problemy z instytucjami kontrolnymi. W 13 przypadkach (co stanowiło 2,86%) udzielono odpowiedzi, że w urzędach gmin problemy nie występują (tabela 19).

Poszukując rozwiązań problemów, należy wziąć pod uwagę ograniczenia, które mają często charakter mentalny. Remedium może być wykorzystanie narzędzi służących do rozwiązywania problemów czy pobudzania kreatywności.

⁴⁴³ K. Szara, *Innowacyjność i kreatywność jako determinanty rozwoju regionalnego*, „Turystryka i Rozwój Regionalny” 2015, nr 3, s. 143–155.

Tabela 19. Najczęściej występujące problemy w urzędach gmin

Typy problemów	Procent odpowiedzi
Problemy z klientami urzędu	67,99
Problemy własne dotyczące poczucia wartości w pracy	8,61
Problemy ze współpracownikami	13,25
Problemy z kierownictwem urzędu	4,42
Inne	5,73
Razem	100,00*

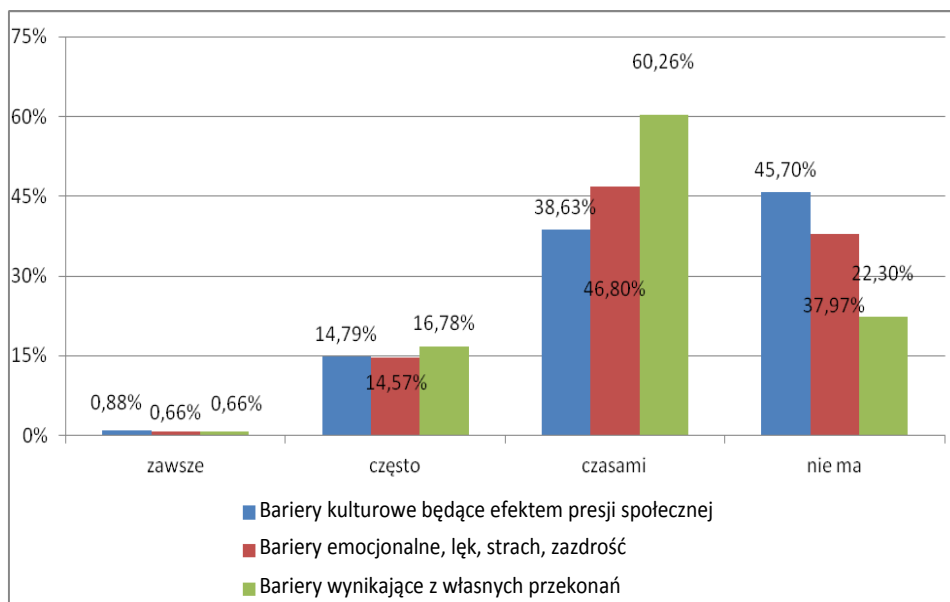
*Suma 100 odnosi się do 440 odpowiedzi, bez 13 odpowiedzi o braku problemów.

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Przy rozwiązywaniu problemów 47,24% respondentów korzysta czasami ze schematów myślowych. Podobny odsetek badanych (44,38%) stwierdził, że często wykorzystuje się je w rozwiązywaniu problemów. Natomiast w 4,19% gmin stosuje się je zawsze i w takim samym odsetku ich nie ma. Stereotypowe myślenie w rozwiązywaniu problemów występuje w 50,99% czasami. Często ma miejsce w 35,10%, zaś zawsze stereotypy warunkują myślenie 3,97% badanych. Nie występuje podejście stereotypowe do rozwiązywania problemów w 9,93% badanych.

Pozytywnie należy ocenić, że w przypadku rozwiązywania problemów nie występują bariery kulturowe (w 45,7%), mimo że czasami dają one o sobie znać (w 38,63%). Częstsze wskazania dotyczyły barier emocjonalnych, które czasami mają znaczenie przy rozwiązywaniu problemów (46,80%). Częsty wpływ barier emocjonalnych odnotowano dla 14,57% gmin. Nie mają one znaczenia dla 37,97% respondentów (wykres 4).

Zgłaszane pomysły, rozwiązania świadczą o zaangażowaniu pracowników w pracę. Rozwojowi kreatywności służą techniki kreatywnego rozwiązywania problemów, które są zawsze stosowane w przypadku 2,21% gmin. Często są wykorzystywane przez pracowników w 19,21% urzędów, zaś czasami w 10,82%. Największą różnicą pomiędzy gminami odnotowano w gminach wiejskich. Zadeklarowano w 71,65% z nich, że nigdy nie stosowano technik kreatywnego rozwiązywania problemów. W gminach miejskich brak takich praktyk został wskazany przez 41,03% badanych, co daje niemal 31 punktów procentowych różnicy.



Wykres 4. Bariery w rozwiązywaniu problemów

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Najczęstszą techniką kreatywności wymienioną przez badanych była burza mózgów, kolejną były spotkania eksperckie i diagram ryby. Na uwagę zasługują podane informacje o różnych formach konsultacji eksperckich i opisy stosowanych technik, co zostało zaznaczone przez respondentów w ankiecie mimo braku znajomości ich nazw. Oznacza to, że również w urzędzie uznawanym najczęściej za „bastion biurokracji” występują nowe rozwiązania wzbogacające pracę.

Badając środowisko pracy, w którym poszukuje się miejsca dla kreatywności, należy zwrócić uwagę na atmosferę w pracy. Atmosfera panująca w pracy przez ponad połowę badanych, bo 57,62%, została oceniona jako dobra. Najczęściej taką odpowiedź podawano w gminach wiejskich. Odnotowano 20% wskazań dla atmosfery bardzo dobrej i neutralnej oraz ani dobrej, ani złej. Natomiast jako złą atmosferę oceniło 1,54% respondentów; było to w większości charakterystyczne dla gmin miejskich (tabela 20).

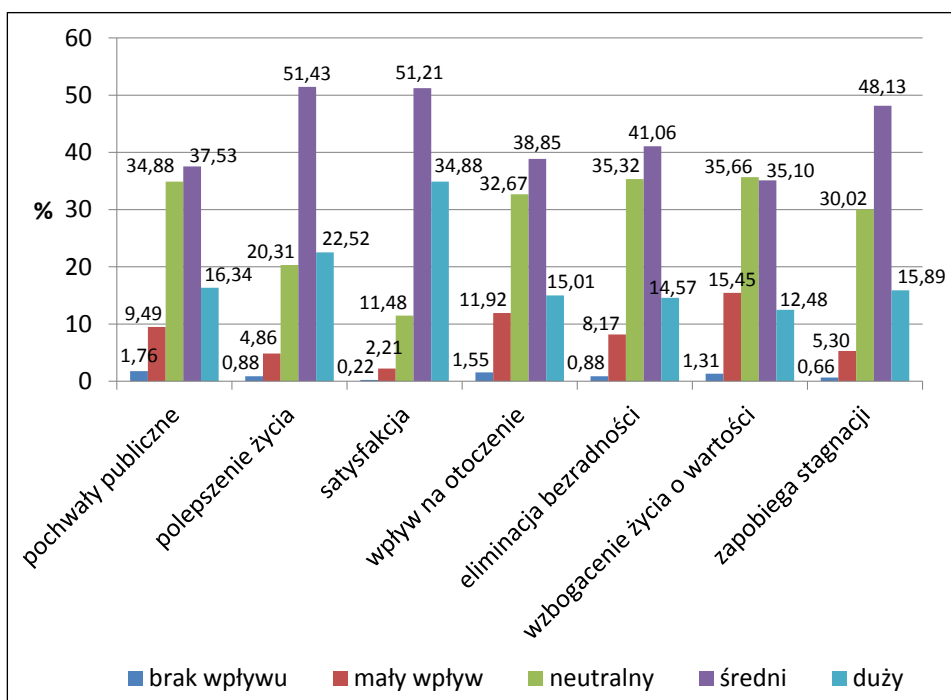
Tabela 20. Ocena atmosfery panującej w pracy

Atmosfera w pracy	Procent odpowiedzi
1	2
Bardzo dobra	20,31
Dobra	57,62

1	2
Ani dobra, ani zła	20,53
Zła	1,54
Razem	100,00

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Motywacja, a właściwie samomotywacja jest bardzo istotna przy budowaniu kreatywności. Do bycia kreatywnym pracowników motywują pochwały, chęć poprawy swojego życia, satysfakcja własna, możliwość wzbogacania życia o wartości, piękno; kreatywność zapobiega nudzie, więc jest to również argument, aby ją wykorzystywać (wykres 5).



Wykres 5. Motywatory kreatywności

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Ocena możliwości wykorzystania kreatywności w urzędach gminy jest dobra, co wynika z różnych zadań realizowanych przez respondentów na swoich stanowiskach pracy. Kształtowanie środowiska pracy pod kątem możliwości budowy kreatywnego środowiska pracy i kapitału kreatywnego wiąże się z poparciem kierownictwa i współpracowników.

Faktem jest, że urzędy gmin rządzą się prawem biurokracji i trudno jest wprowadzić zmiany. Podjęty kontekst analizy wydaje się być punktem wyjścia do prób weryfikacji możliwości wykorzystania w urzędzie gminy kreatywności, szczególnie w kierunku przedsiębiorczości czy innowacyjności. Badania pozwalają również określić, czy w różnych typach gmin przy wykorzystaniu zasobów ludzkich mamy do czynienia z postawami opartymi na kreatywności i czy może to stanowić podstawy do działań podejmowanych przez pracowników gmin w procesie budowy lokalnego systemu kreatywności w gminie. Ponieważ postawy te występują wraz z potrzebą wykorzystania kreatywności najczęściej w praktyce uzewnętrznionej w postaci rozwiązywania problemów, należy w przyszłości zastanowić się nad szczegółową identyfikacją potrzeb wykorzystania kreatywności i narzędzi, które można zaproponować w urzędach.

Charakterystykę kreatywności w urzędzie gminy kończy ocena pracy urzędników dokonana przez mieszkańców gmin. Tylko 26,79% respondentów uznało władze gminy za kreatywne, 37,80% określiło, że władze nie są kreatywne, zaś 35,40% ankietowanych wybrało opcję odpowiedzi: „nie wiem”.

Mieszkańcy gmin podobnie ocenili władze administracyjne gminy w zakresie wspierania kreatywności społeczności lokalnej. 26,56% respondentów uznało, że władze gminy wspierają kreatywność mieszkańców, 38,76% wybrało opcję „nie wiem”, zaś 34,68% stwierdziło brak wsparcia.

5.3. Przedsiębiorczość i innowacyjność w podkarpackich przedsiębiorstwach jako środowisko dla kreatywności

W opisie materiału badawczego powołano się na badania własne zrealizowane w podkarpackich przedsiębiorstwach. Stanowią one bazę porównawczą dla badań w jednostkach samorządu terytorialnego, jednocześnie potwierdzają zidentyfikowany w tych podmiotach kapitał kreatywny. Opracowując kwestionariusz badawczy dla urzędów gmin, wzorowano się na dobrych przykładach działań kreatywnych w przedsiębiorstwach.

Przywołanie opinii przedsiębiorców w analizie lokalnego systemu kreatywności w gminie jako jednych z ważnych grup interesu wydaje się zasadne. Badania własne dotyczyły możliwości rozwoju kapitału kreatywnego w przedsiębiorstwach z uwzględnieniem ich innowacyjności. Najczęściej analizy prowadzono w układzie definiowania pojęć, oceny poziomu przedsiębiorczości lub innowacyjności, determinant rozwoju lokalnego.

Ważny dla porównania badań był także wywiad przeprowadzony wśród 30 przedstawicieli przedsiębiorstw z terenu Podkarpacia uczestniczących w warsztatach nt. kreatywności, prowadzonych przez autorkę. Na początku określono po-

trzeby dotyczące kreatywności w przedsiębiorstwach, a następnie oceniano jej znaczenie w organizacji. Potrzebę rozwoju kreatywności dostrzegają wszyscy badani. Na uwagę zasługuje fakt, że potrzeba ta nie dotyczy tylko sfery zawodowej, ale i prywatnej. Zaprezentowane poniżej efekty analizy potwierdzają, że podjęty problem badawczy występuje w praktyce, w tym wypadku biznesowej, jest aktualny i ważny.

Kreatywność oznacza dla badanych respondentów najczęściej otwartość na nowe pomysły, dążenie do wprowadzania zmian. Wiąże się z umiejętnością znalezienia się w konkretnej sytuacji. To także zdolność innowacyjnego rozwiązywania problemów i tworzenia innowacyjnych projektów, która świadczy o wszechstronności i umiejętności wychodzenia poza przyjęty schemat rozwiązań. Wszyscy są zgodni, że efektem kreatywności są innowacje. Nie wszyscy badani, jednak większość (80%), uważają się za ludzi kreatywnych.

Respondenci postrzegają kreatywność jako „środek, czynnik” innowacyjności. Najczęściej kreatywność traktują jako cechę, która pozwala „tworzyć” innowacje. Z reguły nie są w stanie rozróżnić etapów procesu innowacyjnego, a w nim miejsca kreatywności. Uznają natomiast, że kreatywność jest ważna, potrzebna. Chcieliby być w większym stopniu kreatywni, jednak nie wiedzą, jak to zrobić. Zauważyć można było potrzebę wyjścia poza schemat, a także, co było zgłaszane przez osoby na stanowiskach kierowniczych, identyfikowana była potrzeba pobudzenia kreatywności wśród pracowników. Ponieważ kreatywności można się nauczyć, ważne jest również, jaką wybrać drogę. Wszyscy stwierdzili, że kreatywni pracownicy są szczególnie istotni dla każdej firmy. W organizacjach pracują różne osoby o zróżnicowanych predyspozycjach do rozwoju cechy kreatywności, a właściwie do kreatywnego myślenia. Stąd różnie można wpływać na rozwój kreatywności, szczególnie w kontekście uzyskiwania innowacji (tabela 21).

Tabela 21. Determinanty kreatywności w odniesieniu do innowacyjności w opinii przedsiębiorców

Wyszczególnienie	Charakter	Wpływ na innowacyjność
1	2	3
Wiedza	specjalistyczna i ogólna	wiedza specjalistyczna daje podstawę do zmiany innowacyjnej, ogólna do połączenia faktów z innych dziedzin
Zdolności intelektualne	synteza, analiza, prezentacja	pozwalają na popatrzenie na problem z wielu stron, następnie określenie przydatności i zaangażowania oraz przekazanie innym ludziom pomysłu

1	2	3
Motywacja	wzmocnienie do działania	ciężka, regularna praca przynosi efekty, którymi są innowacje
Ryzyko	operacyjne, technologiczne	większe korzyści w przypadku sukcesu

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Podczas wywiadu 80% badanych oceniło, że klimat ich organizacji sprzyja kreatywności. Pracownicy mają możliwość realizacji racjonalizatorskich projektów, na co wskazano w ponad 73% odpowiedzi. Oceniając swoją kreatywność w porównaniu do innych pracowników, wyższe noty respondenci przypisywali sobie. Różnica w ocenach kreatywności własnej osób zarządzających i personelu nie była jednak duża, wynosiła do 2%.

Badani mogli określić, jakie czynniki sprzyjają kreatywności, wartościując je w skali od 1 – czynnik nie występuje i nie sprzyja, do 7 – występowanie cechy i mocne jej oddziaływanie. Wszyscy badani uznali, że ambitne zadania w pracy sprzyjają w stopniu wysokim i bardzo wysokim kreatywności. Potwierdzone to zostało również przez wszystkich w stwierdzeniu, że nie ma presji, strachu przed zgłaszaniem pomysłów. Swoboda działania i poparcie kierownictwa sprzyja w stopniu wysokim i bardzo wysokim 93% badanym. Promowanie pracy grupowej, poparcie ze strony współpracowników ocenione zostały przez 86% na podobnym poziomie.

Wśród barier kreatywności największy odsetek wskazań uzyskały odpowiedzi dotyczące lęku przed porażką. Dla 14% badanych przedsiębiorców to najważniejsza bariera, która ogranicza kreatywność. Bariery hamujące kreatywność wymienione przez respondentów dotyczą w ponad 12% rutyny. Wynika z tego podejście do pracy polegające na wykonywaniu powierzonych obowiązków biernie, bez nadawania im znaczenia. Ludzie wypracowują scenariusz zachowań i obejmują nad nim kontrolę. Im większą, tym bardziej zrutynizowane postępowanie. Również po 12% wskazań uzyskały niechęć do transformacji i inni ludzie, którzy nie sprzyjają zmianom. Obawa przed krytyką jest barierą kreatywności w opinii 10% badanych. System szkolnictwa, niski poziom motywacji, stereotypy to bariery, które uzyskały po 8% wskazań. Ważne wydaje się spojrzenie na barierę motywacyjną, w przypadku której należy postawić dodatkowe pytanie, co motywuje ludzi do tego, by byli kreatywni.

Respondenci stwierdzili, że pracują w jednostkach, które są otwarte, nastawione na zmiany, można je więc uznać w subiektywnej ocenie za kreatywne. Potwierdza to występującą zarówno w kreatywności, jak i innowacyjności zmienność.

W kontekście zidentyfikowanych determinant poproszono badanych o określenie swojej roli w organizacji, zespole. Role te były identyfikowane zestawem cech i analizowane pod kątem postawy kreatywnej.

Najwięcej, bo 27% badanych, stwierdziło, że wykorzystuje w pracy okazje, rozwija kontakty. Ocenili oni swoje działania jako komunikatywne, entuzjastyczne. Po 20% odpowiedzi uzyskały role, w których badani opisali siebie jako ludzi kreatywnych, oryginalnych w działaniu, rozwiązujących trudne problemy oraz kooperantów, miłych, uprzejmych, spostrzegawczych dyplomatów, słuchających grupy.

O 7 punktów procentowych mniej uzyskał opis osoby postępującej ostrożnie, starannie, z pełną świadomością, szukającej błędów, niedociągnięć, ale dostrzegającej terminów. Nie zostały wybrane przez badanych opisy charakteryzujące działania oparte na umiejętnościach technicznych, wiedzy, ukierunkowaniu na swoją osobę.

Z wywiadu wynika, że na kreatywność nie wpływa lokalizacja, miejsce prowadzenia działalności, nie ma znaczenia również płeć.

Innowacje są ważne zarówno dla przedsiębiorców, jak i pracowników urzędów gmin. Celowo zadane pytanie o kreatywność powoduje zastanowienie się nad połączeniem jej z innowacjami. Najczęściej wskazywane miejsce połączenia innowacji i kreatywności to początek procesu innowacyjnego. Zaznaczyć należy, że innowacyjność jako cecha determinująca rozwój przedsiębiorstwa wskazywana jest częściej i umieszczana na wyższej pozycji rankingowej niż kreatywność.

W odniesieniu do rozwoju regionu zwłaszcza przedsiębiorcy wskazują na potrzebę podjęcia takich działań, które pozwolą im rozwijać własną działalność i przyciągnąć inwestorów. W tym obszarze wskazywane są ponownie jako źródło finansowania środki unijne, tym razem w perspektywie do 2020 r.⁴⁴⁴

Potwierdzeniem tego są badania ankietowe zrealizowane wśród ponad 100 podmiotów gospodarczych w różnych gminach Podkarpacia. Badania przeprowadzono w 2012 r.; dotyczyły one podejmowania działalności gospodarczej, któremu towarzyszyło zawsze poszukiwanie pomysłu na biznes, innowacyjności i kreatywności w przedsiębiorstwach oraz roli przedsiębiorstwa w regionie. Analiza wprowadzanych innowacji w okresie od 2000 do 2012 r.⁴⁴⁵ wskazywała, że jeżeli przedsiębiorstwo istniało przez taki okres, to odnosiło się do innowacji jako do zmian. Zmiany te miały charakter bardzo różny. Około 80% przedsiębiorstw wskazało na innowacje o charakterze produktowym i procesowym. W przypadku działalności handlowej swoistym dostosowaniem się do wymagań rynkowych było wprowadzanie nowych produktów (w ponad 30% przypad-

⁴⁴⁴ *Ibidem*, s. 143–155.

⁴⁴⁵ Badania zrealizowano w 2012 r. Przyjęty dwunastoletni okres analizy dotyczył tylko pytania o wprowadzenie innowacji i wynikał z potrzeby ich identyfikacji. W małych przedsiębiorstwach zidentyfikowanie innowacji w krótkim okresie nie zawsze jest możliwe.

ków). Zmiany o charakterze technologicznym były wskazane przez 7% przedsiębiorstw. W większości były to innowacje bardzo kosztowne⁴⁴⁶. Przedsiębiorcy wskazywali na zmiany, jakie planują wprowadzić w przedsiębiorstwach. Z reguły dotyczyły one nowych rozwiązań technologicznych.

Wdrożone innowacje nie miały charakteru nowych inwestycji, a wynikały z rozszerzenia, modernizacji działalności. Respondenci, którzy wprowadzili zmiany o charakterze produktowym, jako główny motyw tych działań podawali lepsze zaspokojenie potrzeb potencjalnych klientów. Drugim motywem najczęściej wskazywanym była chęć zwiększenia dochodów oraz poprawa jakości oferowanych produktów lub usług. W przypadku wdrożenia innowacji o charakterze organizacyjnym głównym motywem wdrażania tego typu innowacji była poprawa warunków pracy. Na drugim miejscu wykazano lepsze zaspokojenie potrzeb potencjalnych klientów, zaś jako motyw stosowania zmian innowacyjnych o charakterze organizacyjnym podano chęć zredukowania liczby stanowisk pracy. Najmniej innowacji miało charakter marketingowy.

Każdej innowacji można przypisać określone źródło, czyli miejsce, w którym została zainicjowana. Najczęściej pomysłodawcą zmiany był przedsiębiorca. Pomysł stawał się inspiracją do działania – rozpoznania możliwości zakupu, wdrożenia, oceny korzyści i kosztów. Pomysł jako domena kreatywności jest stosunkowo rzadko postrzegany przez przedsiębiorców. Najczęściej przypisywany jest pojęciu innowacyjności. Samo działanie podkarpackich przedsiębiorców jest zdeterminowane potrzebą utrzymania się na rynku. Motywy podejmowania przez nich działalności gospodarczej mają klasyczny charakter. Kreatywność identyfikują oni jako cechę właściwą przedsiębiorcy.

W literaturze popularne są badania wskazujące na innowacyjność przedsiębiorstw czy oceny zachowań przedsiębiorczych. Istotne są również te badania, w których autorzy podejmują wysiłek oceny potencjału kreatywnego różnych organizacji⁴⁴⁷.

Aktualnie tendencje badawcze obejmują analizy sektora kreatywnego. Przedsiębiorstwa należące do wymienionej grupy stały się obiektem zainteresowania ekonomistów ze względu na korzyści, jakie dają produkty kultury, media, sztuka, zwłaszcza w obszarze przemian technologicznych i wzroście zainteresowania nabywców.

Ocena kreatywności ludzkiej w szeroko ujmowanych organizacjach, których najpopularniejszym reprezentantem są przedsiębiorstwa, nie należy do łatwych.

⁴⁴⁶ K. Szara, *Kreatywność a innowacyjność w działalności przedsiębiorców*, „Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, Prace z Zakresu Zarządzania. Innowacje w nowoczesnych organizacjach. Aspekty ekonomiczne i społeczne” 2014, nr 1, s. 201–210.

⁴⁴⁷ Zob. A. Lipka, M. Król, A. Winnicka-Wejs, *Kreatywność i rutyna...*, *op. cit.*, s. 206–254.

Stosowanie testów psychologicznych ma większe znaczenie w badaniach osobowości. Wymierne wyszacowanie korzyści z kreatywności jest trudne. W literaturze spotyka się nieliczne narzędzia konstruowane na zasadzie kwestionariuszy audytowych, na podstawie których można ocenić kreatywność. W ramach badań własnych podjęto także taką próbę odnoszącą się do przedsiębiorstw z terenu Podkarpacia, co zostanie zaprezentowane w podrozdziale 7.3.

5.4. Oddziaływanie infrastruktury kultury na rozwój lokalny

Rozwój kreatywności determinują różne warunki. Jednym z nich jest zajmująca w gminach ważne miejsce infrastruktura. Infrastruktura to podstawowe urządzenia i instytucje usługowe niezbędne do funkcjonowania gospodarki i społeczeństwa⁴⁴⁸. W literaturze można znaleźć nie tylko wiele różnych definicji infrastruktury, ale również sposobów jej podziału. Jedną z klasyfikacji odnosi się do jej zakresu rzeczowego i dzieli infrastrukturę na gospodarczą (techniczną) i społeczną⁴⁴⁹.

Jakość dróg, dostępność mediów to podstawowe rozwiązania infrastrukturalne, które decydują też o atrakcyjności inwestycyjnej gmin. O walorach gmin decyduje także infrastruktura związana z zagospodarowaniem czasu wolnego. Stanowi ona potencjał mający znaczenie dla przedstawicieli klasy kreatywnej preferujących miejsca bardziej atrakcyjne i lepiej wyposażone w różne udogodnienia wpływające na jakość życia.

Ocena respondentów odnosząca się do infrastruktury była pozytywna. Liczba obiektów oświatowych w gminie (przedszkola, szkoły) w 92,27% odpowiedzi została oceniona jako wystarczająca. Niecałe 2% uważa, że takich obiektów powinno być więcej. Pozostali nie mają zdania w tej kwestii. Respondenci gmin miejskich, wiejskich oraz miejsko-wiejskich okazali się zgodni w udzielanych odpowiedziach.

Ocena poziomu rozwoju infrastruktury sportowo-rekreacyjnej (boiska, place zabaw, parki, ławeczki itp.) związanej również z zagospodarowaniem czasu wolnego była zróżnicowana. 68,65% respondentów uznało, że poziom rozwoju infrastruktury jest wystarczający. Jedną piątą badanych uważa, że tak nie jest. Pozostali nie wiedzą, czy tego typu obiekty powinny być rozbudowywane, czy jest ich wystarczająca liczba. Infrastruktura ta jest ważna dla ludzi młodych, stwarza bowiem możliwość zagospodarowania ich czasu wolnego. Dostęp do

⁴⁴⁸ *Wielka encyklopedia*, t. 12, red. J. Wojnowski, PWN, Warszawa 2002, s. 134.

⁴⁴⁹ Zob. H. Janowska, *Strategie finansowania gminnych inwestycji infrastrukturalnych w Polsce*, Wyd. US, Szczecin 2002.

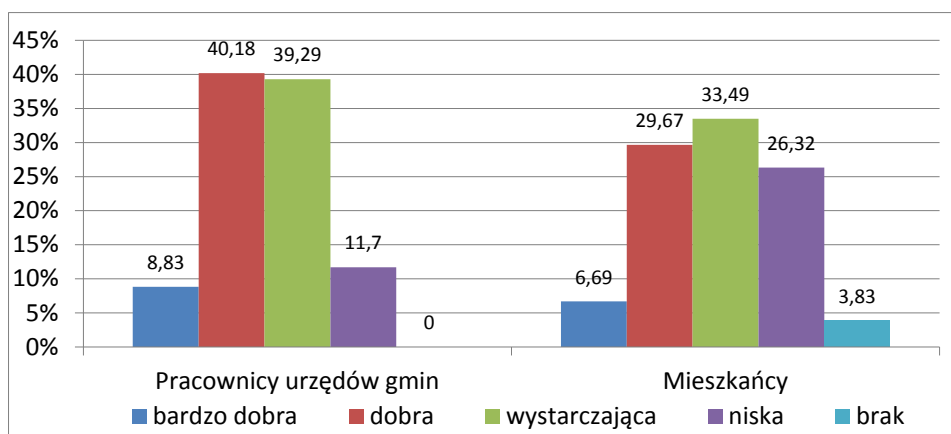
sztuki i różnych form pozyskania wiedzy wiąże się z miejscem, w którym można z tej wiedzy skorzystać.

Liczba obiektów kultury w gminie (świetlice, biblioteki) jest wystarczająca w opinii 82,56%. Dla 7,95% powinna być ona większa. Około 10% badanych nie dokonało oceny infrastruktury kultury. Gminy miejsko-wiejskie cieszyły się największym odsetkiem pozytywnych ocen (86,02%), jednak niewiele mniej takich odpowiedzi odnotowano w gminach miejskich (82,05%) i wiejskich (81,62%). Z kolei 15,38% respondentów gmin miejskich stwierdziło, że liczba obiektów kultury jest niewystarczająca, odpowiednio w gminach wiejskich było to 8,72% wskazań i jedynie 2,15% w miejsko-wiejskich.

Jakość usług świadczonych przez infrastrukturalne obiekty kultury na terenie gminy (świetlice, biblioteki) została przez 63,58% badanych oceniona jako wystarczająca. Przeciwnego zdania było 10,38% respondentów. Ocena jakości świadczonych usług najkorzystniej wypadła w gminach miejskich (71,79%), kolejno miejsko-wiejskich (67,74%) i na trzecim miejscu w wiejskich (61,37%).

Zarówno jakość infrastruktury kultury, jak i sportowej wiąże się z zagospodarowaniem czasu wolnego. Dla przedstawicieli kapitału kreatywnego to infrastruktura stanowi szansę na aktywne życie.

Jakość i różnorodność wydarzeń kulturalno-rozrywkowych odbywających się na terenie gminy oceniono jako dobrą w 40,18% przypadków oraz wystarczającą w 39,29%. Notę bardzo dobrą przyznano w 8,83% (w dużym stopniu w gminach miejskich), zaś notę niską w 11,70%. Niskie oceny szczególnie podzieliły respondentów, bowiem zaledwie 4,30% wskazań odnotowano pośród gmin miejsko-wiejskich przy stosunkowo dużym odsetku w gminach miejskich – 20,51%.

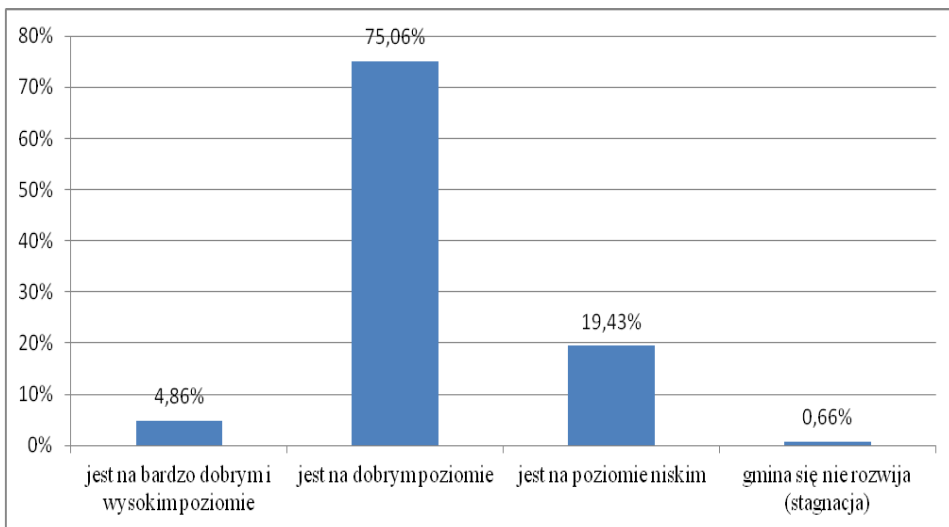


Wykres 6. Ocena wydarzeń kulturalno-rozrywkowych przez respondentów

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Kompleksową ocenę wydarzeń kulturalno-rozrywkowych można uznać za pozytywną. W opinii 26,31% mieszkańców należałoby ją poprawić (wykres 6). Infrastruktura kultury i atrakcje kulturalne wpływają na całościową ocenę rozwoju gminy.

W ankiecie poproszono respondentów o łączną ocenę rozwoju lokalnego gminy, która wypadła raczej optymistycznie. Przez 75% badanych rozwój ich gminy został oceniony na poziomie dobrym. Na rozwój na poziomie niskim wskazało 19,43%, zaś 3 osoby (0,66%) stwierdziły, że ich gmina się nie rozwija (wykres 7).



Wykres 7. Ocena rozwoju lokalnego gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Rozwój gmin odbywa się nie tylko dzięki społeczności i posiadanym zasobom, ale i eksponowaniu atrakcji znajdujących się na jej terenie. Atrakcyjność swojej gminy w porównaniu z innymi gminami Podkarpacia pracownicy urzędów ocenili bardzo ostrożnie (tabela 22).

Tabela 22. Ocena wybranych profili gmin pod względem atrakcyjności

Kryterium oceny pod względem atrakcyjności/ udział odpowiedzi w %	Bardzo atrakcyjna	Atrakcyjna	Zadowalająca	Słaba	Niedostateczna
1	2	3	4	5	6
Kulturalno-rozrywkowe	4,19	17,44	56,51	20,53	1,33
Turystyczne	9,71	22,74	37,09	26,93	3,53

1	2	3	4	5	6
Inwestycyjne	5,08	18,32	50,55	23,62	2,43
Rozwoju przedsiębiorczości	2,65	13,47	48,57	32,45	2,86
Aktywności mieszkańców	3,09	16,78	57,84	20,53	1,77
Współpracy przedsiębiorców	1,99	10,15	57,84	26,49	3,53
Innowacji	1,55	11,48	47,46	35,54	3,97
Dostosowywania się do zmian otoczenia	2,65	16,56	62,47	16,56	1,76

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Gminy podkarpackie mają znaczny potencjał turystyczny. Aż 9,71% badanych uważa, że ich gmina w porównaniu z innymi jest bardzo atrakcyjna turystycznie. W 22,74% przyznano ocenę „atrakcyjna”, zaś 37,09% badanych uważa, że poziom rozwoju turystyki i atrakcyjność gminy jest zadowalająca. Przez 26,93% badanych pracowników urzędów gmin została ona uznana jako słaba, pozostali ocenili ją jako niedostateczną.

Pod względem realizowanych inwestycji połowa respondentów jest zadowolona ze stopnia i rozmiaru ich realizacji. W 18,32% badani uważają, że jest to miejsce atrakcyjne do inwestowania, a 5,08% stwierdziło, że bardzo atrakcyjne. Przez 23,62% badanych ich gmina została oceniona jako słaba inwestycyjnie, zaś 2,43% wybrało odpowiedź „niedostateczna”. Gminy wiejskie oraz miejsko-wiejskie oceniają swój profil inwestycyjny na poziomie zadowalającym, natomiast respondenci gmin miejskich najczęściej określali, że ich gmina jest atrakcyjna inwestycyjnie. Zaprezentowane czynniki świadczą o atrakcyjności gmin, natomiast ich związek z rozwojem jest bardzo istotny statystycznie (tabela 23).

Tabela 23. Związek czynników wpływających na atrakcyjność gminy i oceny rozwoju gminy

Ocena czynnika w kontekście atrakcyjności w gminie	Zależność zmiennych
Kulturalno-rozrywkowy	0,000***
Turystyczny	0,000***
Inwestycyjny	0,000***
Rozwój przedsiębiorczości	0,000***
Aktywizacja mieszkańców	0,000***
Współpraca przedsiębiorstw	0,000***
Innowacyjność	0,000***
Dostosowanie do zmian	0,000***

Źródło: obliczenia na podstawie badań własnych.

Analiza z wykorzystaniem testu Kruskala-Wallisa wykazała, że istnieje statystycznie istotna zależność zmiennych, co oznacza, że ocena czynników ma związek z oceną rozwoju gminy. Oddziaływanie tych cech jest bardzo silne, co z jednej strony potwierdza poprawność ich wyboru na podstawie teorii, a z drugiej świadczy o ich występowaniu w praktyce. Test ten przeprowadzony dla poszczególnych rodzajów gmin potwierdził słabszą, ale wysoką statystyczną istotność między zmiennymi.

5.5. Determinanty i ograniczenia rozwoju lokalnego w opinii administracji i mieszkańców

Determinanty wpływające na rozwój lokalny były weryfikowane przez respondentów poprzez odpowiedzi i oceny w kilku pytaniach. Poniżej pokazano wybrane czynniki w układzie rang nadanych przez pracowników urzędów (1 – najwyższa, 2 – średnia, 3 – niska). Urzędnicy mieli możliwość wyboru dowolnej oceny. Respondenci oceniali czynniki pod kątem ich oddziaływania, znaczenia dla rozwoju lokalnego, ale z uwzględnieniem w ocenie danego czynnika wpływu na możliwość rozwoju kapitału kreatywnego.

W randze 1 znalazła się lokalizacja gminy, która jest zdecydowanie najważniejszym czynnikiem wpływającym na rozwój gmin. Ma ona największe znaczenie w 44,37% odpowiedzi (w randze 1). Kolejnym czynnikiem była występująca infrastruktura (21,85%). Trzeci co do ważności wybrany czynnik w pierwszej randze to ludzie mieszkający w gminie. W grupie zmiennych, które uzyskały rangę 2, najwyżej znalazła się występująca infrastruktura (29,36%), również kapitał ludzki (15,45%) i lokalizacja (15,01%) (tabela 24).

Tabela 24. Determinanty wpływające na rozwój gminy

Wybrane determinanty rozwoju gminy	
Najważniejsze	Procent wskazań
Ranga 1	
Lokalizacja gminy	44,37
Występująca infrastruktura	21,85
Kapitał ludzki	14,57
Ranga 2	
Występująca infrastruktura	29,36
Kapitał ludzki	15,45
Lokalizacja gminy	15,01

Ranga 3	
Ludzie mieszkający w gminie (kapitał ludzki)	17,44
Zaufanie, normy, wartości, powiązania społeczne mieszkańców gminy (kapitał społeczny)	16,56
Zaangażowanie, współpraca mieszkańców w życiu społecznym	16,11

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Układ rang potwierdził obliczony współczynnik oddziaływania dla wszystkich determinant. Lokalizacja okazała się najbardziej istotnym czynnikiem ze wszystkich. Kolejno, tak jak w przypisanych rangach, znalazł się czynnik infrastruktury i kapitał ludzki. Najmniej istotna w opinii pracowników okazała się tolerancja dla poglądów innych (ocen najniższych nie prezentowano w pracy).

Ocena różnych determinant w gminach była dokonywana w kilku układach różniących się zarówno doбором cech, jak i kryterium zmiennej zależnej. Wspólnie przedstawiciele mieszkańców i pracowników urzędów gmin ocenili czynniki rozwoju gminy. Zastosowano tu skalę 10-punktową, co pozwalało na bardzo szczegółową ocenę. Na skali najwyższą notą była wartość 10. Wyższe noty czynnikom rozwoju przyznali mieszkańcy gmin miejskich. Natomiast średnie ocen poszczególnych czynników kształtowały się jak w tabeli 25. Różnorodność kulturowa była czynnikiem o niskim poziomie wpływu, co wskazuje, że nie ma dużego zróżnicowania kulturowego w gminach. Natomiast wysoko oceniono atmosferę w gminach: na poziomie 6, co oznacza ulokowanie tej cechy w obszarze pozytywnego wpływu na rozwój gminy. Podobna sytuacja dotyczyła zadowolenia z życia ludzi. Mieszkańcy ocenili je ponad średnią (6,36 punktu) w porównaniu do pracowników gmin, tu oceny były zbliżone do średniej skali, tj. 5.

Znaczenie kreatywnych, przedsiębiorczych ludzi dla rozwoju gminy jest przeciętne, podobnie jak występowanie atrakcji kulturowych. Natomiast w ocenie pracowników urzędów gmin poziom innowacyjności został oceniony poniżej pozytywnego wpływu (tj. 5).

Tabela 25. Ocena czynników wpływających na rozwój gminy z wykorzystaniem współczynnika oddziaływania

Cecha opisująca czynnik/oceny respondentów	Pracownicy gmin	Mieszkańcy
Różnorodność kulturowa	3,81	3,79
Atmosfera wśród mieszkańców	5,84	6,28
Zadowolenie ludzi z życia	5,16	6,36
Wpływ kreatywnych, przedsiębiorczych ludzi na rozwój gminy	5,31	5,72
Występowanie atrakcji kulturowych na terenie gminy	5,39	5,37
Poziom innowacyjności w gminie	4,89	5,41

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Z katalogu ograniczeń respondenci, zarówno pracownicy urzędu gminy, jak i mieszkańcy, mieli możliwość wyboru trzech w ich opinii najważniejszych dla rozwoju. Największe znaczenie w opóźnianiu rozwoju gminy ma niski kapitał wybierany najczęściej, dla którego obliczony współczynnik oddziaływania łącznie dla obu grup respondentów uplasował go na pierwszej pozycji (tabela 26). Następnym istotnym ograniczeniem był niski rozwój przedsiębiorczości, zaś na trzeciej pozycji znalazły się wysokie koszty uruchomienia działalności.

Tabela 26. Ranking ograniczeń rozwoju lokalnego

Wyszczególnienie	Współczynnik oddziaływania	Hierarchia ważności w opóźnieniu rozwoju lokalnego
Niski posiadany kapitał	1,75	1
Mały rozwój przedsiębiorstw	1,82	2
Duże koszty uruchomienia działalności	2,01	3
Niska atrakcyjność oferty turystycznej	2,03	4
Mało rynków zbytu	2,05	5
Niski poziom wiedzy ludności	2,05	6
Niedostateczna promocja i reklama	2,08	7
Niski standard usług	2,10	8
Bierność mieszkańców	2,15	9
Polityka państwa	2,19	10
Niedostateczna współpraca podmiotów gospodarczych z samorządem terytorialnym	2,20	11
Odległość od ośrodków miejskich	2,23	12
Konkurencyjność otoczenia	2,23	13
Stan środowiska naturalnego	2,25	14

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Ze względu na ostatnie lokaty w rankingu można uznać, że nie ogranicza rozwoju gmin stan środowiska naturalnego i konkurencyjność otoczenia⁴⁵⁰. Mimo wpływu lokalizacji na rozwój lokalny nie ma większego znaczenie odległość od ośrodków miejskich podkreślana w teoriach rozwoju.

⁴⁵⁰ Zob. B. Ślusarczyk, K. Szara, *Kapitał kreatywny jako determinanta konkurencji np. przedsiębiorców i klasy kreatywnej*, „Marketing i Rynek” 2016, nr 3, s. 926–937.

ROZDZIAŁ 6

OCENA GMIN WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO WEDŁUG ZMODYFIKOWANYCH ZMIENNYCH OPISUJĄCYCH KATEGORIE „3T”

6.1. Dobór wskaźników do analizy i charakterystyki gmin Podkarpacia ze względu na kategorię talentu, technologii, tolerancji i infrastruktury kultury

Po analizie wykorzystania kreatywności w urzędzie gminy i przedsiębiorstwie należy spojrzeć na nie szerzej przez pryzmat przestrzenny i administracyjny, z uwzględnieniem uwarunkowań rozwoju lokalnego. W pierwszej kolejności dokonano oceny cech determinujących rozwój lokalny, a jednocześnie pośrednio kapitał kreatywny. Wykorzystano w tym celu metodę skupień, w ramach której zgrupowano gminy w oparciu o cechy względnie adekwatne do cech przyjętych do oceny kapitału kreatywnego na poziomie krajowym i wojewódzkim.

Teoria R. Floridy wraz z indeksami wskazującymi na sposób ich pomiaru odnosiła się do czynników „3T”, które tworzyły model sprzyjający rozwojowi klasy kreatywnej uznanej za przedstawicieli kapitału kreatywnego. Jednocześnie wykazano, że kapitał kreatywny w warunkach determinowanych przez talent, technologię i tolerancję wpływa na rozwój gospodarczy.

W przypadku gmin brak jest możliwości agregacji danych użytych w metodyce Floridy, w tym liczebności zawodów zaliczanych do klasy kreatywnej. Nie można również dokonać porównania rozwoju w układzie lokalnym w odniesieniu do PKB liczonego dla gminy. Poszukując cech opisujących kategorie „3T”, posłużono się prezentowanymi w literaturze opisami wskaźników i podstawowym znaczeniem tych pojęć.

Dokonano modyfikacji zmiennych wykorzystywanych w ocenie talentu, technologii i tolerancji, kierując się dostępnością danych je charakteryzujących. Utworzony zbiór potencjalnych zmiennych objaśniających obejmował 22 cechy: dotyczyły one czterech kategorii: talentu, tolerancji, technologii oraz infrastruktury kultury (tabela 27). Dobór cech celem porównania z innymi badaniami był wzorowany na metodyce R. Floridy. Mimo wstępnie ustalonego zestawu zmien-

nych nie wszystkie zostały przyjęte do badań ze względu na ich brak w bazie statystyki publicznej. Przyjęte do analizy cechy mają więc charakter względny, wynikający z ich dostępności. W ocenie wykorzystano dane pochodzące z Banku Danych Lokalnych za rok 2014.

Tabela 27. Zbiór proponowanych zmiennych objaśniających

Kategoria	Wskaźnik
Talent	Ludność w wieku 25–64 lat na 1 km ²
	Udział ludności według ekonomicznych grup wieku (w wieku produkcyjnym) w ludności ogółem (%)
	Udział ludności zamieszkałej w mieście do ludności ogółem (%)
	Udział ludności zamieszkałej na wsi do ludności ogółem (%)
	Pracujący na 1000 ludności
	Współczynnik skolaryzacji brutto gimnazja ⁴⁵¹
	Uczniowie przypadający na 1 oddział w szkołach podstawowych
Tolerancja	Małżeństwa na 1000 ludności
	Saldo migracji wewnętrznych na 1000 osób
	Saldo migracji zagranicznych na 1000 osób
	Fundacje, stowarzyszenia i organizacje społeczne na 1000 mieszkańców
Technologia	Podmioty wpisane do rejestru na 1000 ludności
	Udział podmiotów działów kreatywnych w podmiotach ogółem
	Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 1000 ludności
	Udział nowo zarejestrowanych podmiotów sektora kreatywnego w liczbie nowo zarejestrowanych podmiotów ogółem
	Wydatki na 1 mieszkańca
Infrastruktura kultury	Czytelnicy bibliotek publicznych na 1000 ludności
	Liczba ludności na 1 miejsce w kinach stałych
	Biblioteki, kina, muzea, domy kultury na 1000 mieszkańców (bez hoteli)
	Zespoły, kluby, koła (bez klubów sportowych) na 1000 ludności
	Członkowie klubów na 1000 ludności
	Wydatki na 1 mieszkańca na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego gminy łącznie z miastami na prawach powiatu

Źródło: opracowanie własne.

⁴⁵¹ W przypadku wprowadzenia zmian w strukturze kształcenia i rezygnacji z gimnazjów można współczynnik skolaryzacji dla gimnazjów zastąpić współczynnikiem skolaryzacji dla szkół podstawowych.

Do analizy przyjęto także cechy opisujące infrastrukturę kultury w gminach ze względu na fakt, że różnorodność miejsca wpływa na przyciąganie ludzi kreatywnych. Infrastruktura kultury jest dziedziną, w której zatrudnienie znajdują kreatywni ludzie, stąd ujęto ją w badaniach⁴⁵². Jest też determinantą rozwoju kultury, w której działaniach występuje kreatywność. Uznano więc infrastrukturę kultury jako miarę pośrednią tworzącą warunki dla rozwoju kreatywności. Jest to również najbardziej powszechnie wskazywana w literaturze⁴⁵³ sfera występowania przedstawicieli kapitału kreatywnego. Wybór tej dziedziny stanowił też alternatywę badawczą dla przyjętych założeń występowania kapitału kreatywnego w osobach przedsiębiorców.

Przyjęty względny układ cech mimo pierwotnych założeń adaptacji modelu „3T” na poziomie lokalnym został ograniczony metodologicznie, na co wskazano wcześniej. Brak danych i trudności w dostępie do informacji wymusiły modyfikację modelu. Mimo bezwzględnej niemożliwości replikacji danych z modelu Floridy przyjęte zmienne mają za zadanie pokazać alternatywę dla możliwości rozwoju kapitału kreatywnego w gminach wyrażoną miarą pośrednią.

W większości wskaźniki są stymulantami rozwoju lokalnego i kapitału kreatywnego. Destymulanty stanowią współczynniki sald migracji, co również jest podnoszone jako element krytyki tej teorii. Udziały ludności miejskiej i wiejskiej dla gmin zaliczanych do przeciwstawnych rodzajów, tj. wiejskiej i miejskiej, stanowią destymulanty. W przypadku zaś gmin, których charakter jest zbieżny z udziałem danej grupy ludności, są stymulantami.

Talent wiąże się z kapitałem ludzkim, człowiekiem, bez którego nie istnieje kapitał kreatywny. Przyjęto więc, że wskaźnik liczby ludności w wieku 25–64

⁴⁵² Infrastruktura kultury związana jest z przemysłem kultury w niektórych definicjach zaliczonym do przemysłów kreatywnych. Sektory kreatywne dostarczają produkty i usługi, które szeroko łączą się z kulturalną, artystyczną lub zwykle rozrywkową wartością. Zawierają książki, publikacje w magazynach, sztukę wizualną (malarstwo, rzeźbiarstwo), sztukę teatralną (teatr, operę, koncerty, taniec), nagrania, filmy kinowe i telewizyjne, modę, zabawki i gry komputerowe. Zob. *Analiza potrzeb innowacyjnych przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem sektora MSP w województwie podkarpackim*, Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego, Mielec 2011, s. 26; *Analiza potencjalnych sektorów kreatywnych Mazowsza – wskazanie 5 najważniejszych sektorów/branż w aspekcie budowania inicjatyw klastrów*, Raport z badań, UM Woj. Mazowieckiego, Agreon Polska, Warszawa 2012, s. 24. Sektory kreatywne określane są jako „cykle kreacji, produkcji i dystrybucji dóbr i usług, które używają kreatywności i kapitału intelektualnego jako podstawowego nakładu. Tworzą zestaw działań opartych na wiedzy, skoncentrowanych, ale nieograniczonych do sztuki, potencjalnie generujących przychody z handlu i praw własności intelektualnej. Obejmują produkty namacalne i nienamacalne, artystyczne usługi zawierające kreatywną treść, wartość ekonomiczną i cele marketingowe” – UNCTAD, *Creative Economy Report 2008*, http://unctad.org/es/Docs/dite20082cer_en.pdf, s. 13 (8.12.2014). UNCTAD (Konferencja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju; United Nations Conference on Trade and Development).

⁴⁵³ W podmiotach tych najczęściej znajdują zatrudnienie aktorzy, artyści, ludzie związani ze sztuką, kulturą, reklamą.

lat na 1 km² ze względu na to, że dotyczy on ludzi aktywnych w wieku produkcyjnym, oznacza potencjalne występowanie w tej grupie osób zaliczanych do kapitału kreatywnego. Ludzie „młodzi” są osobami aktywnymi, realizującymi swoje plany, korzystającymi z możliwości, jakie pojawiają się w ich życiu. Miejsce różnicuje dostępność do infrastruktury, wpływa na różnorodność i jakość życia. Przyjęcie tylko przestrzeni miejskiej powodowałoby uprzywilejowanie tych obszarów. Uwzględniając krytykę teorii Floridy odnoszącą się do braku badań na obszarach wiejskich, przyjęto udział ludności zamieszkałej na tych terenach jako cechę opisującą charakteryzowane kryterium. O możliwości rozwoju talentów ludzkich decyduje dostęp do szkolnictwa wyższego, co w przypadku analizy na poziomie lokalnym zostało względnie zastąpione współczynnikiem skolaryzacji. Wybór ten jest potwierdzeniem egalitarnego podejścia do kreatywności.

Na ocenę tolerancji w metodyce Floridy składał się indeks gejów, wskaźnik tygla narodów, bohemy. Wybór wskaźnika małżeństw na 1000 ludności wskazuje pośrednio na preferowanie tradycyjnych wartości rodzinnych. Wskaźniki sald migracji świadczą o poszukiwaniu lepszych warunków do życia, zaś udział fundacji – o możliwości zaangażowania społeczności w działania o różnym charakterze.

Technologia jest trudna do pomiaru w warunkach lokalnych. Pośrednio o zaawansowaniu technologicznym świadczy udział podmiotów prowadzących działalność gospodarczą czy też podmiotów zaliczanych do działów kreatywnych. Wydatki na 1 mieszkańca są miarą pośrednią wskazującą na możliwości inwestycji w gminie.

Wybór zmiennych objaśniających, a później opisujących je stwierdzeń w ankiecie był też podyktowany racjonalizmem i potrzebą akceptacji warunków, jakie panują na poziomie lokalnym.

Zbiór proponowanych zmiennych (cech) objaśniających poddano weryfikacji. Aby zmienne różnicowały powstałe skupienia, przyjęto założenie, że ich współczynniki zmienności muszą być na poziomie większym niż 10%. Jeśli zmienna przyjmuje współczynnik zmienności poniżej 10%, oznacza to, że jest ona na prawie takim samym poziomie we wszystkich badanych obiektach, a więc nie będzie różnicowała powstałych skupień. Dlatego takie cechy wyeliminowano z dalszych badań (tabela 28).

Tabela 28. Charakterystyka cech. Podstawowe statystyki opisowe

Wyszczególnienie	Średnia	Odch. std	Wsp. zmn.	Kurtoza
1	2	3	4	5
Ludność w wieku 25–64 lat na 1 km ²	105,20	164,28	156,16	10,51
Udział ludności według ekonomicznych grup wieku (w wieku produkcyjnym) w ludności ogółem (%)	63,49	1,45	2,29	2,70

1	2	3	4	5
Udział ludności zamieszkałej w mieście do ludności ogółem (%)	17,20	31,55	183,43	2,12
Udział ludności zamieszkałej na wsi do ludności ogółem (%)	82,80	31,55	38,10	2,12
Pracujący na 1000 ludności	120,93	92,95	76,86	4,22
Współczynnik skolaryzacji brutto gimnazja	90,47	12,80	14,14	1,95
Uczniowie przypadający na 1 oddział w szkołach podstawowych	15,24	3,16	20,74	-0,36
Małżeństwa na 1000 ludności	5,39	0,77	14,20	0,03
Saldo migracji wewnętrznych na 1000 osób	-0,93	3,58	-383,35	0,30
Saldo migracji zagranicznych na 1000 osób	-0,04	0,52	-1309,10	4,44
Fundacje, stowarzyszenia i organizacje społeczne na 1000 mieszkańców	3,18	1,28	40,33	6,92
Podmioty wpisane do rejestru na 1000 ludności	62,89	22,56	35,87	4,85
Udział działów kreatywnych w podmiotach ogółem	20,66	4,07	19,68	0,03
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 1000 ludności	49,48	17,54	35,44	6,59
Udział nowo zarejestrowanych podmiotów sektora kreatywnego w liczbie nowo zarejestrowanych podmiotów ogółem	5,10	3,85	75,50	2,03
Wydatki na 1 mieszkańca	3271,99	695,04	21,24	6,12
Czytelnicy bibliotek publicznych na 1000 ludności	139,76	56,73	40,59	2,12
Liczba ludności na 1 miejsce w kinach stałych	12,47	37,64	301,72	16,03
Biblioteki, kina, muzea, domy kultury na 1000 mieszkańców (bez hoteli)	0,67	0,39	57,27	1,31
Zespoły, kluby, koła (bez klubów sportowych) na 1000 ludności	1,53	1,34	87,84	6,18
Członkowie klubów na 1000 ludności	27,03	21,91	81,10	0,77
Wydatki na 1 mieszkańca na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego gminy łącznie z miastami na prawach powiatu	120,88	78,78	65,17	6,80

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Po przeprowadzeniu analizy współczynników zmienności z badań wykluczono jedną zmienną – udział ludności według ekonomicznych grup wieku (w wieku produkcyjnym) w ludności ogółem (%). Współczynnik zmienności przyjął bardzo niską wartość – 2,3%, więc cecha ta nie różnicuje badanych gmin. Ostatecznie do badań wprowadzono 21 cech. Następnie, korzystając z te-

stu Kruskala-Wallisa, zbadano, czy występuje zróżnicowanie przyjętych cech diagnostycznych między gminami różnego rodzaju, tj. miejskimi, wiejskimi i miejsko-wiejskimi (tabela 29).

Tabela 29. Wyniki testu ANOVA Kruskala-Wallisa – rodzaj gminy a poziom badanych cech

Wyszczególnienie	p (prawdopodobieństwo testowe)
Ludność w wieku 25–64 lat na 1 km ²	0,0000***
Udział ludności zamieszkałej w mieście do ludności ogółem (%)	0,0000***
Udział ludności zamieszkałej na wsi do ludności ogółem (%)	0,0000***
Pracujący na 1000 ludności	0,0000***
Współczynnik skolaryzacji brutto gimnazja	0,0000***
Uczniowie przypadający na 1 oddział w szkołach podstawowych	0,0000***
Małżeństwa na 1000 ludności	0,8643
Saldo migracji wewnętrznych na 1000 osób	0,0000***
Saldo migracji zagranicznych na 1000 osób	0,0045**
Fundacje, stowarzyszenia i organizacje społeczne na 1000 mieszkańców	0,0212*
Podmioty wpisane do rejestru na 1000 ludności	0,0000***
Udział działów kreatywnych w podmiotach ogółem	0,0000***
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 1000 ludności	0,0000***
Udział nowo zarejestrowanych podmiotów sektora kreatywnego w liczbie nowo zarejestrowanych podmiotów ogółem	0,0002***
Wydatki na 1 mieszkańca	0,3412
Czytelnicy bibliotek publicznych na 1000 ludności	0,0000***
Liczba ludności na 1 miejsce w kinach stałych	0,0000***
Biblioteki, kina, muzea, domy kultury na 1000 mieszkańców (bez hoteli)	0,0000***
Zespoły, kluby, koła (bez klubów sportowych) na 1000 ludności	0,4107
Członkowie klubów na 1000 ludności	0,6267
Wydatki na 1 mieszkańca na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego gminy łącznie z miastami na prawach powiatu	0,5337

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W teście Kruskala-Wallisa zweryfikowano opis hipotezy głoszącej, że rozkłady cech (m.in. ich średnimi) są w kilku populacjach jednakowe. Wyniki testu

wskazują na związek rodzaju gminy (miejska, miejsko-wiejska, wiejska) z poziomem przyjętych cech. Oznacza to, że zmienne są zależne od siebie i zachodzi między nimi interakcja. Wartości wskaźników są mniejsze niż przyjęty do badań poziom istotności 0,05. Nie wszystkie cechy mają odmienne rozkłady w różnego rodzaju gminach, np. dotyczy to wskaźników „małżeństwa przypadające na 1000 ludności” czy „wydatki na 1 mieszkańca”. Na podstawie literatury przedmiotu⁴⁵⁴ należy zaznaczyć, że ustalenie zmiennych obiektywnie charakteryzujących rozwój gospodarczy nie jest możliwe ze względu na dostępność porównywalnych danych statystycznych na różnych poziomach terytorialnych.

Średnio na 1 km² przypadało 105 osób w wieku 25–64 lat (tabela 30). Najślabiej zaludniona była gmina Lutowska – 3 osoby na km², a najbardziej Rzeszów – 928 osób na km². Średnio wartości odchyłały się od średniej o 164 osoby. Współczynnik zmienności wskazywał na bardzo duże zróżnicowanie gęstości zaludnienia w gminach Podkarpacia ($V_z = 156\%$). Rozkład ludności w wieku 25–64 lata miał asymetrię prawostronną, co oznacza, że na Podkarpaciu większość gmin ma zaludnienie niższe, niż wskazuje na to średnia wynosząca 105 osób na km². Jest to potwierdzeniem historycznych uwarunkowań rozwoju tego województwa, które znajdują do dziś odzwierciedlenie w gęstości zaludnienia.

Tabela 30. Ludność w wieku 25–64 lat na 1 km²

Rodzaj gminy	Ludność w wieku 25–64 lat na 1 km ²				
	Liczebność	Średnie	Odch. std.	Minimum	Maksimum
miejska	16	539,31	227,49	141,96	928,24
wiejska	109	53,09	32,84	2,70	192,56
miejsko-wiejska	35	69,02	34,96	19,35	149,92
Ogółem gminy	160	105,20	164,28	2,70	928,24

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

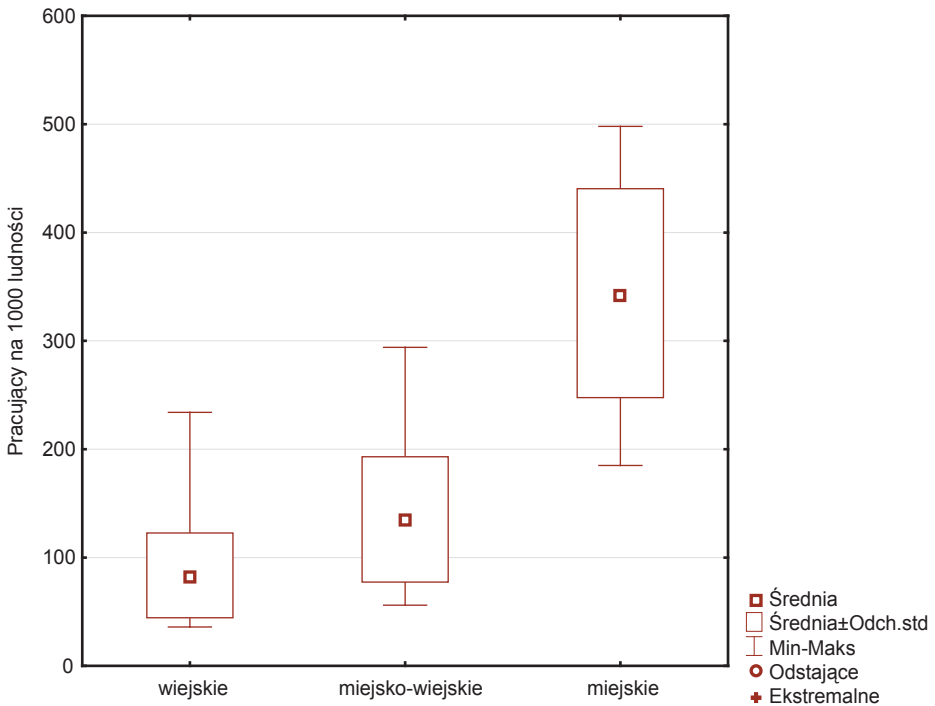
Ważnym czynnikiem jest miejsce zamieszkania. Korzystniejsze warunki życia pod względem dostępu do infrastruktury, oferty spędzania czasu wolnego dostarczają miasta. Również dostęp do informacji wydaje się na tych obszarach łatwiejszy.

Udział ludności zamieszkałej w mieście do ludności ogółem wynosił średnio 17,20%, zaś udział ludności zamieszkałej na wsi do ludności ogółem – 82,80%.

⁴⁵⁴ Na przykład zob. *Metody oceny rozwoju regionalnego...*, op. cit., s. 174–175; M. Obrębski, *Rozwój regionalny – identyfikacja, pomiar i ocena*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2002.

Odchylenie standardowe w przypadku tych zmiennych było na tym samym poziomie i wynosiło 31,55%. Potwierdza to niski stopień zurbanizowania tego terenu.

Pracujący na 1000 ludności średnio w gminach to 120 osób. Najmniej – 36 osób na 1000 mieszkańców – przypadało w gminie wiejskiej Majdan Królewski, najwięcej – 498 – w gminie miejskiej Krosno. Średnio wartości odchodziły się od średniej o 93 osoby (wykres 8).



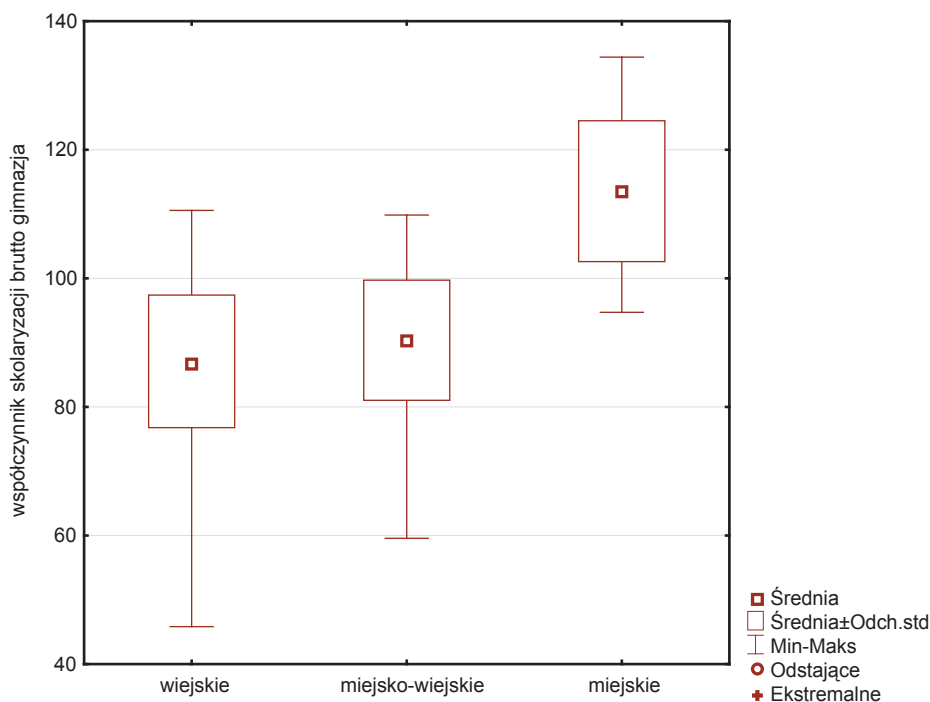
Wykres 8. Charakterystyka wskaźnika pracujących na 1000 ludności w podziale na gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Współczynnik zmienności wskazywał na duże zróżnicowanie liczby pracujących przypadających na 1000 ludności ($V_z = 76,9\%$). Pracujący na 1000 mieszkańców wykazywali się asymetrią prawostronną, co oznacza, że na Podkarpaciu większość gmin cechuje niższa od średniej liczba pracujących na 1000 mieszkańców.

Dobre zmienne w sposób względny opisują kategorię talentu. Pozwalają wskazać na możliwości rozwojowe kapitału kreatywnego wynikające z faktu, że ludzie ci stanowią kapitał ludzki, który cechują najwyższe możliwości rozwojowe.

Wskazują również na cechy mające znaczenie alternatywne w ocenie możliwości identyfikacji kapitału kreatywnego w gminach. W odniesieniu do opisanych cech należy wskazać na rolę człowieka w rozwoju. Mieszkańcy uczestniczą w życiu gminy. Zasoby ludzkie stanowią więc czynnik wewnętrzny zróżnicowany w poszczególnych gminach. Zwłaszcza wskaźnik gęstości zaludnienia na 1 km² wskazuje na przewagę ludności rolniczej, co potwierdza charakter tego regionu.



Wykres 9. Charakterystyka współczynnika skolaryzacji brutto w podziale na gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Współczynnik skolaryzacji brutto dla gimnazjów kształtował się na poziomie 90,47% przy odchyleniu 12,80%. Najwyższa średnia cechowała gminy miejskie (113,57), najniższa – 87,10 – wiejskie (wykres 9).

Niski był zaś wskaźnik uczniów przypadający na 1 oddział w szkołach podstawowych – 15 osób. Maksymalną wartość 23 przyjął dla gminy Sanok, zaś minimalna 9 cechowała aż pięć gmin: Fredpol, Komańczę, Krzywczę, Rokietnicę, Tarnowiec. Współczynnik skolaryzacji wiąże się z liczbą uczniów w obiektach edukacyjnych, wskazuje również na możliwości edukacyjne.

Grupę wskaźników także w sposób pośredni charakteryzujących tolerancję jako kategorię sprzyjającą kapitałowi kreatywnemu opisują zarówno liczba małżeństw, jak i ruch ludności oraz działalność fundacji, stowarzyszeń w gminach. Tolerancja przyczynia się do tworzenia warunków akceptacji liberalizmu związanego ze stylem budowy modelu rodziny, poszukiwania korzystniejszych warunków do życia. Wskazuje to pośrednio na stopień otwartości, a także tolerancji w konkretnej gminie. Małżeństwa na 1000 ludności (tabela 31) to wskaźnik, który odchyłał się od średniej wynoszącej 5,39 o 0,77. Wartość mediany wynosiła 5,40. Maksymalna liczba małżeństw na 1000 ludności występowała w gminie Gawłuszowice – 7,90; minimalna – 3,70 – w gminie Lubenia. W podziale pomiędzy gminami nie ma dużych różnic, co potwierdzono wcześniej testem Kruskala-Wallisa. Wskaźnik liczby małżeństw wskazuje na panującą w danym regionie tendencję dotyczącą modelu życia. Inni autorzy w swoich ocenach wykorzystywali wskaźnik rozwodów przypadających na liczbę zawartych małżeństw. Na poziomie lokalnym dostępne były dane dla liczby małżeństw, co w przypadku Podkarpacia świadczy o zachowaniu lokalnych wartości.

Tabela 31. Małżeństwa na 1000 ludności

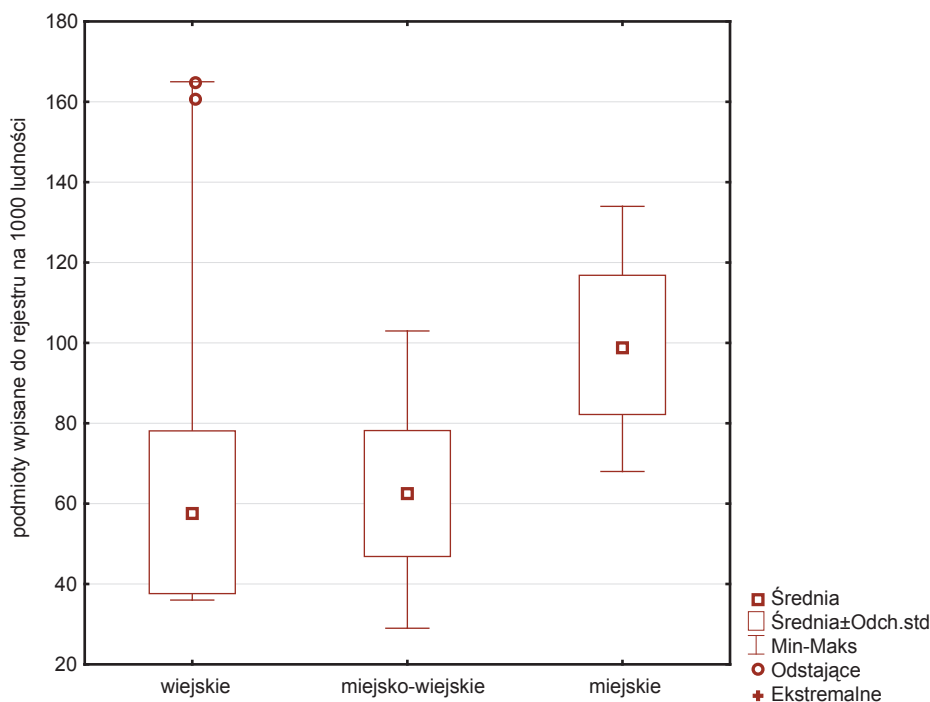
Rodzaj gminy	Małżeństwa na 1000 ludności				
	Liczebność	Średnie	Odch. Std	Minimum	Maksimum
miejska	16	5,37	0,55	4,80	6,40
wiejska	109	5,33	0,81	3,70	7,90
miejsko-wiejska	35	5,45	0,72	4,20	7,00
Ogółem gminy	160	5,39	0,77	3,70	7,90

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W przypadku salda migracji wewnętrznych na 1000 osób napływ ludności wynosił 10 osób, zaś odpływ 9. Średnie wartości odchylają się o 3 osoby. W porównaniu do salda migracji wewnętrznych saldo migracji zagranicznych na 1000 osób wypada korzystniej, gdyż odchylenie standardowe wynosi 0,52, maksymalny napływ wynosił 2 osoby, odpływ 1. Największy ruch ludności wewnątrz występuje w gminach wiejskich. Przyptyw jest tu największy – 10,5; jednocześnie największy jest też odpływ. Podobnie jest w przypadku migracji zagranicznych. Ujemną migracją wewnętrzną cechują się wszystkie typy gmin⁴⁵⁵. Przepływy wewnętrzne ludności wiążą się z migracją za pracą, wskazu-

⁴⁵⁵ Opis zjawiska migracji na Podkarpaciu można znaleźć np. w opracowaniu *Analiza rozwoju społeczno-gospodarczego...*, op. cit., s. 9–15.

jąc na atrakcyjny rynek pracy w tych miejscach, w których saldo jest dodatnie. Napływ ludności świadczy o atrakcyjności miasta i możliwości zatrudnienia. Nie oznacza to, że migracje, zwłaszcza zagraniczne, świadczą o nietolerancji miejsc, z których następuje wyjazd. Może zaś świadczyć o akceptacji wybranego stylu życia ze względu na poszukiwanie pracy za granicą. Dla wskaźnika „fundacje, stowarzyszenia i organizacje społeczne na 1000 mieszkańców” największy udział był charakterystyczny dla gminy Cisna – 10, najniższy dla gminy Przeworsk – 1. Mediana wyniosła 3 przy średniej arytmetycznej 3,18. Współczynnik zmienności przyjął wartość 40,3%.



Wykres 10. Charakterystyka wskaźnika „podmioty wpisane do rejestru na 1000 ludności” w podziale na gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Na rozwój kapitału kreatywnego ma wpływ technologia ze względu na dostarczanie informacji i produktów, które dzięki swojemu zaawansowaniu pozwalają ludziom wygodniej i łatwiej pracować i żyć. Przyjęto, że stymuluje ona rozwój kapitału kreatywnego. Pośrednio udział ten można ocenić przez podmioty wpisane do rejestru na 1000 ludności, udział przedsiębiorstw z działów kre-

atywnych w podmiotach ogółem, osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 1000 ludności, udział nowo zarejestrowanych podmiotów sektora kreatywnego w liczbie nowo zarejestrowanych podmiotów ogółem.

Wskaźnik podmiotów wpisanych do rejestru na 1000 ludności (wykres 10) był najwyższy w gminie Cisna i wynosił 165. Najniższą wartość (29) przyjął dla gminy Pruchnik, zaś średnia liczba podmiotów na 1000 ludności wynosiła 62,89. Współczynnik zmienności różnicował ten wskaźnik o 35,9%. Wskaźnik ten był najwyższy dla gmin miejskich; wynosił średnio 99,53. Przedsiębiorczość to popularna tematyka badawcza, również analizowana na terenie Podkarpacia, na którą wskazuje m.in. B. Blachnicki⁴⁵⁶. Analiza tego wskaźnika wykazała preferencje w podejmowaniu działalności gospodarczej na korzyść gmin miejskich, co wiąże się z lepszym dostępem do infrastruktury.

Udział podmiotów działów kreatywnych w podmiotach ogółem (tabela 32) jest wskaźnikiem świadczącym o istnieniu kapitału kreatywnego, bowiem są to działy, w których zatrudnieni są kreatywni ludzie. Związek z technologią również jest tu widoczny poprzez wyposażenie tych podmiotów w maszyny, urządzenia wykorzystywane w pracy. W gminach podkarpackich średnio 20 podmiotów reprezentowało przemysł kreatywny. Największe natężenie tych podmiotów występowało w gminie Radymno (33), najmniejsze w gminie Tyrawa Wołoska (10).

Tabela 32. Udział podmiotów działów kreatywnych w liczbie podmiotów ogółem

Rodzaj gminy	Udział podmiotów działów kreatywnych w podmiotach ogółem				
	Liczebność	Średnie	Odch. Std	Minimum	Maksimum
miejska	16	26,63	3,02	22,22	33,42
wiejska	109	19,44	3,81	10,99	28,81
miejsko-wiejska	35	21,73	2,11	16,55	25,92
Ogółem gminy	160	20,66	4,07	10,99	33,42

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

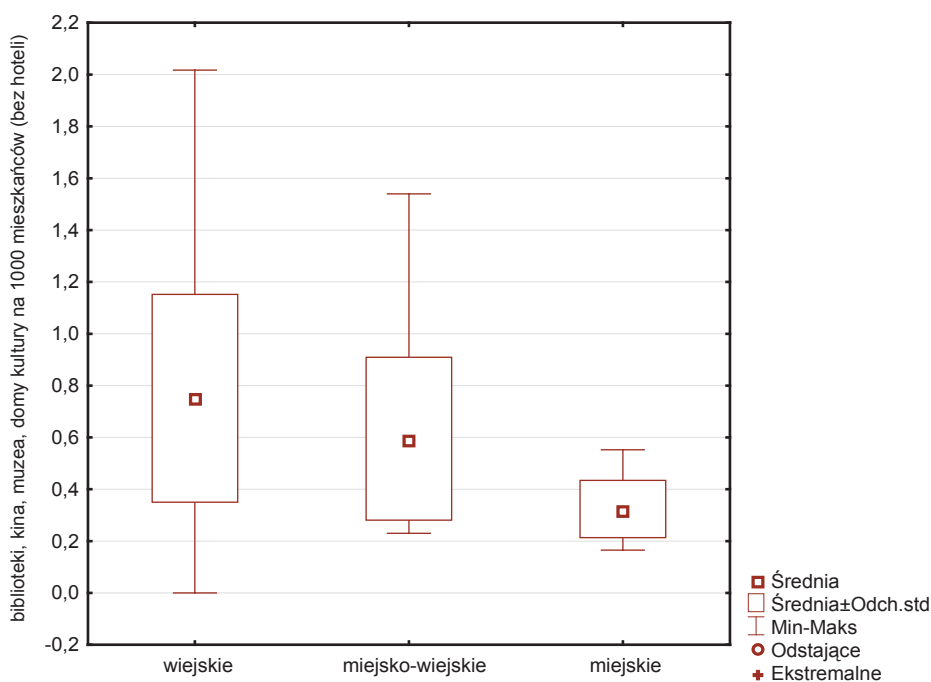
Udział nowo zarejestrowanych podmiotów sektora kreatywnego w liczbie nowo zarejestrowanych podmiotów ogółem wynosił średnio 5% i cechował się 3,85-procentowym odchyleniem.

Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 1000 ludności średnio w gminach wynosiła 49. Odchylenie od średniej było na poziomie 17,5, zaś współczynnik zmienności 35,4%. Cecha ta była średnio ponad

⁴⁵⁶ *Podkarpacie w procesach transformacji np. powiatu ropczycko-sędziszowskiego*, red. B. Blachnicki, Millenium, Tyczyn 2002, s. 75–95.

1,5 raza wyższa dla gmin miejskich. Największą wartość odnotowano dla gminy Lutowiska, co było związane z ogólną liczbą ludności. Pośrednio o możliwości zakupu rozwiązań technologicznych mogą świadczyć wydatki na 1 mieszkańca. W gminach wynosiły one średnio 3271 zł. Największymi legitymowała się gmina Krosno – 6428 zł, najniższymi Rudnik nad Sanem – 2296 zł. Różnice między wydatkami w gminach wskazują na różną aktywność mieszkańców, a także zróżnicowanie uwarunkowań.

W literaturze przedmiotu wskazuje się, że na rozwój kapitału kreatywnego wpływają trzy grupy kryteriów: talent, technologia i tolerancja, natomiast wiadomo, że rozwój lokalny determinują również inne zmienne. Do tej grupy zaliczyć można walory przyrodnicze, kulturowe, bezpieczeństwo publiczne przyczyniające się do budowania atrakcyjności terenu, współpracę mieszkańców, a jednocześnie przyciągające migrantów.



Wykres 11. Charakterystyka wskaźnika „biblioteki, kina, muzea, domy kultury na 1000 ludności” w podziale na gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Z analizy literatury wynika związek kapitału kreatywnego z kulturą. Wśród danych ilościowych powszechnie dostępne są te, które dowodzą uczestnictwa

w budowaniu wartości kultury. O ich wyborze zdecydował fakt, że w organizacjach zajmujących się kulturą pracują ludzie kreatywni. Podobnie jak w przypadku pozostałych cech, ich dobór ma charakter względny, są one jednak stymulantami rozwoju kapitału kreatywnego, a jednocześnie stymulują rozwój lokalny. Za miary pośrednie przyjęto powszechną formę uczestnictwa w kulturze, jaką jest czytelnictwo. Ważną rolę, szczególnie na obszarach wiejskich, pełnią biblioteki, punkty biblioteczne umożliwiające mieszkańcom dostęp do woluminów. Infrastruktura kultury stwarza możliwości rozwijania talentu ludzkiego, sprzyja otwartości, różnorodności, co świadczy o potrzebie tolerancji.

W przypadku wskaźnika czytelników bibliotek publicznych na 1000 ludności wynosił on średnio 139,75 osoby. Najwięcej osób korzystało z bibliotek w gminie Rzeszów – 362. Zdecydowanie korzystniejszy udział czytelników na 1000 ludności cechował gminy miejskie. Podobnie sytuacja kształtowała się w przypadku liczby ludności na 1 miejsce w kinach stałych i również była najwyższa w gminie Rzeszów. Zaś średnia dla gmin Podkarpacia wyniosła 12 osób.

Wskaźnik bibliotek, kin, muzeów, domów kultury na 1000 mieszkańców wynosił średnio 0,67 (wykres 11). Cechował się także dużym współczynnikiem zmienności – 57,27. Wskaźnik ten był największy dla gminy wiejskiej Stubno.

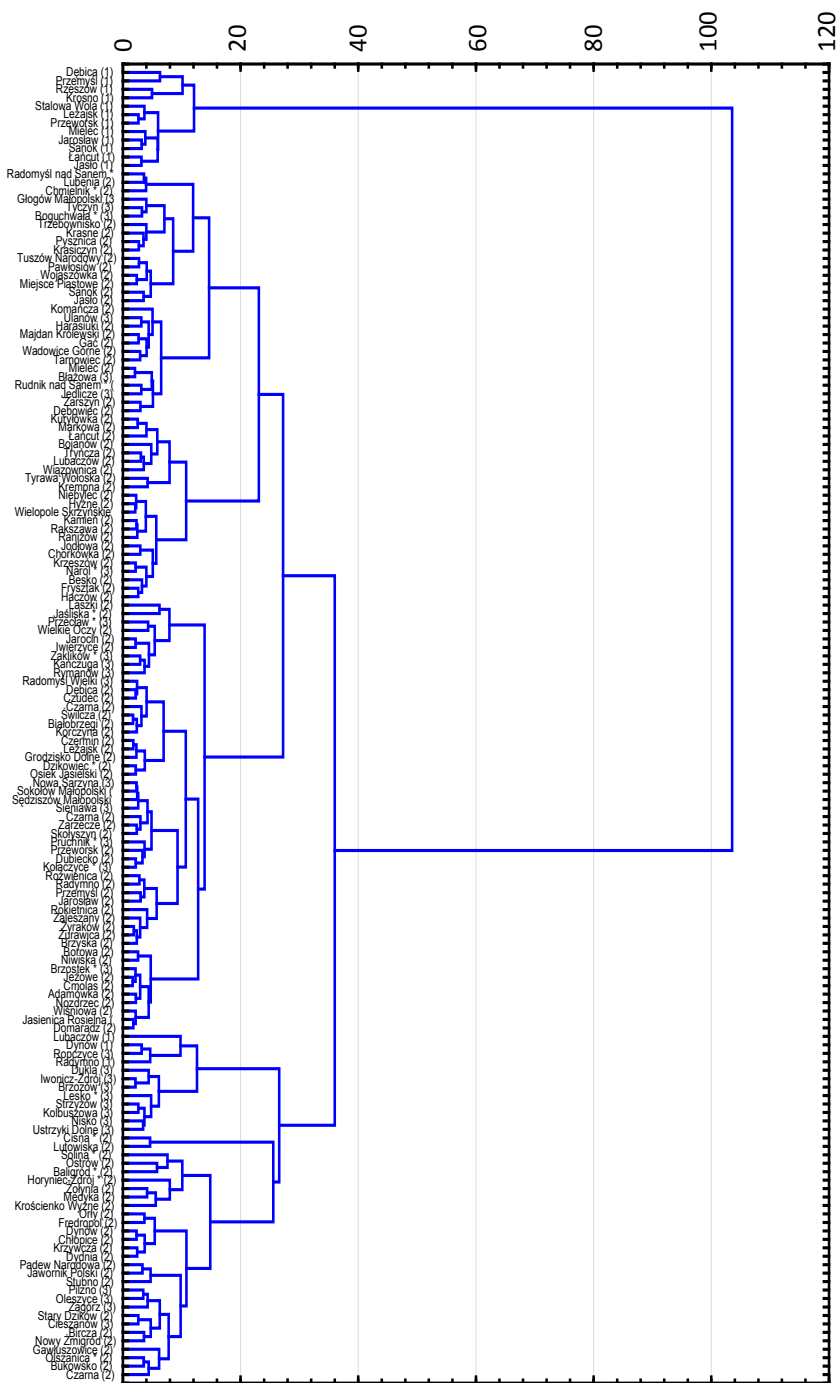
Z kolei liczba zespołów, klubów, kół (bez klubów sportowych) na 1000 ludności wynosiła średnio 1,53 i była najwyższa w gminie miejskiej Lubaczów. Wskaźnik członków klubów na 1000 ludności wynosił 27,03 osoby. Jest to związane z wydatkami na 1 mieszkańca na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego gmin⁴⁵⁷ wynoszącymi średnio 120,88 zł. Największe kwoty przeznaczane na kulturę w przeliczeniu na mieszkańca wydatkowane były w gminie Medyka – 519,09 zł, najniższe – 10,58 zł – w gminie Rokietnica.

6.2. Zagregowana ocena gmin Podkarpacia w układzie przyjętych zmiennych

Gminy cechują się różnymi wartościami czynników rozwojowych. Każda z cech w inny sposób wpływa na rozwój danej jednostki. Współczynniki zmienności wskazywały, że gminy nie są jednorodne pod względem przyjętych cech. Oznacza to zróżnicowanie jednostek wewnątrz województwa. Dla wybranych cech przeprowadzono procedurę grupowania. Do grupowania wybrana została metoda Warda, jak wcześniej wspomniano, bazująca na minimalizacji wariancji wewnątrz skupień (rysunek 30). Wykorzystanie metod taksonomicznych pozwala wydzielić gminy o zbliżonym poziomie badanych cech.

⁴⁵⁷ W przypadku tej cechy dane agregowane były łącznie z miastami na prawach powiatu.

Odległość wiaz.



Rysunek 30. Diagram drzewa – metoda Warda – odlegl. euklidesowa

Źródło: opracowanie własne.

Z przeprowadzonych badań wyodrębnić można wyraźnie trzy skupienia (tabela 33). W **skupieniu A** znalazło się tylko 12 gmin miejskich, co świadczy o potwierdzeniu ujęcia teoretycznego wskazującego na wyższe preferencje w rozwoju kapitału kreatywnego w gminach miejskich.

Tabela 33. Zestawienie gmin w układzie zmiennych wpływających na rozwój

Skupienie A	Skupienie B		Skupienie C
1	2	3	4
Dębica (1)	Adamówka (2)	Lubenia (2)	Baligród (2)
Jarosław (1)	Baranów Sandomierski (3)	Łańcut (2)	Bircza (2)
Jasło (1)	Besko (2)	Majdan Królewski (2)	Brzozów (3)
Krosno (1)	Białobrzegi (2)	Markowa (2)	Bukowsko (2)
Leżajsk (1)	Błażowa (3)	Miejsce Piastowe (2)	Chłopice (2)
Łańcut (1)	Boguchwała (3)	Mielec (2)	Cieszanów (3)
Mielec (1)	Bojanów (2)	Narol (3)	Cisna (2)
Przemyśl (1)	Borowa (2)	Niebylec (2)	Dukla (3)
Przeworsk (1)	Brzostek (3)	Niwiska (2)	Dydnia (2)
Rzeszów (1)	Brzyska (2)	Nowa Dęba (3)	Dynów (1)
Sanok (1)	Chmielnik (2)	Nowa Sarzyna (3)	Dynów (2)
Stalowa Wola (1)	Chorkówka (2)	Nozdrzec (2)	Fredropol (2)
	Cmolas (2)	Osiek Jasielski (2)	Gawłuszowice (2)
	Czarna (2)	Pawłosiów (2)	Horyniec-Zdrój (2)
	Czarna (2)	Pruchnik (3)	Iwonicz-Zdrój (3)
	Czermin (2)	Przeclaw (3)	Jawornik Polski (2)
	Czudec (2)	Przemyśl (2)	Kolbuszowa (3)
	Dębica (2)	Przeworsk (2)	Krościenko Wyżne (2)
	Dębowiec (2)	Pysznica (2)	Krzyweza (2)
	Domaradz (2)	Radomyśl nad Sanem (2)	Lesko (3)
	Dubiecko (2)	Radomyśl Wielki (3)	Lubaczów (1)
	Dzikowiec (2)	Radymno (2)	Lutowiska (2)
	Frysztak (2)	Rakszawa (2)	Medyka (2)
	Gać (2)	Raniżów (2)	Nisko (3)
	Głogów Małopolski (3)	Rokietnica (2)	Nowy Żmigród (2)
	Grodzisko Dolne (2)	Roźwienica (2)	Oleszyce (3)
	Gorzyce (2)	Rudnik nad Sanem (3)	Olszanica (2)
	Grębów (2)	Rymanów (3)	Orły (2)

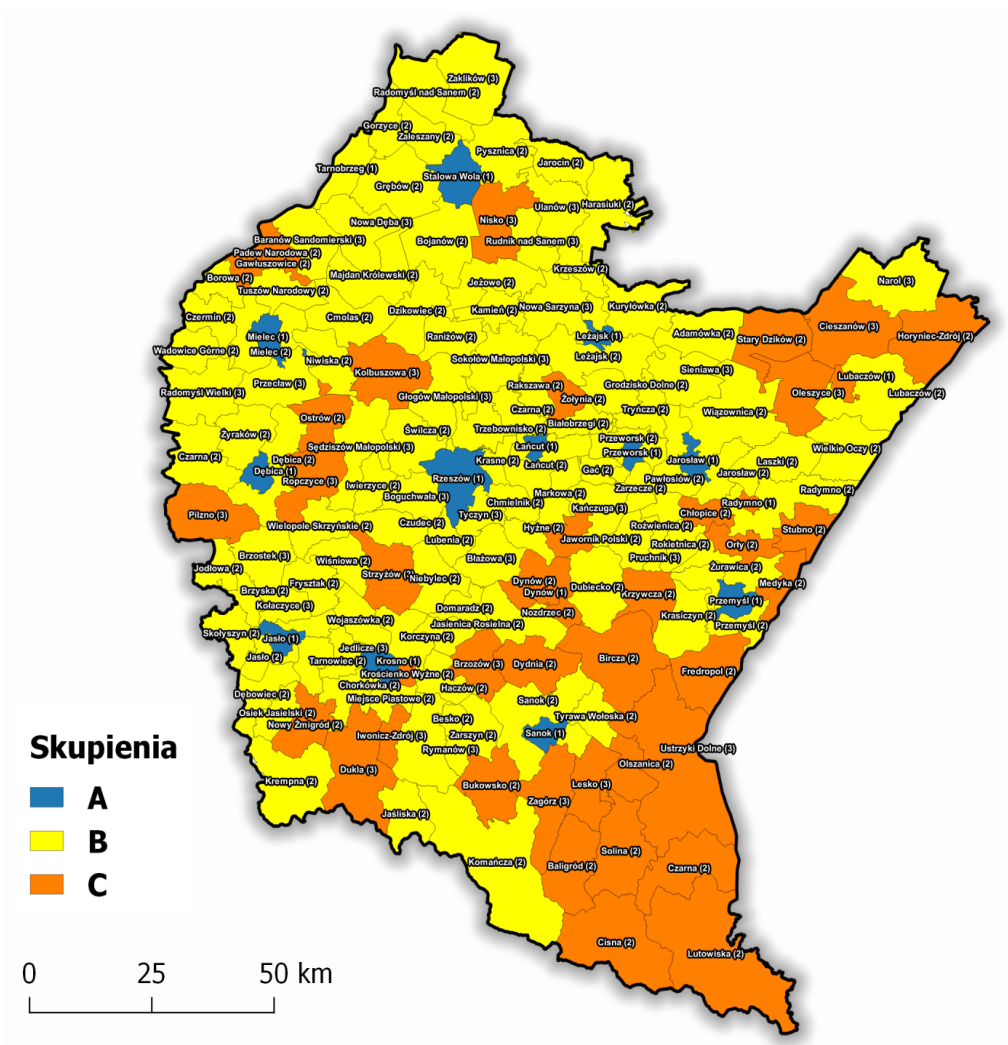
1	2	3	4
	Haczów (2)	Sanok (2)	Ostrów (2)
	Harasiuki (2)	Sędziszów Małopolski (3)	Padew Narodowa (2)
	Hyżne (2)	Sieniawa (3)	Pilzno (3)
	Iwierzycze (2)	Skołyszyn (2)	Radymno (1)
	Jarocin (2)	Sokołów Małopolski (3)	Ropczyce (3)
	Jarosław (2)	Świlcza (2)	Solina (2)
	Jasienica Rosielna (2)	Tarnowiec (2)	Stary Dzików (2)
	Jasło (2)	Tarnobrzeg (1)	Strzyżów (3)
	Jaślika (2)	Tryńcza (2)	Stubno (2)
	Jedlicze (3)	Trzebowniko (2)	Ustrzyki Dolne (3)
	Jeżowe (2)	Tuszów Narodowy (2)	Żagórz (3)
	Jodłowa (2)	Tyczyn (3)	Żołyńia (2)
	Kamień (2)	Tyrawa Wołoska (2)	Czarna (2)
	Kańczuga (3)	Ulanów (3)	
	Kołaczyce (3)	Wadowice Górne (2)	
	Komańcza (2)	Wiązownica (2)	
	Korczyna (2)	Wielkie Oczy (2)	
	Krasiczyn (2)	Wielopole Skrzyńskie (2)	
	Krasne (2)	Wiśniowa (2)	
	Krempna (2)	Wojaszówka (2)	
	Krzyszów (2)	Zaklików (3)	
	Kuryłówka (2)	Zaleszany (2)	
	Laszki (2)	Zarszyn (2)	
	Leżajsk (2)	Zarzecze (2)	
	Lubaczów (2)	Żurawica (2)	
		Żyraków (2)	

1 – gmina miejska, 2 – gmina wiejska, 3 – gmina miejsko-wiejska

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W **grupie B** znalazły się w przewodze gminy miejsko-wiejskie i część wiejskich. W sumie skupiło się tam 107 gmin. **Grupa C** obejmuje większość gmin wiejskich i kilka miejsko-wiejskich, w sumie liczy 41 gmin. Niespodzianką mogą być trzy gminy miejskie: Dynów, Lubaczów, Radymno, które znalazły się w tym skupieniu (mapa 1).

W celu wyjaśnienia, dlaczego właśnie taki skład gmin pojawił się w grupach, policzono średnie grupowe cech. Według danych za 2014 r. za powstanie klastrów odpowiedzialne były zmienne ujęte w tabeli 34.



Mapa 1. Grupowanie gmin ze względu na zmodyfikowane zmienne modelu „3T”

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

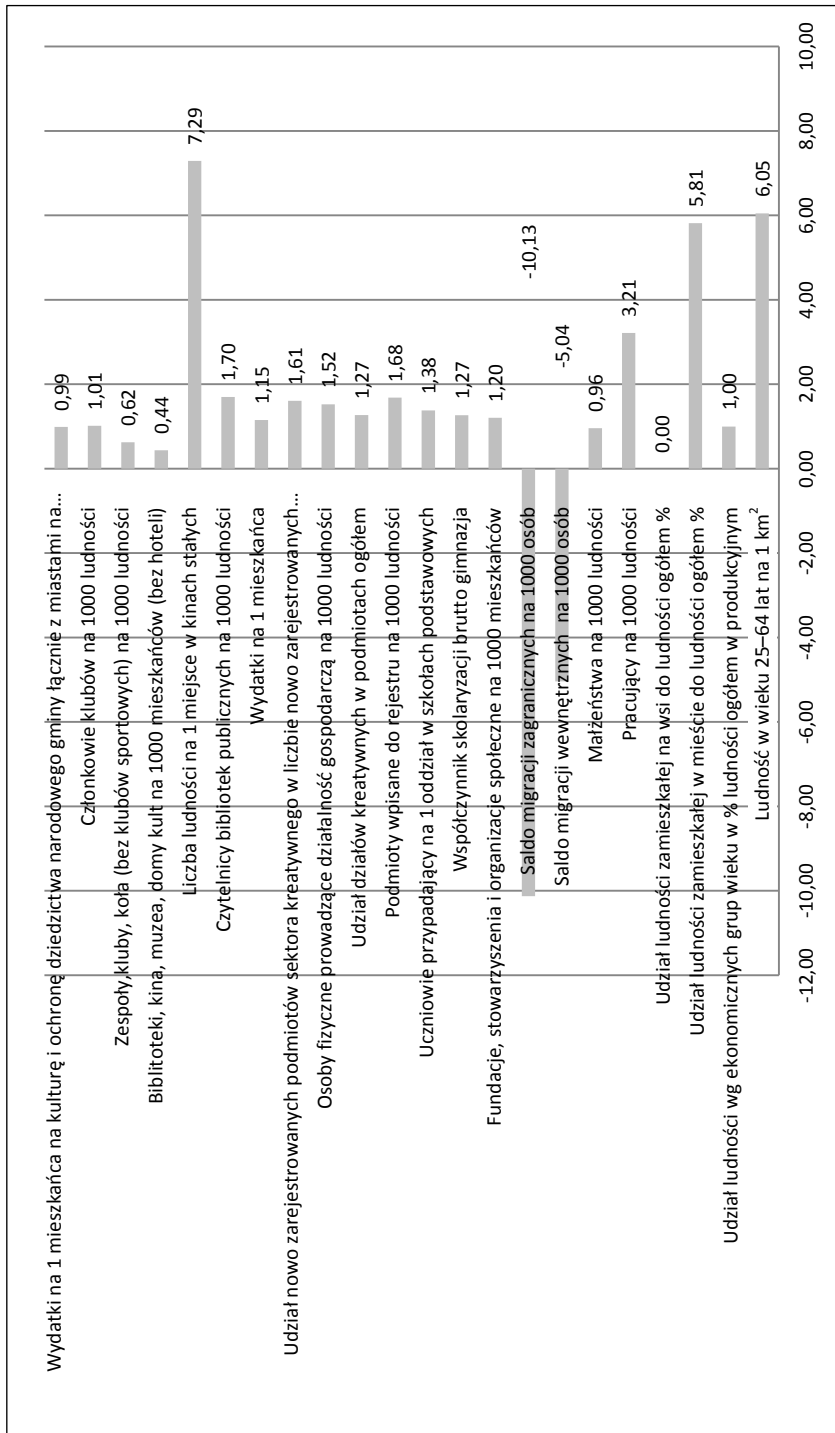
Gminy zgrupowane zostały ze względu na zbliżone wartości opisujących je cech. Skumulowanie w grupie A wszystkich gmin miejskich wskazywało na podobne czynniki determinujące ich rozwój, a jednocześnie w przypadku wybranych cech na możliwość rozwoju w oparciu o kapitał kreatywny, który jest preferowany poprzez zmienną udział ludności zamieszkałej na terenach miejskich, jako cechę mocno różnicującą i preferującą wyróżnioną grupę (średnia 5,81%) (wykres 12).

Tabela 34. Średnie grupowe cech wyróżniających skupienia

Wyszczególnienie	A	B	C
Ludność w wieku 25–64 lat na 1 km ²	6,05	0,59	0,59
Udział ludności zamieszkałej w mieście do ludności ogółem (%)	5,81	0,40	1,15
Udział ludności zamieszkałej na wsi do ludności ogółem (%)	0,00	1,12	0,97
Pracujący na 1000 ludności	3,21	0,76	0,98
Współczynnik skolaryzacji brutto gimnazja	1,27	0,96	1,03
Uczniowie przypadający na 1 oddział w szkołach podstawowych	1,38	0,96	1,00
Małżeństwa na 1000 ludności	0,96	0,98	1,07
Saldo migracji wewnętrznych na 1000 osób	-5,04	0,09	-2,67
Saldo migracji zagranicznych na 1000 osób	-10,13	1,09	-3,79
Fundacje, stowarzyszenia i organizacje społeczne na 1000 mieszkańców	1,20	0,89	1,23
Podmioty wpisane do rejestru na 1000 ludności	1,68	0,88	1,11
Udział działów kreatywnych w podmiotach ogółem	1,27	0,97	1,00
Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 1000 ludności	1,52	0,90	1,11
Udział nowo zarejestrowanych podmiotów sektora kreatywnego w liczbie nowo zarejestrowanych podmiotów ogółem	1,61	0,94	0,97
Wydatki na 1 mieszkańca	1,15	0,95	1,10
Czytelnicy bibliotek publicznych na 1000 ludności	1,7	0,89	1,08
Liczba ludności na 1 miejsce w kinach stałych	7,29	0,22	1,21
Biblioteki, kina, muzea, domy kultury na 1000 mieszkańców (bez hoteli)	0,44	0,92	1,36
Zespoły, kluby, koła (bez klubów sportowych) na 1000 ludności	0,62	1,06	0,96
Członkowie klubów na 1000 ludności	1,01	1,07	0,82
Wydatki na 1 mieszkańca na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego gminy łącznie z miastami na prawach powiatu	0,99	0,83	1,46

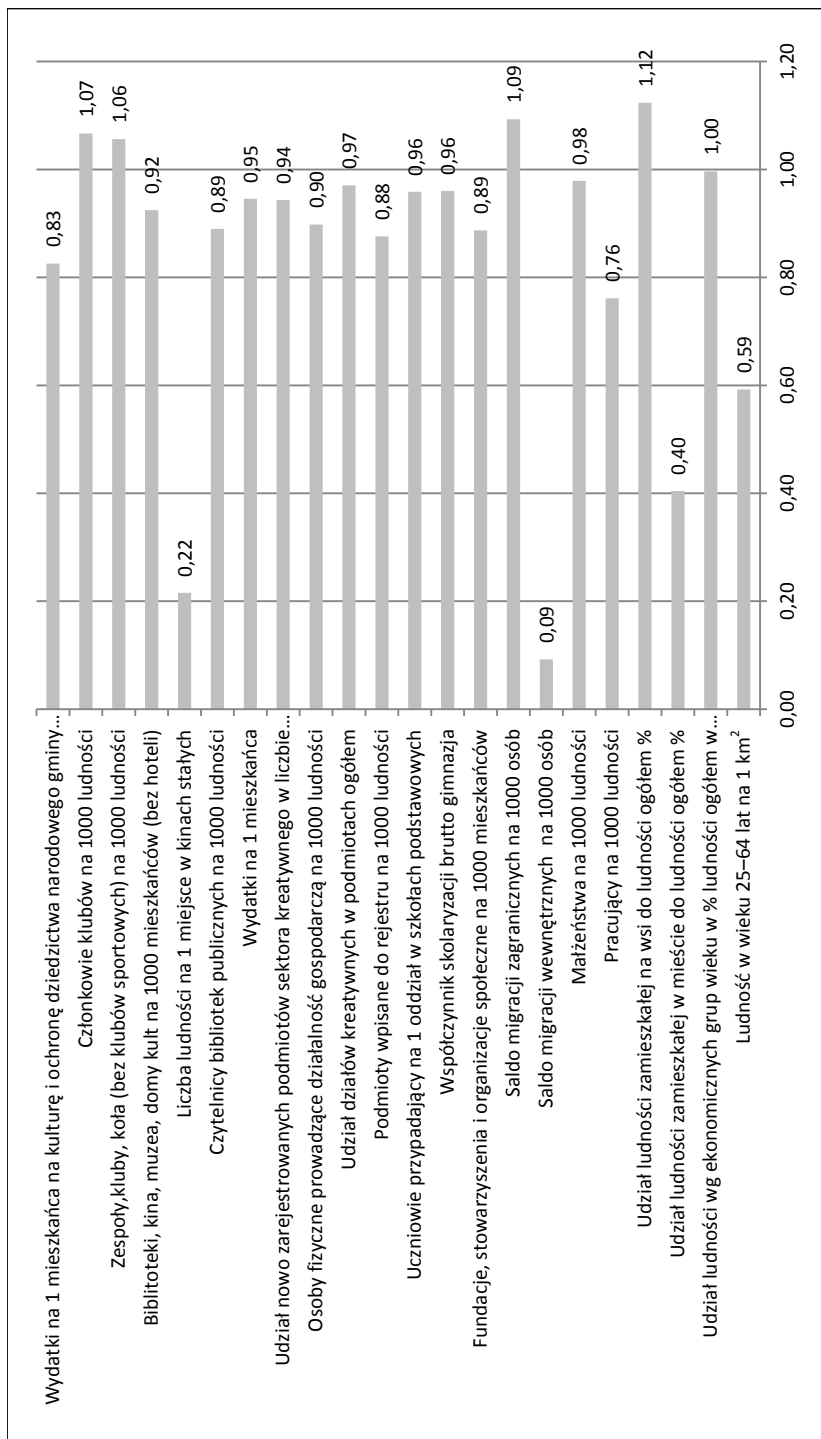
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Cechy, które mocno skonsolidowały gminy, jednak nie miały pozytywnego oddziaływania na rozwój, to ujemne salda migracji wewnętrznych i zewnętrznych. Korzystnie zaś kształtował się w grupie A wskaźnik liczby ludności przypadającej na 1 miejsce w kinach. Taką wartość można tłumaczyć nie tylko liczbą obiektów, ale i znaczną liczbą skupionej w miastach ludności. Podobnie korzystna sytuacja, która wpłynęła na skupienie tych gmin w grupie A, miała miejsce w przypadku podmiotów wpisanych do rejestru na 1000 mieszkańców, nowo zarejestrowanych podmiotów sektora kreatywnego i osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą. Uzyskany wynik potwierdził znaną z literatury tendencję lepszej pozycji miast w rozwoju kapitału kreatywnego niż innych terenów.



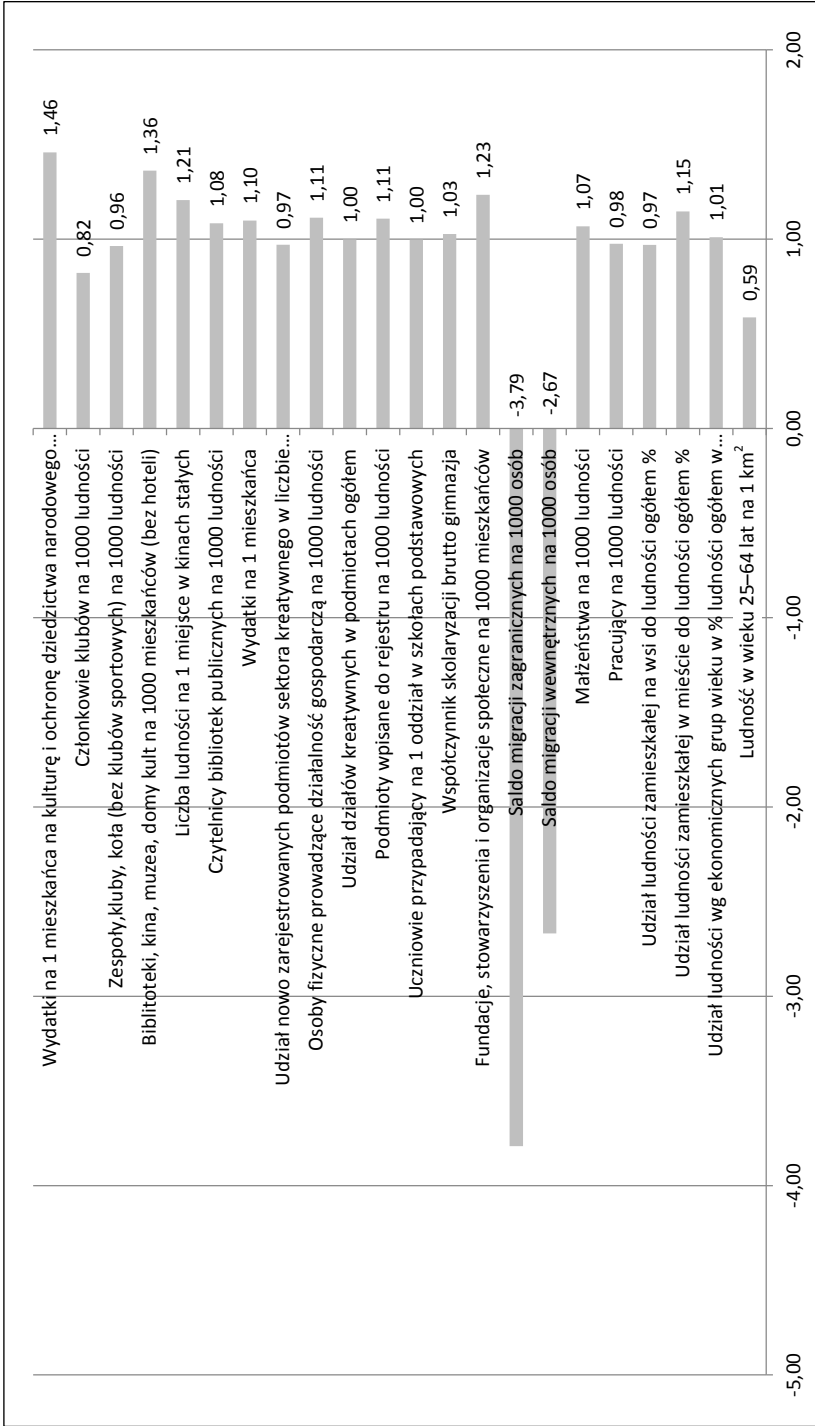
Wykres 12. Charakterystyki skupienia w grupie A

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Wykres 13. Charakterystyki skupienia w grupie B

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.



Wykres 14. Charakterystyki skupienia w grupie C

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Pozwala to także na konkluzję, że miasta Podkarpacia są atrakcyjne w przyciąganiu kapitału kreatywnego. Potwierdza to hipotezę piątą (H 5) – gminy miejskie na Podkarpaciu mają lepsze warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego niż inne typy gmin.

Skupienie gmin B zgrupowało 107 gmin. Połączenie najbardziej licznej grupy gmin wskazuje na podobieństwo w rozwoju i determinujące je parametry. Zaskoczeniem może być skumulowanie w tej grupie gminy miejskiej Tarnobrzeg, 20 gmin miejsko-wiejskich i 86 wiejskich. Gminy te połączył udział ludności wiejskiej na poziomie średnio 93% w ogólnej liczbie mieszkańców, mimo że dla miasta Tarnobrzeg udział ten jest 0. Oznacza to, że o zaliczeniu miasta do tego skupienia zdecydowały inne cechy. Gminy te cechuje dodatnie saldo migracji zagranicznych, co w przypadku przyływu ludności na teren gminy należy ocenić jako korzyść. Za zróżnicowanie tych gmin odpowiadają: liczba członków klubów na 1000 ludności i liczba zespołów, klubów, kół na 1000 ludności. Największe różnice w układzie charakterystyk odnotowano w przypadku czytelników bibliotek na 1000 ludności. Skupienie B (wykres 13) można określić jako przeciętne, o warunkach, które można ze względu na takie natężenie wskaźników kształtować w dowolnym kierunku rozwoju. Z jednej strony może to dać różne możliwości, w tym i rozwoju kapitału kreatywnego (choćby ze względu na dodatnie saldo migracji – powroty świadczą o więzi z miejscem oraz aktywności ludności w zespołach, klubach, kółach). Z drugiej strony może też wskazywać na słabsze tendencje rozwojowe w porównaniu do pozostałych skupień.

Większość gmin należących do skupienia B to obszary o najniższym stopniu rozwoju i pogarszających się perspektywach rozwojowych⁴⁵⁸. Wyznaczone obszary stanowią zgrupowania przestrzenne gmin rozłożone mozaikowo na terenie całego województwa. Obszary te są niejednolite i rozproszone. Wynika to głównie ze specyfiki tych obszarów, jak i faktu, że w ich skład wchodzi zarówno gminy o bardzo niskich wskaźnikach rozwoju społeczno-gospodarczego, jak i gminy posiadające wyższe wartości wskaźników rozwojowych, które jednak w wyniku badania dynamiki zmian wykazały spadek potencjału rozwojowego poprzez obniżenie wartości cech w badanym okresie⁴⁵⁹.

Skupienie gmin C liczy 41 gmin. Trzy z nich, Dynów, Lubaczów, Radymno, to gminy miejskie, 25 wiejskie, zaś 13 – miejsko-wiejskie.

Gminy te znalazły się w skupieniu C ze względu na różnicującą je średnią, tj. wysokie wydatki na kulturę na 1 mieszkańca (średnio 176,30 zł). Podobnie jak w przypadku skupienia A, negatywny wpływ ma odpływ ludności, o czym świadczy ujemne saldo migracji zagranicznych i wewnętrznych, jednak na niż-

⁴⁵⁸ Por. *Obszary funkcjonowania w województwie podkarpackim...*, op. cit., s. 104; http://www.bip.podkarpackie.pl/attachments/article/2159/OFWP_PBPP_082015.pdf (29.06.2016).

⁴⁵⁹ *Ibidem*.

szym poziomie niż w skupieniu A. Gminy ujęte w skupieniu C cechowały się korzystnym udziałem liczby ludności na 1 miejsce w kinach i średnią liczbą czytelników bibliotek. Na skupienie miał wpływ udział ludności zamieszkałej na obszarach wiejskich, ale i korzystna średnia podmiotów gospodarczych wpisanych do rejestru na 1000 ludności oraz liczba ludności prowadzącej działalność gospodarczą (wykres 14). Wydaje się więc, że są to gminy o dość dobrym poziomie rozwoju gospodarczego wyrażonego liczbą podmiotów, które cechują również korzystne warunki dla zagospodarowania wolnego czasu. Można je więc określić jako potencjalnych pretendentów do budowy kreatywnego systemu ze względu na mocne cechy, które zgrupowały je w jedno skupienie.

Większość gmin należących do grupy C zaliczona jest do tzw. obszarów ochrony krajobrazów kulturowych, na terenie których znajdują się uznane zabytki.

W *Strategii rozwoju województwa – podkarpackie 2020* zagadnienia związane z krajobrazami kulturowymi i dziedzictwem kulturowym zostały ujęte w dziedzinie działań strategicznych. Kapitał ludzki i społeczny, przede wszystkim w priorytecie 2.2. Kultura i dziedzictwo kulturowe, którego głównym celem jest rozwinięty i efektywnie wykorzystany potencjał kultury regionu. Najważniejszym kierunkiem działań w ramach wyżej wymienionego priorytetu jest: 2.2.3. Ochrona, promocja i zarządzanie dziedzictwem kultury regionu. Ponadto w ramach dziedziny działań strategicznych Konkurencyjna i innowacyjna gospodarka w priorytecie 1.3. Turystyka wytypowano kierunki działań: 1.3.1. Rozwój atrakcji turystycznych oraz infrastruktury turystycznej (za istotny element oferty turystycznej uznano dziedzictwo kulturowe regionu) i 1.3.2. Podniesienie konkurencyjności produktów turystycznych w wiodących formach turystyki przyjazdowej do województwa (kluczowe znaczenie mają działania służące poprawie konkurencyjności obecnych na rynku ofert turystycznych, a także przygotowaniu i komercjalizacji nowych produktów turystycznych w zakresie turystyki wypoczynkowej, uzdrowiskowej, krajoznawczej, aktywnej, biznesowej oraz przygranicznej)⁴⁶⁰. Jest to potwierdzenie poprawności przyjętych cech z grupy infrastruktury kulturowej, bowiem są one wpisane w kierunek rozwoju województwa podkarpackiego.

6.3. Potencjał gmin do aktywizacji kapitału kreatywnego

Ze względu na przyjęty układ gmin w skupieniach wynikający z wartości opisujących cech poddano go kolejnej analizie w celu monitoringu kategorii je opisujących. Układ gmin w poszczególnych skupieniach jest podobny jak w przypadku innych analiz gmin wykonywanych z wykorzystaniem innych cech

⁴⁶⁰ *Ibidem*, s. 88.

odnoszących się do rozwoju, np. infrastruktury⁴⁶¹ transportowej czy możliwości inwestowania⁴⁶².

Wyznaczając potencjał kreatywny gmin opisany wskaźnikami charakteryzującymi talent, technologię, tolerancję i infrastrukturę kultury, niezależnie od jakości i liczby zmiennych wykorzystano metodę rangowania. Dla każdej z wartości zbudowano ranking, kolejno każdej pozycji przypisano noty rankingowe, które po zsumowaniu pozwoliły na ustalenie listy rankingowej dla kategorii (wskaźników): talent, technologia i tolerancja będących składową wskaźnika kreatywności w metodyce R. Floridy oraz udogodnień kultury wpływających na jakość życia.

Tabela 35. Ranking gmin ze względu na zmienne opisujące talent, technologię, tolerancję i infrastrukturę kultury

	Gr		Rank		Gr		Rank		Gr		Rank
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Lubaczów (1)	2	m	1	Mielec (1)	1	m	17	Horyniec-Zdrój (2)	3	w	33
Rzeszów (1)	1	m	2	Przeworsk (1)	1	m	18	Kuryłówka (2)	2	w	34
Krosno (1)	1	m	3	Boguchwała (3)	2	m-w	19	Rymanów (3)	2	m-w	35
Łańcut (1)	1	m	4	Ropczyce (3)	3	m-w	20	Besko (2)	2	w	36
Stalowa Wola (1)	1	m	5	Iwonicz-Zdrój (3)	3	m-w	21	Markowa (2)	2	w	37
Jasło (1)	1	m	6	Lutowiska (2)	3	w	22	Baligród (2)	3	w	38
Sanok (1)	1	m	7	Ustrzyki Dolne (3)	3	m-w	23	Dębica (2)	2	w	39
Radymno (1)	3	m	8	Tyczyn (3)	2	m-w	24	Dukla (3)	3	m-w	40
Tarnobrzeg (1)	2	m	9	Oleszyce (3)	3	m-w	25	Strzyżów (3)	3	m-w	41
Jarosław (1)	1	m	10	Lesko (3)	3	m-w	26	Sokołów Młp. (3)	2	m-w	42
Leżajsk (1)	1	m	11	Czarna (2)	2	w	27	Fryszak (2)	2	w	43
Głogów Młp. (3)	2	m-w	12	Cisna (2)	3	w	28	Kolbuszowa (3)	3	m-w	44
Przemysł (1)	1	m	13	Brzozów (3)	3	m-w	29	Jedlicze (3)	2	m-w	45
Zagórz (3)	3	m-w	14	Łańcut (2)	2	w	30	Wojaszkówka (2)	2	w	46
Dębica (1)	1	m	15	Solina (2)	3	w	31	Gorzyce (2)	2	w	47
Dynów (1)	3	m	16	Pilzno (3)	3	m-w	32	Pawłosiów (2)	2	w	48

⁴⁶¹ Zob. K. Chudy-Laskowska, M. Wierzbińska, *Analiza infrastruktury transportowej w województwie podkarpackim*, „Logistyka” 2014, nr 6, s. 2723–2730.

⁴⁶² Zob. *Atrakcyjność inwestycyjna regionów jako uwarunkowanie przedsiębiorczych przewag konkurencyjnych*, red. H. Godlewska-Majkowska, Wyd. SGH, Warszawa 2011.

	Gr		Rank		Gr		Rank		Gr		Rank
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Krościenko Wyżne (2)	3	w	49	Tryncza (2)	2	w	77	Domaradz (2)	2	w	104
Błażowa (3)	2	m-w	50	Czermin (2)	2	w	78	Wielopole Skrzyńskie (2)	2	w	105
Nisko (3)	3	m-w	51	Zaleszany (2)	2	w	79	Krzyszów (2)	2	w	106
Czarna (2)	3	w	52	Radomyśl nad Sanem (2)	2	w	80	Lubaczów (2)	2	w	107
Sędziszów Młp. (3)	2	m-w	53	Wiązownica (2)	2	w	81	Stubno (2)	3	w	108
Nowa Dęba (3)	2	m-w	54	Ostrów (2)	3	w	82	Zaklików (3)	2	m-w	109
Radomyśl Wielki (3)	2	m-w	55	Kołaczyce (3)	2	m-w	83	Jasło (2)	2	w	110
Narol (3)	2	m-w	56	Wiśniowa (2)	2	w	84	Tyrawa Wołoska (2)	2	w	111
Białobrzegi (2)	2	w	57	Rakszawa (2)	2	w	85	Krasiczyn (2)	2	w	112
Cieszanów (3)	3	m-w	58	Baranów Sandomierski (3)	2	m-w	86	Niebylec (2)	2	w	113
Chorkówka (2)	2	w	59	Orły (2)	3	w	87	Bircza (2)	3	w	114
Bojanów (2)	2	w	60	Żołyń (2)	3	w	88	Wielkie Oczy (2)	2	w	115
Krasne (2)	2	w	61	Padew Narodowa (2)	3	w	89	Stary Dzików (2)	3	w	116
Haczów (2)	2	w	62	Krempna (2)	2	w	90	Jodłowa (2)	2	w	117
Przeclaw (3)	2	m-w	63	Trzebownik (2)	2	w	91	Lubenia (2)	2	w	118
Miejsce Piastowe (2)	2	w	64	Jasienica Rosielna (2)	2	w	92	Wadowice Górne (2)	2	w	119
Mielec (2)	2	w	65	Ulanów (3)	2	m-w	93	Czarna (2)	2	w	120
Świlcza (2)	2	w	66	Chmielnik (2)	2	w	94	Borowa (2)	2	w	121
Bukowsko (2)	3	w	67	Medyka (2)	3	w	95	Żyraków (2)	2	w	122
Gawłuszowice (2)	3	w	68	Rudnik nad Sanem (3)	2	m-w	96	Zarzecze (2)	2	w	123
Grodzisko Dolne (2)	2	w	69	Sieniawa (3)	2	m-w	97	Zarszyn (2)	2	w	124
Tuszów Narodowy (2)	2	w	70	Nowy Żmigród (2)	3	w	98	Skołyszyn (2)	2	w	125
Leżajsk (2)	2	w	71	Tarnowiec (2)	2	w	99	Iwierzycze (2)	2	w	126
Hyżne (2)	2	w	72	Nowa Sarzyna (3)	2	m-w	100	Pysznica (2)	2	w	127
Kańczuga (3)	2	m-w	73	Komańcza (2)	2	w	101	Brzyska (2)	2	w	128
Korczyn (2)	2	w	74	Dydnia (2)	3	w	102,5	Dzikowiec (2)	2	w	129
Olszanica (2)	3	w	75	Jawornik Polski (2)	3	w	102,5	Kamień (2)	2	w	130
Czudec (2)	2	w	76					Pruchnik (3)	2	m-w	131
								Osiek Jasielski (2)	2	w	132

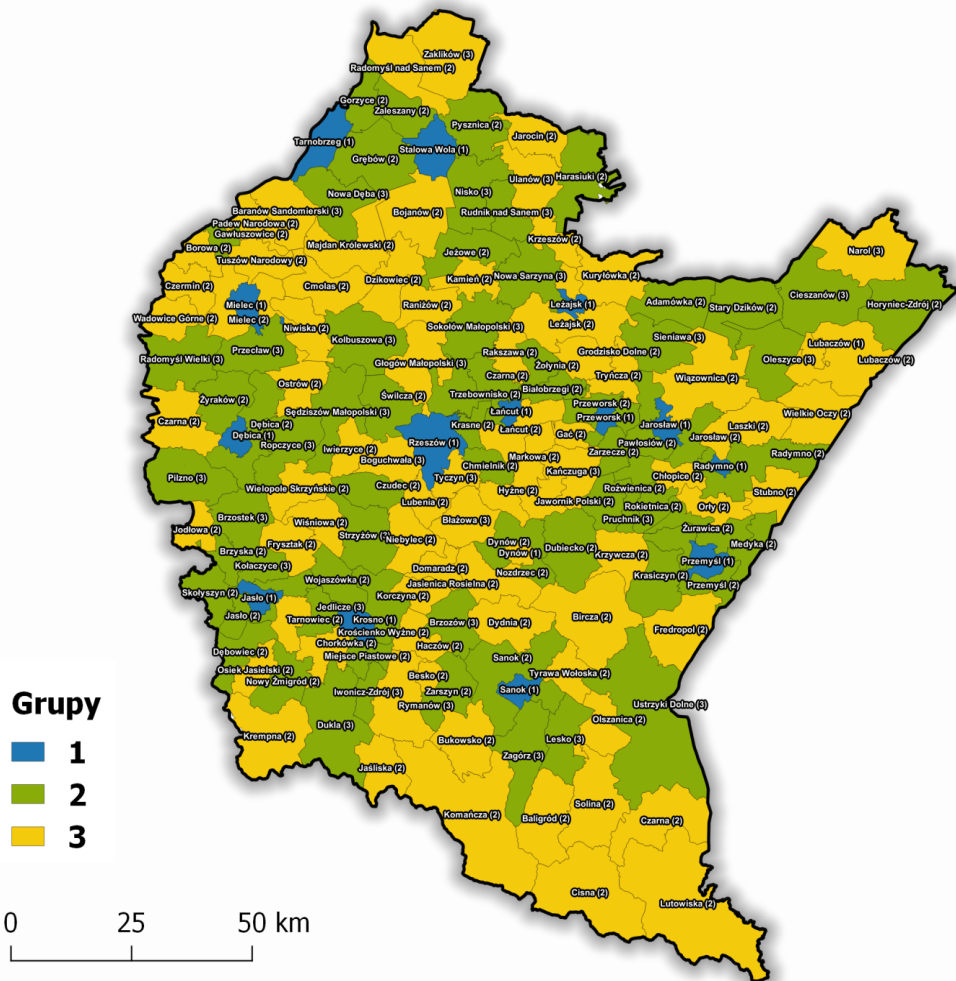
	Gr		Rank		Gr		Rank		Gr		Rank
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Gać (2)	2	w	133	Jarosław (2)	2	w	143	Jaślicka (2)	2	w	151
Roźwienica (2)	2	w	134	Grębów (2)	2	w	144	Jarocin (2)	2	w	152
Jeżowe (2)	2	w	135	Żurawica (2)	2	w	145	Niwiska (2)	2	w	153
Brzostek (3)	2	m-w	136	Cmolas (2)	2	w	146	Adamówka (2)	2	w	154
Harasiuki (2)	2	w	137	Dębowiec (2)	2	w	147	Chłopice (2)	3	w	155
Dubiecko (2)	2	w	138,5	Przemysł (2)	2	w	148	Łaszki (2)	2	w	156
Raniżów (2)	2	w	138,5	Krzywca (2)	3	w	149	Radymno (2)	2	w	157
Przeworsk (2)	2	w	140	Majdan Królewski (2)	2	w	150	Dynów (2)	3	w	158
Fredropol (2)	3	w	141					Nozdrzec (2)	2	w	159
Sanok (2)	2	w	142					Rokietnica (2)	2	w	160

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Wyznaczony ranking pokazał w dość niejednorodnych skupieniach większe podobieństwo kilku gmin, których pozycja w analizie skupień była słabsza (tabela 35, mapa 2). W przypadku gminy Lubaczów, która znalazła się przed stolicą województwa, może to być wynikiem liczby ludności zamieszkałej w tej gminie, która na 1 km² wynosiła 483 osoby. Konstruowanie wszystkich wskaźników w przeliczeniu na 1000 ludności dało tej gminie korzystniejszą pozycję wynikającą z wartości ponad średnią opisującą dany wskaźnik. Oznacza to w metodzie rankingowej potwierdzenie wyższej pozycji gmin miejskich niż w przypadku zgrupowania ich wprawdzie w rozwojowym, ale najsłabszym skupieniu C. Podobną sytuację można zauważyć w przypadku miejskiej gminy Tarnobrzeg, która znalazła się w słabym zgrupowaniu B. Natomiast w metodzie rankingowej preferowanej do oceny uwarunkowań rozwoju klasy kreatywnej⁴⁶³ i jej wpływu na rozwój gospodarczy potwierdziły się rozważania innych autorów i teoretyczne implikacje dotyczące lepszych warunków do rozwoju gospodarczego i kapitału kreatywnego w miastach. Na uwagę zasługuje gmina Głogów Małopolski zaliczona do skupienia B i gminy Zagórz oraz Dynów skupione w zgrupowaniu C. Gminy miejsko-wiejskie Głogów Małopolski i Zagórz uzyskały wyższe lokaty ze względu na udział ludności w wieku 25–64 lat na 1 km², udział ludności zamieszkałej na terenie miejskim oraz wskaźnik salda migracji wewnętrznej, wskaźnik czytelnictwa i członkostwa w klubach.

W przypadku pozostałych gmin istnieje zależność pomiędzy skupieniem a rodzajem gminy. Po gminach miejskich lepsze warunki do rozwoju opartego na wykorzystaniu kapitału kreatywnego mają gminy miejsko-wiejskie.

⁴⁶³ W ocenie czynników, w tym „3T”, ustalając ogólny syntetyczny wskaźnik kreatywności, najczęściej dodaje się rangi poszczególnych kryteriów, obliczając jego ostateczną wartość.

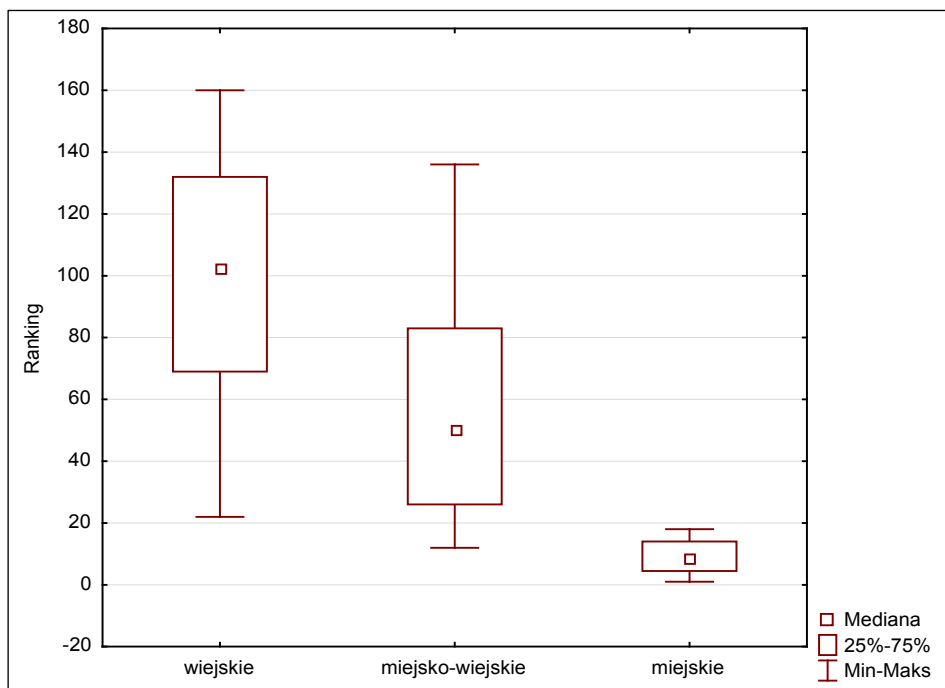


Mapa 2. Grupowanie gmin metodą rankingową

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Dodatkowo przeprowadzono testy Kruskala-Wallisa w celu weryfikacji, czy rodzaj gminy wpływa na miejsce, które zajęła ona w rankingu, oraz czy grupa z grupowania Warda ma wpływ na miejsce, jakie gmina zajęła w skupieniu. W obydwu przypadkach zależność jest istotna statystycznie. Grupa, do której należą gminy, oraz rodzaj (miejska, wiejska, miejsko-wiejska) miały wpływ na miejsce, jakie gmina zajęła w rankingu. I tak zarówno grupa, do której należy gmina $p < \alpha$ ($p = 0,0000$), jak i rodzaj gminy $p < \alpha$ ($p = 0,0000$) mają wpływ na miejsce w rankingu.

Pozwala to na potwierdzenie hipotezy czwartej (H 4): przy założeniu oceny metodą skupień istnieje związek między rodzajem gminy a jej przynależnością do grupy, jednocześnie w przestrzeni lokalnej zachodzą koncentracja i dekoncentracja gmin wynikające z ich pozycji w grupach. Koncentrację gmin w skupieniach odnotowano w przypadku gmin miejskich (skupienie A), skoncentrowane są gminy bieszczadzkie (C), a także zauważa się koncentracje tej samej grupy gmin wokół miast (B).

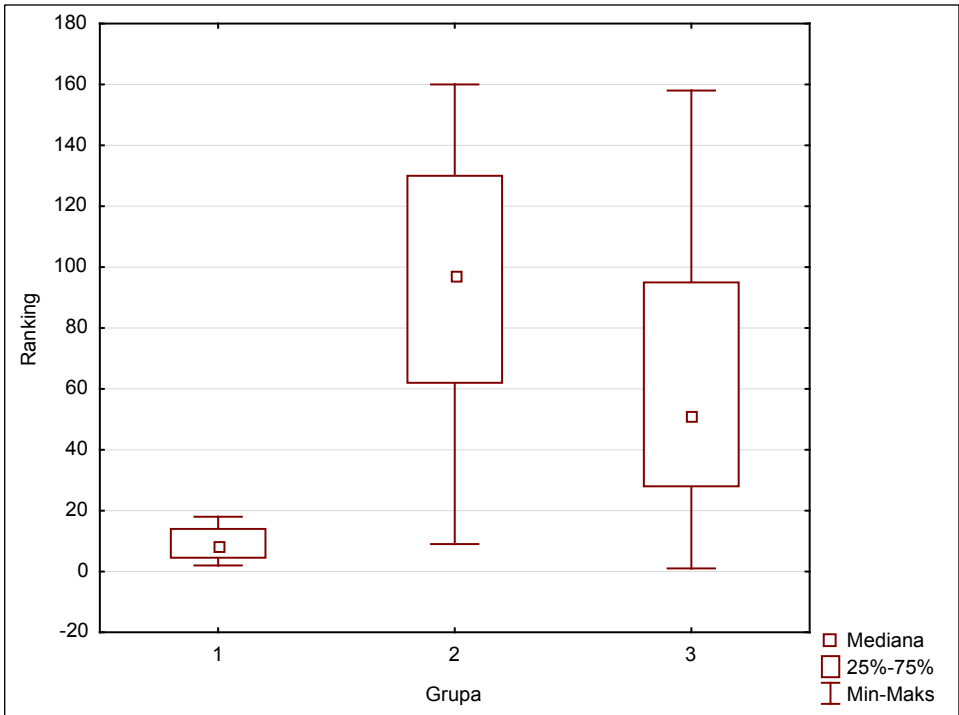


Wykres 15. Miejsce w skupieniu a rodzaj gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Z analizy wynika, że gminy miejskie zajmują wysokie miejsca w rankingu, nieco dalej plasują się gminy miejsko-wiejskie, a najdalej gminy wiejskie. Średnio gminy miejskie zajęły 9. pozycję (wykres 15), miejsko-wiejskie – 55., a wiejskie – 99.

Zestawienie z rankingu wykazało trzy grupy gmin: w grupie 1 znajdują się gminy z najlepszych miejsc rankingowych, grupa 3 zawiera gminy ze środka rankingu, a w grupie 2 są gminy z końca rankingu. Wartości cech pomiędzy zależnościami (wykres 16) dla grupy 1 (najwyższej) wynosiły 99,25, dla grupy 2 – 95,06, a dla 3 z końca rankingu – 63,34.



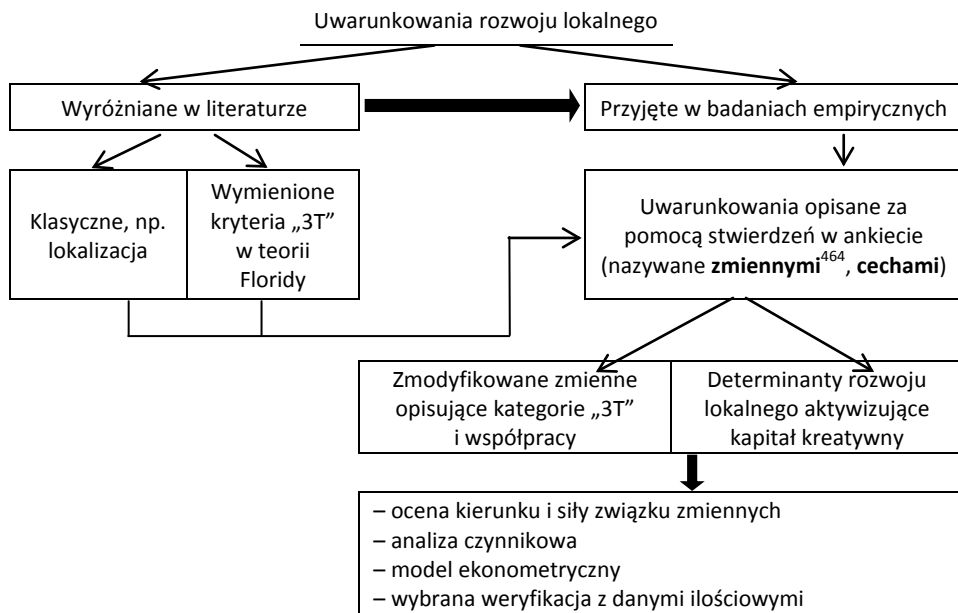
Wykres 16. Miejsce w rankingu a grupa, do której należą gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

6.4. Znaczenie zmiennych opisujących kategorie „3T” w opinii respondentów

Ocena uwarunkowań wpływających na rozwój ze względu na ich duże zróżnicowanie, zwłaszcza w skali lokalnej, jest skomplikowana. Wiele zmiennych wpływa z różną siłą i kierunkiem na rozwój lokalny. Zróżnicowanie to pogłębia się jeszcze w przypadku dodatkowych kryteriów, np. podziału według rodzajów gmin, struktury ludności, płci.

W literaturze autorzy wyróżniają różne uwarunkowania rozwoju, a ich ujęcia dynamiczne wskazują, jak w czasie zmieniały się czynniki, które determinowały rozwój. Wspólne uwzględnienie w analizie uwarunkowań rozwoju lokalnego, w tym czynników wpływających na rozwój kapitału kreatywnego, który uznano za determinantę rozwoju, to obszar wskazujący na potrzebę aktywizacji w terenie.



Rysunek 31. Schemat analityczny zmiennych zastosowanych w ocenie

Źródło: opracowanie własne.

W celu oceny uwarunkowań wpływających na rozwój lokalny i jednocześnie na aktywizację kapitału kreatywnego dokonano doboru i selekcji różnych zmiennych. Zmienne te zostały ocenione przez respondentów. Dla większego komfortu badanych i ułatwienia odpowiedzi, a także zawartych w ankiecie pytań kontrolnych zmienne te zapisano w formie sformułowań o charakterze prostym lub złożonym, tj. zawierających opis jednego lub kilku czynników. Zadaniem respondentów była ocena w skali 7-punktowej⁴⁶⁵ siły oddziaływania cechy na rozwój lokalny przy uwzględnieniu wpływu tej cechy na rozwój kreatywności ludzkiej. Ze względu na wiele czynników przyjętych do oceny w różnych kombinacjach na rysunku 31 przedstawiono klucz określający użycie nazw wykorzystanych podczas weryfikacji z wykorzystaniem metod statystycznych.

⁴⁶⁴ Termin „zmienna” w naukach społecznych odnosi się do cech ustalonych dla każdej osoby lub innej całości społecznej, które można zaobserwować na różnych poziomach i w różnym natężeniu. Zmienne mierzą społeczne konstrukty (takie jak np. klasa społeczna, wiek) w sposób umożliwiający ich analizę liczbową. Pozwalają na ukazanie zmienności wewnątrz populacji. Zmienna nie jest wielkością stałą, lecz przybiera różne wartości. *Słownik socjologii i nauk społecznych*, red. G. Marshall, PWN, Warszawa 2004, s. 443.

⁴⁶⁵ Ocena w 7-stopniowej skali Likerta, gdzie 1 oznaczało bardzo mało istotne kryterium wpływu na rozwój gminy, w małym stopniu występujące, wartość najniższą, 7 – bardzo ważne kryterium, w bardzo dużym, wysokim stopniu występujące, mające najwyższy wpływ.

Gminy zostały ocenione z wykorzystaniem cech ilościowych. Na tej podstawie wyznaczono trzy zgrupowania, tj. A, B, C. Kolejnym etapem analizy była weryfikacja oparta na ocenach respondentów. Wyniki te umownie nazwano jakościowymi.

Katalog czynników warunkujących rozwój lokalny został skonstruowany na podstawie literatury z uwzględnieniem możliwości rozwoju kapitału kreatywnego. Trzy kryteria – talent, technologia i tolerancja – odnoszące się do rozwoju kapitału kreatywnego, były warunkowane przyjętymi założeniami badawczymi i nie stanowią zamkniętego zbioru. Siła oddziaływania tych kryteriów (kategorii) zmienia się, na co wskazują opisy zawarte w teoriach rozwoju lokalnego, ale i szeroko prezentowane prace empiryczne.

Zaznaczyć należy, że przyjęty poniższy katalog zmiennych opisujących kategorie „3T” ma charakter względny. Gminy są systemami otwartymi, dlatego następuje wymiana z otoczeniem. To, co dzieje się w gminie, ma swoje źródła w otoczeniu. Potwierdza to wpływ czynników globalnych. Natomiast dla rozważań celowe wydaje się wyodrębnienie determinant, które wpływają na możliwość budowy kapitału kreatywnego, co jednocześnie oznacza, że gmina posiada warunki dla rozwoju tego kapitału i *per analogiam* można uwzględnić tę zmienną w rozwoju lokalnym. W świetle przyjętej definicji kapitału kreatywnego zwerfikowano również czynnik współpracy.

Technologia w opinii autorki może być charakteryzowana poprzez oceny dokonane przez respondentów. Mają one subiektywny charakter, ale należy zaznaczyć, że wyrazili je ludzie, którzy pracują i żyją w przestrzeni danych gmin. To oni jako interesariusze posiadają największą wiedzę o stanie zaawansowania technologicznego i jego wykorzystaniu. Zmienne opisujące talent wskazują na możliwości jego rozwoju w procesie kształcenia i świadomość inwestowania. Natomiast cenne wydają się opinie respondentów, na ile wartości edukacyjne mają znaczenie w społeczności. Również to przedstawiciele lokalnych interesariuszy mają największą wiedzę dotyczącą małych lokalnych społeczności, w tym lokalnych artystów, twórców, przedstawicieli kapitału kreatywnego.

Tolerancja oceniona została w obszarze otwartości na zmiany, akceptacji poglądów innych, wielokulturowości, kultywowania tradycji. Opis talentu, technologii, tolerancji odpowiedzialnych za stworzenie warunków do rozwoju kapitału kreatywnego został utworzony z wykorzystaniem średniej ważonej nazywanej współczynnikiem oddziaływania dla kategorii ocen dokonanych przez pracowników i mieszkańców.

Ranking cech opisujących zmienne charakteryzujące rozwój gminy, ze szczególnym uwzględnieniem aktywizacji kapitału kreatywnego, został poszerzony na podstawie literatury o kategorię nazwaną „współpraca”, odnoszącą się do uczestnictwa w życiu kultury gminy, a w układzie ilościowym do infrastruktury.

tury kultury. Wyraz ten występuje w definicji własnej kapitału kreatywnego. Współpraca jest także elementem kapitału społecznego i cechą kapitału ludzkiego. Poprzez tę cechę można wnikliwiej zweryfikować rolę kapitału społecznego, który Florida proponował zastąpić kapitałem kreatywnym⁴⁶⁶. Włączenie definicji współpracy wynika z umiejętności pozyskania i przetwarzania informacji, umiejętności pracy w ramach powiązań społecznych czy gospodarczych⁴⁶⁷.

Zarówno dostęp do informacji, jak i działania na rzecz społeczności gminnej wiążą się z organizacją imprez, zaangażowaniem we wspólne prace w gminie, działania w obszarze realizacji celu gminy. Jednocześnie wskazują na relacje zachodzące pomiędzy społecznością w gminie i jej stosunkiem do kapitału kreatywnego. Dobór tego kryterium ma charakter subiektywny, oparty jest na ocenie respondentów, natomiast w badaniach można ująć różne inne kategorie. Ocenę i opis dla zmiennych przeprowadzono oddzielnie, co powoduje, że nie zniekształcają one pozostałych wyników. Ze względu na stopień szczegółowości analizy zaprezentowano średnie ważone wartości ocen, nie przedstawiano szczegółowego opisu rozkładu odpowiedzi w podziale na grupy respondentów.

Z oceny dokonanej przez respondentów wynika, że w grupie charakteryzującej warunki technologiczne w gminach najważniejsza jest umiejętność wykorzystania specjalistycznej wiedzy przez ludzi w gminie w pracy i życiu osobistym (tabela 36). Oceny dokonano, przypisując w rangowaniu najwyższej średniej ważonej pierwszą lokatę. Wiąże się to przede wszystkim z absorpcją wiedzy z zakresu nowości technologicznych, co w erze informatyki, telefonii komórkowej, gier komputerowych nie jest trudne, szczególnie że młodzi ludzie chcą posiadać takie urządzenia, a wiek korzystania z nich obniża się. Druga pozycja w rankingu – rozwój przedsiębiorczości – świadczy o podążaniu gmin w tym kierunku, co w gospodarce rynkowej jest działaniem uzasadnionym. Trzecią pozycję zajęła cecha opisująca otwartość ludzi w gminie na nowe technologie. Technologia determinuje rozwój, świadczy również o zaawansowaniu społeczeństwa, jest ważna na poziomie globalnym, ale też na płaszczyźnie lokalnej.

W przypadku kapitału ludzkiego, który został oceniony przez kategorię talentu, ważna jest świadomość dalszego kształcenia, również przez całe życie. Uznanie edukacji jako wartości świadczy o potrzebie rozwoju czynnika ludzkiego w gminie, także i kapitału kreatywnego.

⁴⁶⁶ Na podstawie badań R. Cushinga Florida uznał, że teoria kapitału społecznego nie jest w stanie wyjaśnić wzrostu gospodarczego i innowacyjności na szczeblu regionalnym, lepiej to można zweryfikować teorią kapitału ludzkiego i kreatywnego – R. Florida, *Narodziny...*, *op. cit.*, s. 282–283.

⁴⁶⁷ Zob. M. Castells, *Spoleczeństwo...*, *op. cit.*, s. 95 i n.; K. Szara, *Kinds and Character...*, *op. cit.*, s. 247–258; *eadem*, *Uwarunkowania rozwoju w świetle koncepcji „3T”*, „Optimum. Studia Ekonomiczne” 2015, nr 1, s. 178–187.

Tabela 36. Ranking zmiennych opisujących kategorie talentu, technologii, tolerancji i współpracy odnoszącej się do uczestnictwa w życiu gminy, w tym korzystania z infrastruktury wpływającej na warunki życia

Lp.	Opisy zmiennych	Średnie ocen pracowników urzędu gmin	Ranking	Średnie ocen odpowiedzi mieszkańców	Ranking	Średnia ocen dla obu grup respondentów	Ranking
1	2	3	4	5	6	7	8
Technologia	Umiejętność wykorzystania specjalistycznej wiedzy przez ludzi w gminie w pracy i życiu osobistym	4,15	1	4,49	3	4,32	1
	Dominacja drobnej przedsiębiorczości	4,12	2	4,38	4	4,25	2
	Otwartość ludzi na nowe rozwiązania technologiczne	3,61	3	4,65	1	4,13	3
	Wdrażanie innowacji w przedsiębiorstwach w gminie	3,51	4	4,61	2	4,06	4
	Dominacja przedsiębiorstw wysokotechnologicznych	2,02	5	3,88	5	2,95	5
Talent	Wykorzystywanie różnych umiejętności własnych przez ludzi	4,55	1	4,86	1	4,70	1
	Świadomość w społeczności lokalnej własnych wartości	4,51	2	4,59	4	4,55	2
	Uznanie wartości edukacyjnych przez daną społeczność	4,49	3	4,47	6	4,48	3
	Koszty ponoszone na edukację własną (edukację dodatkową po 18. roku życia)	4,30	6	4,66	2	4,48	4
	Posiadane zdolności artystyczne ludności w gminie (muzyczne, malarskie, rzeźbiarskie, taneczne, aktorskie)	4,35	5	4,49	5	4,42	5
	Wrażliwość emocjonalna, umiejętność wczuwania się w sytuację innych	4,37	4	4,31	7	4,34	6
	Inwestowanie w kulturę, sztukę przez ludność gminy	3,96	7	4,62	3	4,29	7

1	2	3	4	5	6	7	8
Tolerancja	Tożsamość z miejscem, społecznością	4,68	2	5,03	1	4,85	1
	Kultywowanie tradycji lokalnych	4,77	1	4,80	2	4,78	2
	Otwartość na zmiany	4,39	3	4,65	3	4,52	3
	Akceptacja poglądów innych przez ludność gminy	4,17	4	4,35	4	4,26	4
	Akceptacja wielokulturowości	4,08	5	4,12	5	4,10	5
Współpraca	Organizacja wspólnych imprez	4,72	2	4,98	1	4,85	1
	Dostępna informacja	4,74	1	4,66	4	4,70	2
	Zaangażowanie w życie społeczności	4,58	3	4,80	2	4,69	3
	Dbłość mieszkańców o wspólne cele, potrzeby	4,56	4	4,77	3	4,67	4
	Nawiązywanie celowych działań z mieszkańcami innych gmin	4,42	5	4,56	5	4,49	5

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Należy zwrócić uwagę, że w ocenie poszczególnych grup respondentów: pracowników i mieszkańców wykorzystanie umiejętności własnych przez ludność znalazło się na tej samej pozycji w rankingu.

Dla socjologów analizujących społeczność lokalną ważne są cechy, które przyjęto jako wyznaczniki tolerancji w gminach. Tożsamość z miejscem, społecznością była najważniejszą zmienną opisującą to kryterium w zestawieniu łącznym wszystkich charakterystyk. Ważne jest kultywowanie tradycji lokalnych, które znalazło się na drugim miejscu. W ocenie przez pracowników urzędów gmin i mieszkańców zauważa się podobną tendencję w stosunku do cech opisujących tolerancję. W tej grupie zmiennych występuje największa zgodność ocen.

Natomiast zaproponowane cechy opisujące kryterium współpracy realizowanej na polu działań kultury, przekładające się na ilościowy układ cech określony jako „infrastruktura kultury”, znalazły się wysoko w zestawieniu ogólnym cech, co świadczy o znaczeniu wartości wspólnych. Kultywowanie wartości rodzinnych, lokalnych jest cechą charakterystyczną dla Podkarpacia.

W zestawieniu cech opisujących to kryterium największe znaczenie ma organizacja wspólnych imprez, co świadczy o uczestnictwie społeczności w tego typu przedsięwzięciach. Potwierdza to kolejna, trzecia cecha: zaangażowanie w życie społeczności. Respondenci docenili również potrzebę informacji, głównie w tym kontekście odnoszącej się do rozwoju i działań z zakresu kultury w gminie, przyznając tej zmiennej drugą pozycję w rankingu.

W rankingach cech zestawionych dla rodzajów gmin zauważa się znaczne różnice. Wśród średnich ważonych dla gmin miejskich zaobserwować można preferowanie w opisie elementów miękkich: wrażliwości, empatii oraz wyższą pozycję przypisaną cechom opisującym edukację i ponoszonym kosztom na dalsze kształcenie. Świadczy to o preferowaniu czynnika kapitału ludzkiego. Większość wymienionych cech jest w sposób pośredni lub bezpośredni związana z kapitałem kreatywnym. Badani pracownicy urzędów, oceniając te cechy dla reprezentowanej gminy, kierowali się występującymi tendencjami i kierunkami w rozwoju gmin. Wymienione cechy oceniali zdecydowanie wyżej mieszkańcy.

W przypadku oceny cech opisujących zmienne w podziale dla gmin miejsko-wiejskich zaznacza się tendencja w kierunku cech bardziej opisujących tolerancję i współpracę, czyli będących również wyznacznikami kapitału społecznego. Zbudowany ranking zmiennych dla gmin wiejskich wskazuje na podobną tendencję w ocenie jak w przypadku gmin miejsko-wiejskich.

Rangowanie ocen pozwala przeanalizować związek pomiędzy zmiennymi, co wykonano, wykorzystując nieparametryczny współczynnik korelacji Spearmana.

Cechy opisujące wyróżnione kategorie zweryfikowano, analizując zależności korelacyjne między nimi. Korelacje pozwalają ocenić związek między cechami oznaczający istotne podobieństwo, analogię w zachowaniu dwóch zmiennych. Wzrost jednej cechy powoduje wzrost drugiej. Siła związków została oceniona ze względu na siłę oddziaływania cech. Gdy współczynnik korelacji jest dodatni, to można stwierdzić, że wzrostowi wartości jednej zmiennej towarzyszy wzrost wartości drugiej zmiennej.

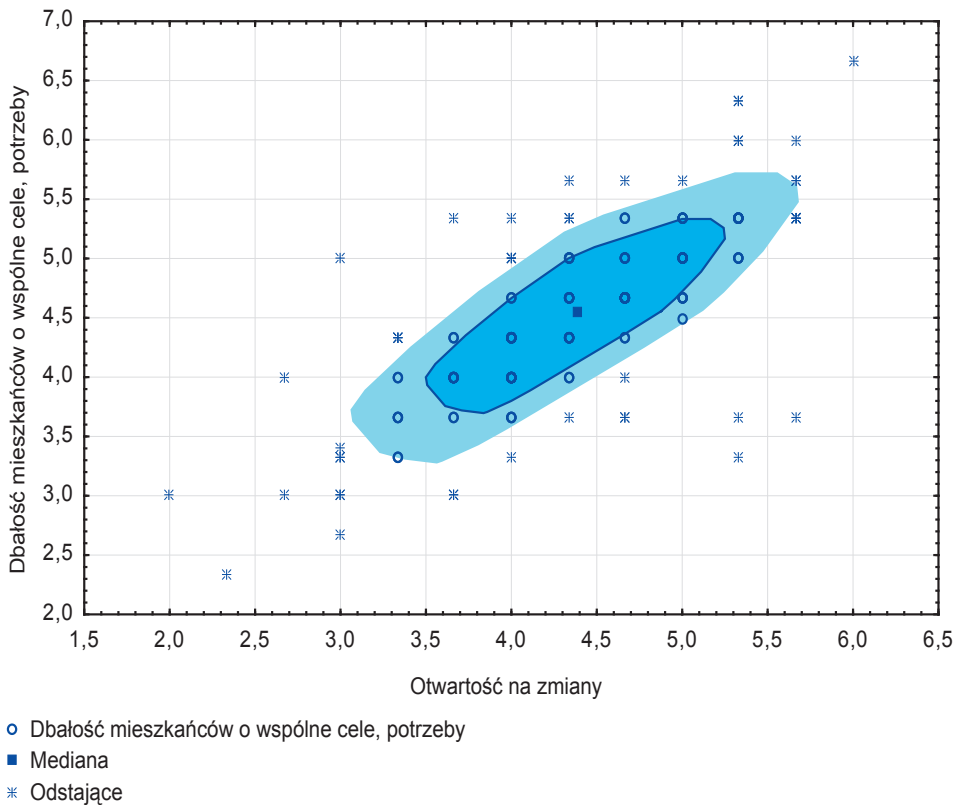
Bardzo wysoka dodatnia korelacja pomiędzy analizowanymi cechami wystąpiła w przypadku cech:

- otwartością na nowe rozwiązania technologiczne a wdrażaniem innowacji w przedsiębiorstwach w gminie (0,81),
- posiadanymi zdolnościami artystycznymi a inwestowaniem w kulturę i sztukę (0,82),
- świadomością własnych wartości przez społeczność lokalną a wykorzystaniem różnych umiejętności własnych (0,80),
- akceptacją poglądów przez innych a otwartością ludzi na nowe rozwiązania (0,79),
- kultywowaniem tradycji lokalnych a organizacją wspólnych imprez (0,79).

Wzrostowi otwartości na nowe rozwiązania technologiczne towarzyszy wzrost wdrażania innowacji, kiedy rośnie świadomość lokalnych wartości, wzrasta wykorzystanie umiejętności własnych przez ludność gminy, a wtedy,

gdy społeczność wykazuje się wyższym zaangażowaniem, organizuje więcej imprez.

Wysoką zależność korelacyjną zaobserwowano także w przypadku dbałości mieszkańców o wspólne cele i otwartości na zmiany (0,74) (wykres 17).



Wykres 17. Zależności między otwartością na zmiany a dbałością o wspólne cele

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Na zaprezentowanym wykresie „workowym” korelacja między wdrażaniem innowacji w przedsiębiorstwach a umiejętnością wykorzystania wiedzy przez ludzi została zachowana. Mediana wskazuje środek dwuwymiarowego rozkładu.

Siła zależności korelacyjnych pomiędzy cechami jest wysoka, co można ocenić na podstawie tabeli 37. Korelacje te wskazują na wysokie zależności pomiędzy cechami, określając, na ile obie zmienne zmieniają się równocześnie w sposób liniowy.

Tabela 37. Matryca korelacji czynników opisujących „3T” i współpracy

Wy- sze- gólnienie	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	1,00	0,10	0,11	0,17	0,08	0,02	0,05	-0,06	0,03	0,07	0,05	0,12	0,13	0,12	0,13	-0,01	-0,03	-0,09	-0,06	0,03	-0,02	-0,06
2		1,00	0,60	0,56	0,46	0,38	0,33	0,36	0,40	0,42	0,48	0,49	0,46	0,32	0,45	0,27	0,25	0,25	0,28	0,29	0,36	0,21
3			1,00	0,81	0,65	0,44	0,50	0,52	0,56	0,61	0,53	0,52	0,59	0,61	0,39	0,38	0,37	0,39	0,54	0,44	0,56	0,39
4				1,00	0,71	0,40	0,52	0,46	0,51	0,56	0,46	0,58	0,57	0,53	0,41	0,33	0,29	0,30	0,47	0,44	0,43	0,35
5					1,00	0,54	0,61	0,58	0,62	0,62	0,56	0,54	0,64	0,69	0,47	0,44	0,41	0,39	0,52	0,47	0,56	0,49
6						1,00	0,72	0,60	0,59	0,47	0,48	0,51	0,55	0,53	0,47	0,51	0,63	0,58	0,59	0,46	0,51	0,46
7							1,00	0,70	0,67	0,59	0,51	0,55	0,66	0,64	0,51	0,49	0,52	0,52	0,65	0,50	0,57	0,53
8								1,00	0,80	0,66	0,74	0,66	0,66	0,64	0,54	0,62	0,60	0,48	0,67	0,57	0,59	0,54
9									1,00	0,63	0,73	0,68	0,65	0,58	0,44	0,54	0,50	0,41	0,60	0,51	0,56	0,46
10										1,00	0,61	0,58	0,66	0,67	0,48	0,46	0,38	0,38	0,53	0,53	0,62	0,50
11											1,00	0,76	0,65	0,60	0,53	0,66	0,52	0,40	0,57	0,54	0,53	0,49
12												1,00	0,70	0,58	0,53	0,54	0,49	0,38	0,62	0,61	0,60	0,54
13													1,00	0,79	0,69	0,45	0,42	0,41	0,56	0,62	0,67	0,50
14														1,00	0,66	0,54	0,51	0,52	0,66	0,61	0,74	0,61
15															1,00	0,52	0,43	0,42	0,50	0,55	0,48	0,36
16																1,00	0,78	0,66	0,65	0,54	0,52	0,64
17																	1,00	0,79	0,69	0,50	0,56	0,63
18																		1,00	0,78	0,53	0,60	0,62
19																			1,00	0,68	0,78	0,71
20																				1,00	0,69	0,68
21																					1,00	0,72
22																						1,00

Objaśnienia do tabeli 37: 1. Dominacja przedsiębiorstw wysokotechnologicznych, 2. Dominacja drobnej przedsiębiorczości, 3. Otwartość ludzi na nowe rozwiązania technologiczne, 4. Wdrażanie innowacji w przedsiębiorstwach w gminie, 5. Umiejętność wykorzystania specjalistycznej wiedzy przez ludzi w gminie w pracy i życiu osobistym, 6. Posiadane zdolności artystyczne ludności w gminie (muzyczne, malarskie, rzeźbiarskie, taneczne, aktorskie), 7. Inwestowanie w kulturę, sztukę przez ludność gminy, 8. Świadomość w społeczności lokalnej własnych wartości, 9. Wykorzystywanie różnych umiejętności własnych przez ludzi, 10. Koszty ponoszone na edukację własną (edukację dodatkową po 18. roku życia), 11. Uznanie wartości edukacyjnych przez daną społeczność, 12. Wrażliwość emocjonalna, umiejętność wczuwania się w sytuację innych, 13. Akceptacja poglądów innych przez ludność gminy, 14. Otwartość na zmiany, 15. Akceptacja wielokulturowości, 16. Tożsamość z miejscem, społecznością, 17. Kulturowanie tradycji lokalnych, 18. Organizacja wspólnych imprez, 19. Zaangażowanie w życie społeczności, 20. Nawiązywanie celowych działań z mieszkańcami innych gmin, 21. Dbałość mieszkańców o wspólne cele, potrzeby, 22. Dostępna informacja.

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

6.5. Typologia gmin na podstawie ocen zmiennych opisujących kategorie „3T” przez respondentów

Kategorie talentu, tolerancji i technologii w rozważaniach R. Floridy wpływają na rozwój gospodarczy. Ich ocena przez pracowników gminy i mieszkańców pozwala wyróżnić takie cechy, które decydują w warunkach lokalnych Polski o ich występowaniu. Wyższe zależności korelacyjne występują w przypadku cech „miękkich” opisujących rozwój gminy. Ponieważ pomiędzy cechami występują zależności świadczące o ich wysokim oddziaływaniu na siebie, przyjęte cechy poddano weryfikacji z wykorzystaniem analizy czynnikowej. Dodatkowo ze względu na wybierane podczas ocen przez respondentów cechy opisujące kryterium współpracy dołączono je do analizy. Zmienne do weryfikacji dobrano na podstawie literatury przedmiotu, uwzględniając lokalny charakter badań.

W wyniku analizy czynnikowej ze zmiennych opisujących kategorie „3T” i kształtujących aktywizację kapitału kreatywnego wyodrębniono dwa czynniki wspólne. Czynniki są nowymi zmiennymi, które nie są bezpośrednio obserwowalne, ale są wyznaczane na podstawie zmiennych pierwotnych. Czynniki te odzwierciedlają w zwięzły (syntetyczny) sposób znaczącą część informacji zawartą w zbiorze danych, a jednocześnie każdy z nich niesie nowe treści merytoryczne. Stanowią też swoiste identyfikatory grupujące wyjściowe zmienne. Jednocześnie są to czynniki aktywizujące kapitał kreatywny.

Pierwszy czynnik nazwano „kultura”, a drugi „przedsiębiorczość”. Czynnik 1 – „kultura” wyjaśnia 34,14% obserwowanej zmienności. Złożyły się na niego: kulturowanie tradycji lokalnych, organizacja wspólnych imprez, zaangażowa-

nie w życie społeczności lokalnej, dostępna informacja, tożsamość z miejscem. Wymienione cechy opisujące czynnik mają ładunki najwyższe. Drugi czynnik utworzyły zmienne: wdrożenie innowacji w przedsiębiorstwach, otwartość ludzi na nowe rozwiązania technologiczne, umiejętność wykorzystania specjalistycznej wiedzy, dominacja drobnej przedsiębiorczości i akceptacja poglądów innych. Nazwano go „przedsiębiorczość” ze względu na przewagę cech charakteryzujących to zjawisko wśród zmiennych ukrytych. Czynnik 2 wyjaśnia 31,28% obserwowanej zmienności. Łącznie czynniki wyjaśniają 65,42% obserwowanej zmienności.

Oznacza to, że na rozwój kapitału kreatywnego opartego na kulturze wpływa kultywowanie tradycji lokalnych, organizacja imprez, tożsamość z miejscem, społecznością, zaangażowanie w życie społeczności, dostępna informacja. Rozwój kapitału kreatywnego opartego na przedsiębiorczości wpływa na otwartość ludzi na nowe technologie, wdrażanie innowacji, dominację przedsiębiorczości, wykorzystanie wiedzy i akceptację poglądów innych. Potwierdza to wcześniejsze rozważania literaturowe wskazujące na rozwój kapitału kreatywnego bazującego na działaniach przedsiębiorczych lub też związanych z kulturą.

Otrzymane ładunki czynnikowe są jednocześnie współczynnikami korelacji pomiędzy zmiennymi wejściowymi i czynnikami. Tym samym ich kwadraty (współczynniki determinacji) mówią nam, jaka część wariancji wspólnej zmiennych wejściowych została wyjaśniona przez kolejne czynniki (tabela 38).

Tabela 38. Analiza czynnikowa zmiennych opisujących kryteria technologii, talentu, tolerancji i współpracy

Zmienne/cechy	Czynnik 1	Czynnik 2
1	2	3
Dominacja przedsiębiorstw wysokotechnologicznych	-0,232497	0,349964
Dominacja drobnej przedsiębiorczości	0,039604	0,727875
Otwartość ludzi na nowe rozwiązania technologiczne	0,210331	0,808535
Wdrażanie innowacji w przedsiębiorstwach w gminie	0,114030	0,838484
Umiejętność wykorzystania specjalistycznej wiedzy przez ludzi w gminie w pracy i życiu osobistym	0,314504	0,754690
Posiadane zdolności artystyczne ludności w gminie (muzyczne, malarskie, rzeźbiarskie, taneczne, aktorskie)	0,608157	0,407433
Inwestowanie w kulturę, sztukę przez ludność gminy	0,570692	0,526550
Świadomość w społeczności lokalnej własnych wartości	0,615139	0,563182
Wykorzystywanie różnych umiejętności własnych przez ludzi	0,494447	0,638168
Koszty ponoszone na edukację własną (edukację dodatkową po 18. roku życia)	0,410759	0,673466
Uznanie wartości edukacyjnych przez daną społeczność	0,501834	0,615591

1	2	3
Wrażliwość emocjonalna, umiejętność wczuwania się w sytuację innych	0,490422	0,638265
Akceptacja poglądów innych przez ludność gminy	0,455512	0,713104
Otwartość na zmiany	0,578986	0,601180
Akceptacja wielokulturowości	0,456225	0,519894
Tożsamość z miejscem, społecznością	0,784862	0,241681
Kultywowanie tradycji lokalnych	0,842586	0,152634
Organizacja wspólnych imprez	0,840972	0,103201
Zaangażowanie w życie społeczności	0,827288	0,321341
Nawiązywanie celowych działań z mieszkańcami innych gmin	0,668598	0,376384
Dbłość mieszkańców o wspólne cele, potrzeby	0,699599	0,424067
Dostępna informacja	0,791457	0,223032
Wariancja wyjaśniana	7,168539	6,570806
Udział	0,341359	0,312896

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Wyróżnione czynniki utworzone z ocenionych przez respondentów zmieni-nych oznaczają, że przyjęta w pierwszej części teza o uznaniu przedsiębiorców za przedstawicieli kapitału kreatywnego została potwierdzona w praktyce. Oznacza to także, że nie jest błędem podejmowanie analiz kapitału kreatywnego poprzez pryzmat kultury i przedsiębiorczości. W przypadku rozwoju lokalnego stanowiąc to będzie duże ułatwienie, ponieważ zarówno kultura, jak i przedsiębiorczość są czynnikami szeroko opisywanymi w literaturze i mierzalnymi w praktyce.

Proces oceny oparty na analizie czynnikowej pozwolił na potwierdzenie hipotezy pierwszej (H 1): Kapitał kreatywny można zidentyfikować i dokonać jego oceny, zaś źródłem tego kapitału jest przedsiębiorczość, można go również rozpoznać w innych płaszczyznach pod warunkiem precyzyjnie zdefiniowanych jego kryteriów. Cechy charakteryzujące możliwości rozwoju kapitału kreatywnego pozwoliły na wyróżnienie ukrytych czynników stanowiących potencjalne źródło kapitału kreatywnego. Potwierdza to identyfikację tego kapitału poprzez cechy oceniane przez respondentów, jednocześnie wskazuje, że przedsiębiorczość nie jest jedynym źródłem występowania tego kapitału. Dobrane cechy wskazały na ukryty czynnik w opinii autorki najtrafniej opisujący kulturę. Dobór cech był oparty na literaturze i dostosowany do specyfiki gmin. W przypadku przedsiębiorczości przyjęto założenie, że stanowi ona źródło kapitału kreatywnego, nie przyjmowano analogicznego założenia w odniesieniu do kultury ze względu na jej społeczny charakter. Uzyskany wynik jest zaś potwierdzeniem zainteresowania przez ekonomistów kulturą jako zjawiskiem przynoszącym wymierne korzyści. Gospodarka

jest częścią kultury, w kulturze tkwią najważniejsze instytucje o dużej trwałości i znaczeniu. Trzeba pamiętać, na co wskazuje J. Wilkin, że jeśli „człowiek jest kulturą”, to ekonomia musi być też nauką o kulturze⁴⁶⁸.

Ze względu na podjęte założenia badawcze dla zmiennych ocenionych przez respondentów, a odpowiadających kategoriom ujętym w modelu „3T” i współpracy jako cechy przyjętej w definicji kapitału kreatywnego przeprowadzono procedurę grupowania metodą Warda, podobnie jak w przypadku cech ilościowych. Gminy zgrupowały się w trzy skupienia. Skupienie I obejmowało 63 gminy (tabela 39). Były to gminy, które na podstawie odpowiedzi respondentów uzyskały wyniki zbliżone do średnich wartości odpowiedzi dla całej populacji. Najbliżej średnich znalazły się zmienne charakteryzujące technologię, zaś największe zróżnicowanie od średniej zauważono dla cech opisujących talent. Dla wszystkich kategorii odpowiedzi poszczególne charakterystyki opisowe znalazły się w przedziale od 94 do 111% w porównaniu z wartościami średnimi (= 100). Można więc wnioskować na podstawie ocen wyznaczonych przez respondentów, że są to gminy cechujące się **dobrymi** uwarunkowaniami w kategoriach talentu, technologii i tolerancji oraz współpracy.

Tabela 39. Skupienia gmin według cech jakościowych

Skupienie I	Skupienie II	Skupienie III
1	2	3
Baligród (2)	Adamówka (2)	Baranów Sandomierski (3)
Białobrzegi (2)	Brzyska (2)	Besko (2)
Bojanów (2)	Cieszanów (3)	Bircza (2)
Brzostek (3)	Dynów (2)	Błazowa (3)
Brzozów (3)	Haczów (2)	Boguchwała (3)
Bukowsko (2)	Harasiuki (2)	Borowa (2)
Chłopice (2)	Jasło (1)	Chorkówka (2)
Chmielnik (2)	Jasło (2)	Cisna (2)
Cmolas (2)	Jeżowe (2)	Dębica (1)
Czarna (2) (p. dębicki)	Komańcza (2)	Dębica (2)
Czarna (2) (p. łańcucki)	Kuryłówka (2)	Dębowiec (2)
Czarna (2) (p. bieszczadzki)	Leżajsk (1)	Dubiecko (2)
Czermin (2)	Leżajsk (2)	Dydnia (2)
Czudec (2)	Lubenia (2)	Dzikowiec (2)

⁴⁶⁸ J. Wilkin, *Kultura a gospodarka*, <http://www.sprawynauki.edu.pl/features/the-community/312/3472-kultura-a-gospodarka> (2.12.2016).

1	2	3
Domaradz (2)	Miejsce Piastowe (2)	Horyniec-Zdrój (2)
Dukla (3)	Nozdrzec (2)	Hyżne (2)
Fredropol (2)	Oleszyce (3)	Iwonicz-Zdrój (3)
Frysztak (2)	Padew Narodowa (2)	Jasienica Rosielna (2)
Gać (2)	Przemyśl (2)	Jodłowa (2)
Głogów Małopolski (3)	Radomyśl nad Sanem (2)	Kamień (2)
Gorzyce (2)	Radomyśl Wielki (3)	Kańczuga (3)
Grębow (2)	Radymno (1)	Kolbuszowa (3)
Grodzisko Dolne (2)	Radymno (2)	Kołaczyce (3)
Iwierzyce (2)	Rożwienica (2)	Korczyn (2)
Jarocin (2)	Stary Dzików (2)	Krasiczyn (2)
Jarosław (1)	Tryńcza (2)	Krosno (1)
Jarosław (2)	Trzebownisko (2)	Lubaczów (1)
Jaśliska (2)	Wielkie Oczy (2)	Lutowiska (2)
Jawornik Polski (2)	Wielopole Skrzyńskie (2)	Łańcut (2)
Jedlicze (3)	Zaklików (3)	Majdan Królewski (2)
Krasne (2)	Zarszyn (2)	Medyka (2)
Krempna (2)	Zarzecze (2)	Mielec (1)
Krościenko Wyżne (2)		Mielec (2)
Krzyszów (2)		Narol (3)
Krzywcza (2)		Nisko (3)
Laszki (2)		Niwiska (2)
Lesko (3)		Nowy Żmigród (2)
Lubaczów (2)		Olszanica (2)
Łańcut (1)		Ostrów (2)
Markowa (2)		Pruchnik (3)
Niebylec (2)		Przeclaw (3)
Nowa Dęba (3)		Przeworsk (2)
Orły (2)		Rakszawa (2)
Osiek Jasielski (2)		Rokietnica (2)
Pawłosiów (2)		Ropczyce (3)
Pilzno (3)		Rudnik nad Sanem (3)
Przemyśl (1)		Rymanów (3)
Przeworsk (1)		Rzeszów (1)
Pysznica (2)		Sanok (1)
Raniżów (2)		Sędziszów Małopolski (3)
Sanok (2)		Solina (2)

1	2	3
Sieniawa (3)		Stalowa Wola (1)
Skołyszyn (2)		Stubno (2)
Tarnobrzeg (1)		Świlcza (2)
Tarnowiec (2)		Tyczyn (3)
Tuszów Narodowy (2)		Tyrawa Wołoska (2)
Wadowice Górne (2)		Ulanów (3)
Wiązownica (2)		Ustrzyki Dolne (3)
Wojaszówka (2)		Wiśniowa (2)
Zagórz (3)		
Zaleszany (2)		
Żurawica (2)		
Żyraków (2)		

Gminy nieuczestniczące w badaniu: Dynów (1), Gawłuszowice (2), Nowa Sarzyna (3), Sokół Małopolski (3), Strzyżów (3), Żołynia (2).

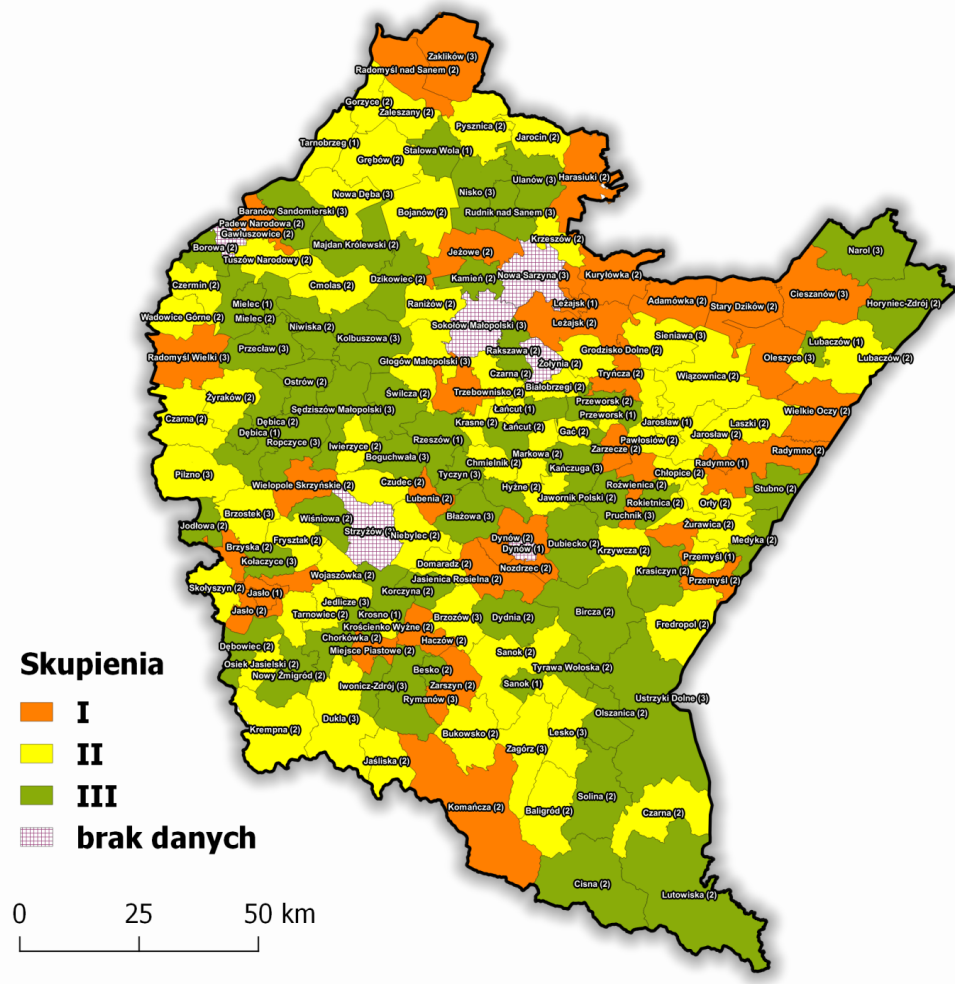
Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Skupienie II obejmowało 32 gminy. Znalazły się tu trzy gminy miejskie: Leżajsk, Radymno i Jasło oraz 4 wiejskie: Zaklików, Cieszanów, Oleszyce i Radomyśl Wielki. Pozostałe to gminy miejsko-wiejskie. Są to gminy **słabe** w ocenie respondentów charakteryzujących za pomocą przyjętych cech kategorie „3T” w uwarunkowaniach do rozwoju kapitału kreatywnego. Wartości ocen cech były poniżej średniej ocen wyznaczonej dla całej populacji. Zamknęły się w przedziale od 70 do 88%. Gminy te są stosunkowo oddalone od ośrodków miejskich, stąd ich pozycja pod względem lokalizacji jest mniej korzystna.

W skupieniu III znalazło się 59 gmin. Z gmin miejskich są tu: Dębica, Krośno, Lubaczów, Mielec, Rzeszów, Sanok i Stalowa Wola. Są to gminy, których charakterystyki ocenionych przez respondentów cech względnie opisujących możliwości rozwoju kapitału kreatywnego były wyższe od średnich dla całej badanej populacji. Odnotowano różnice od 5 do 16% ponad średnią dla ogółu. Gminy te można uznać za **bardzo dobrze** predestynowane w opiniach respondentów do rozwoju kapitału kreatywnego z uwzględnieniem talentu, technologii, tolerancji i współpracy służących działaniom przyczyniającym się do rozwoju tego kapitału. Geograficznie są to gminy skupione wzdłuż pasm komunikacyjnych, co może świadczyć o wpływie lokalizacji (położenia geograficznego) na wartości ocen (mapa 3).

Po ocenie z wykorzystaniem grupowania metodą Warda zestawiono wyniki dla gmin otrzymane w ocenie ilościowej i jakościowej. Wyznaczono gminy, które

w układzie obu ocen uzyskały wyniki identyczne. Podobnie dla wyznaczonych grup dokonano analizy cech, uwzględniając wyznaczone czynniki w analizie czynnikowej. Gminy pogrupowano według typów⁴⁶⁹ predestynujących rozwój lokalny z uwzględnieniem kapitału kreatywnego.



Mapa 3. Skupienia gmin według cech jakościowych

Źródło: opracowanie własne.

⁴⁶⁹ Wyraz „typ” oznacza podstawowy zbiór czegoś, jest odmienny od użytych wcześniej określeń rodzaju gminy: miejskiej, wiejskiej, miejsko-wiejskiej. W pracy wyraz ten został przyjęty umownie na wyróżnienie uzyskanych wyników badań.

Typ A: wzorowo wykorzystujący potencjał dla rozwoju kapitału kreatywnego w rozwoju lokalnym. W układzie obu zestawień skupień z gmin miejskich ilościowym charakterystykom odpowiadały oceny respondentów gmin miejskich: Jarosławia, Łańcuta, Przemyśla i Przeworska. Można stwierdzić, że te gminy miejskie w ocenach cech dotyczących talentu, technologii, tolerancji i współpracy, a w ujęciu ilościowym infrastruktury kultury są **liderami**. Cechały się one wyższymi wskaźnikami charakteryzującymi infrastrukturę kultury, ale i przewagą ludności miejskiej czy też liczbą podmiotów prowadzonych przez osoby fizyczne na 1000 ludności. Są to również gminy, w których istotne znaczenie ma pozycja miasta, przez które biegną sieci komunikacyjne do granicy województwa będącej jednocześnie granicą państwa oraz cechujące się wysokim saldem migracji wewnętrznych. Można określić te gminy jako „miejskie” domeny kapitału kreatywnego na Podkarpaciu.

Łączne zestawienie w oparciu o cechy ilościowe i jakościowe gmin ponownie potwierdza hipotezę piątą (H 5). Z implikacji teoretycznych wynika, że lepsze warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego mają miasta; w przypadku Podkarpacia przyjęto, że są to gminy miejskie. Cztery gminy miejskie na Podkarpaciu mają ilościowe i jakościowe cechy wskazujące na doskonałe warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego.

Typ B: bardzo dobrze wykorzystujący potencjał kapitału kreatywnego w rozwoju lokalnym. Znalazło się tu 17 gmin: Bircza (2), Cisna (2), Dydnia (2), Horyniec-Zdrój (2), Iwonicz-Zdrój (3), Lutowiska (2), Kolbuszowa (3), Lubaczów (1), Medyka (2), Nisko (2), Nowy Żmigród (2), Olszanica (2), Ostrów (2), Ropczyce (3), Solina (2), Stubno (2), Ustrzyki Dolne (3). To gminy w największym stopniu pretendujące do rozwoju w oparciu o uwarunkowania „3T”. Ze względu na cechy ilościowe są to gminy o znacznym potencjale przedsiębiorczym. Gminy te cechuje w porównaniu do średnich cech ilościowych wyższy wskaźnik osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą na 1000 ludności i wyższe wskaźniki oceniające stan infrastruktury kulturalnej. Przewaga cech przedsiębiorczych była potwierdzona dla tych gmin wyższą oceną „3T” uwarunkowań do rozwoju kapitału kreatywnego. Mimo że elementy kultury również uzyskały dobre oceny, w szerszym stopniu zaakcentowana w tych gminach jest przedsiębiorczość.

Typ C: dobrze wykorzystujący potencjał kapitału kreatywnego w rozwoju lokalnym. Dla 25 gmin pokryły się wyniki ze skupień wyznaczone ze względu na cechy ilościowe i jakościowe. Były to gminy: Adamówka (2), Brzyska (2), Haczów (2), Harasiuki (2), Jasło (2), Jasło (1), Jeżowe (2), Komańcza (2), Kuryłówka (2), Leżajsk (2), Lubenia (2), Miejsce Piastowe (2), Nozdrzec (2), Przemyśl (2), Radomyśl nad Sanem (2), Radomyśl Wielki (3), Radymno (2),

Roźwienica (2), Tryńcza (2), Trzebownisko (2), Wielkie Oczy (2), Wielopole Skrzyńskie (2), Zaklików (3), Zarszyn (2), Zarzecze (2). Gminy te mają słabsze oceny cech ilościowych i jakościowych, cechuje je przewaga osób zamieszkałych na terenach wiejskich. W małym stopniu cechy opisujące potencjał kulturowy i przedsiębiorczość odbiegają od średniej dla całej populacji. Gminy te charakteryzują się wyższymi ocenami jakościowymi, co może świadczyć o wyższej świadomości przedstawicieli władz i społeczności lokalnej odnośnie do posiadanego potencjału.

W tych trzech typach gmin stanowiących 30% całej populacji kreatywność i kapitał kreatywny stanowi element akceptowany społecznie i wykorzystywany w praktyce.

Pozostałe gminy, które ze względu na przyjęte założenia badawcze nie wpisały się jednoznacznie w wymienione typy, można zaliczyć do **typu D**. Typ ten to „znaki zapytania, dylematy”, których zdefiniowanie jest trudne ze względu na różne oceny jakościowe i ilościowe posiadanych uwarunkowań rozwoju. O takiej klasyfikacji zdecydowały w większości oceny jakościowe. Szczegółowa analiza przyznanych ocen był skrajnie wysoka albo oceny skrajnie się różniły od siebie (co można było łatwo zidentyfikować w zestawieniu zbiorczym, porównując wyniki odpowiedzi 3 urzędników w gminach). Brak dokładnego przypisania 114 gmin do wyznaczonych typów nie oznacza, że gminy te są dyskryminowane pod względem rozwoju lokalnego z wykorzystaniem kapitału kreatywnego. Oznaczać to może, że występują typy pośrednie pomiędzy wyznaczonymi typami A, B, C.

Wynik taki stanowi też odpowiedź na pytanie postawione wcześniej, na ile przestrzeń gminy jest różnorodna i ma zdolność absorpcji kapitału kreatywnego.

Przestrzeń podkarpackich gmin jest bardzo różnorodna, ma zdolność absorpcji kapitału w przypadku gmin zaliczonych do typów A, B, C. D to grupa, która właśnie ze względu na dużą różnorodność nie pozwoliła na jednoznaczne przypisanie do konkretnego skupienia. Natomiast można to uznać za cechę korzystną z punktu widzenia rozwoju kapitału kreatywnego, bowiem w literaturze na przykładzie miast udowodniono, że im większa jest ich różnorodność, tym chętniej osiedlają się tam przedstawiciele klasy kreatywnej.

Ze względu na to, że oceny mają charakter pośredni, w przyszłości przypisanie tych gmin może być inne. Wyniki grupowania mogą się zmienić ze względu na np. przyjęcie cech ilościowych za inny okres czy inne oceny respondentów. Sytuacja ta pokazuje, że badania zrealizowane na poziomie lokalnym Podkarpacia można powtórzyć w przyszłości, nie ograniczając się tylko do jednego województwa. Potwierdzono to, wyznaczając związki przyczynowo-skutkowe pomiędzy rodzajem gminy (miejska, miejsko-wiejska, wiejska) a jej sklasyfikowaniem do grupy, które były istotne statystycznie.

ROZDZIAŁ 7

KIERUNKI ROZWOJU KAPITAŁU KREATYWNEGO W GMINACH I ICH ZWIĄZEK Z DETERMINANTAMI ROZWOJU

7.1. Wpływ uwarunkowań na rozwój kapitału kreatywnego

W kwestionariuszu ankiety zapytano respondentów, na ile różne stwierdzenia opisujące uwarunkowania oddziałujące na rozwój lokalny w gminie wpływają na pobudzanie kreatywności ludzkiej, w tym kapitał kreatywny. W większości stwierdzenia opisujące wpływ czynników zostały ocenione jako średnie. Takie neutralne podejście może wskazywać na pewną chęć ukrywania swoich poglądów, nieafiszowania się z nimi albo brak stanowiska. Jest to również częste zjawisko występujące w ocenie, a polegające na wyborze wartości środkowej. W ocenie cech pracownicy urzędów gmin mieli do wyboru skalę 5-stopniową: 1 oznaczało wpływ (siłę oddziaływania) bardzo niski, 2 – niski, 3 – średni, 4 – wysoki, 5 – bardzo wysoki. Ze zidentyfikowanych w teorii uwarunkowań wpływających na rozwój lokalny starano się określić, na ile czynnik osiągnie wartość powyżej średniej, co wskazuje na pozytywny wpływ jego oddziaływania. Przyjęto, że średnie poniżej 3 wskazują negatywne oddziaływanie zmiennej na rozwój i kapitał kreatywny.

Tabela 40. Ranga wpływu determinanty na podstawie współczynnika oddziaływania

Wyszczególnienie	Współczynnik oddziaływania	Pozycja rangowa
1	2	3
Jakość i stan występującej w gminie infrastruktury	3,660	1
Sprawność działania władz samorządowych	3,658	2
Aktywność społeczności lokalnej	3,591	3
Współpraca z innymi gminami	3,554	4
Lokalizacja gminy w województwie	3,541	5
Funkcjonowanie lokalnego rynku dóbr i usług	3,519	6

1	2	3
Istniejący potencjał gospodarczy	3,501	7
Zasoby i walory środowiska naturalnego	3,481	8
Lokalna przedsiębiorczość	3,450	9
Migracje ludności	3,433	10
Atmosfera społeczna w gminie	3,430	11
Stosunki rodzinne, przyjacielskie	3,428	12
Kapitał inwestycyjny	3,419	13
Zaspokojenie potrzeb społeczności lokalnej	3,413	14
Kreatywność i innowacyjność kapitału ludzkiego danej społeczności lokalnej	3,393	15
Zmiany w poziomie życia	3,375	16
Występujące na terenie gminy instytucje	3,351	17
Klimat przedsiębiorczy i twórczy połączony z zaangażowaniem się obywateli w działalność publiczną	3,322	18
Intensywność, różnorodność i jakość działań w dziedzinie kultury	3,320	19
Poziom nauki i techniki (uniwersytety, instytuty, szkoły)	3,283	20
Zasoby pracy, tendencje zmian na rynku pracy	3,274	21
Zmiany dochodów ludności	3,272	22
Poziom innowacyjności	3,272	23
Tempo procesów urbanizacji	3,205	24
Nowoczesne technologie	3,121	25

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Współczynnik oddziaływania dla cech wpływających na rozwój lokalny uwzględnia siłę oddziaływania na rozwój kapitału kreatywnego i pozwala stwierdzić, że każda z przyjętych do analizy zmiennych cech ma znacznie (tabela 40). Ocena potwierdza opis spotykany w literaturze – uzależnienie rozwoju od stanu i jakości infrastruktury. Ponownie potwierdza się, jak ważna jest to cecha dla rozwoju kapitału kreatywnego. Infrastruktura zapewnia ludziom możliwości zaspokojenia potrzeb, stąd wybierają oni miejsca atrakcyjne i ją posiadające. Równie ważna w przypadku kapitału kreatywnego jest infrastruktura nie tylko drogowa, medialna, ale szczególnie infrastruktura kultury i usług ze względu na różny czas pracy osób zaliczanych do klasy kreatywnej.

Na drugiej pozycji w ocenie znalazła się zmienna opisująca sprawne działanie władz samorządowych. Uzasadnić to można tym, że to władze powinny dbać o rozwój, wyznaczać jego kierunek. Potwierdza to również uwzględnienie w za-

łożeniach badawczych znaczenia, roli władz lokalnych jako podmiotu w lokalnym systemie kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego gminy.

Znaczny jest wpływ oddziaływania społeczności lokalnej, która to cecha znalazła się na trzecim miejscu pod względem oddziaływania. Wysoko, co potwierdzone jest w klasycznych teoriach lokalizacji, wpływa na rozwój położenie gminy na mapie województwa. Gminy skupione bliżej ośrodków centralnych ze względu na korzystniejsze ulokowanie rozwijają się szybciej niż gminy położone peryferyjnie. Potencjał gospodarczy miast wpływa na lokalizację przedsiębiorstw, decyzje inwestorów. Tu mieszczą się również największe centra kulturalne, akademickie, naukowo-badawcze.

Zmienne określające determinanty rozwoju, którym respondenci w urzędach gmin nadawali rangi, poddano ocenie korelacyjnej w odniesieniu do dokonanej przez respondentów oceny lokalizacji gminy i poziomu rozwoju lokalnego. Wybór lokalizacji wynikał z potrzeby sprawdzenia, na ile miejsce ma znaczenie, zaś ocena rozwoju została przyjęta jako zmienna ze względu na podjęty problem badawczy.

W przypadku korelacji z lokalizacją położenie ma znaczenie i na poziomie korelacji przeciętnej zależy od takich cech, jak: dominacja drobnej przedsiębiorczości (0,40), wdrażanie innowacji (0,40) i koszty ponoszone na edukację (0,42). Wysokie współczynniki korelacji odnotowano dla gmin miejskich w przypadku związku lokalizacji z organizacją wspólnych imprez (0,63), kultywowaniem tradycji lokalnych (0,61), nawiązywaniem celowych działań z mieszkańcami innych gmin (0,61). Umiarkowana korelacja cechowała lokalizację z zaangażowaniem w życie społeczności lokalnej.

W porównaniu z pozostałymi rodzajami gmin gminy miejskie cechowały korelacje zdecydowanie mocniejsze, w przypadku większej liczby cech odnotowano takie zależności. W gminach miejsko-wiejskich najsilniej z lokalizacją wiązała się dominacja przedsiębiorstw wysokotechnologicznych (0,59) i wdrażanie innowacji (0,54), poziom nauki i techniki (0,54), kapitał inwestycyjny (0,60). Wysoką korelację odnotowano w przypadku lokalizacji i lokalnej przedsiębiorczości (0,67) oraz istniejącego potencjału gospodarczego (0,69). Dla gmin wiejskich najsilniej z lokalizacją była skorelowana zmienna: dominacja drobnej przedsiębiorczości.

Wyłącznie w grupie gmin miejskich odnotowano wysoką korelację z ocenami odnoszącymi się do wykorzystania kapitału kreatywnego. Można stwierdzić, że „stosowanie” kreatywności zwiększa atrakcyjność gminy (0,84), kreatywność ludzi wywołuje w gminie zmiany (0,82) i pozwala rozwijać kapitał ludzki w gminie (0,81). Pozostałe opisy odpowiedzi dotyczące kreatywności w gminach miejskich były również na wysokim poziomie. Tak skorelowane zmienne ponownie potwierdzają, że lokalizacja, w tym wypadku gminy miejskiej, wpły-

wa na rozwój kapitału kreatywnego. Wynika to z wysokich współczynników wskazujących na uwzględnienie kreatywności w rozwoju gmin miejskich, a także jej wpływ w praktyce.

W przypadku zmiennych/cech wpływających na rozwój lokalny najwyższe wartości współczynników korelacji (jednak na poziomie przeciętnym) odnotowano dla umiejętności wykorzystania specjalistycznej wiedzy przez ludzi w gminie w pracy i życiu osobistym (0,41), kreatywności i innowacyjności kapitału ludzkiego danej społeczności lokalnej (0,41), wdrażania innowacji w przedsiębiorstwach w gminie (0,40) i lokalnej przedsiębiorczości (0,40). Potwierdza to, że w przypadku rozwoju lokalnego zależy on od kapitału ludzkiego występującego na danej przestrzeni, wiedzy wykorzystywanej poprzez wdrażanie innowacji, w tym wykorzystania kreatywności w przedsiębiorstwach.

Gminy miejsko-wiejskie cechowały się najsłabszą korelacją zmiennych. Wyjątkiem była dominacja przedsiębiorstw wysokotechnologicznych, której korelacja była umiarkowana.

Większy wpływ odnotowano w przypadku gmin wiejskich, których rozwój lokalny był skorelowany przeciętnie z umiejętnością wykorzystania specjalistycznej wiedzy przez ludzi w gminie w pracy i życiu osobistym (0,45), intensywnością, różnorodnością i jakością działań w gminie (0,41) oraz otwartością przejawiającą się życzliwością dla przyjeżdżających tu ludzi (0,40). Wskazuje to na oparcie się w gminach wiejskich w rozwoju na czynnikach związanych z wiedzą, otwartością i budowaniem różnorodności jako profilu świadczącego o atrakcyjności miejsca.

Wyższe współczynniki korelacji odnotowano dla gmin miejskich w porównaniu do pozostałych gmin. Wysokie zależności między rozwojem lokalnym zauważono w przypadku tożsamości z miejscem, społecznością (0,72), dbałości mieszkańców o wspólne cele, potrzeby (0,70), aktywności społeczności lokalnej (0,69), kultywowania tradycji lokalnych (0,68), zaangażowania w życie społeczności (0,68), nawiązywania celowych działań z mieszkańcami innych gmin (0,65), dominacji przedsiębiorstw wysokotechnologicznych (0,65), organizacji wspólnych imprez (0,63), tempa procesów urbanizacji (0,63), istniejącego potencjału gospodarczego (0,62).

Oznacza to, że wzrost wartości tych determinant powoduje wzrost znajdujący odzwierciedlenie w rozwoju lokalnym. Współwystępowanie tych zależności może też wynikać z pośredniego oddziaływania na rozwój kapitału kreatywnego.

Na poziomie przeciętnym odnotowano wpływ kapitału kreatywnego mierzonego cechą kreatywności tylko w przypadku gmin miejskich. Samo występowanie, „stosowanie” kreatywności zwiększa atrakcyjność gminy na poziomie 0,55, kreatywność pozwala rozwijać kapitał ludzi w gminie na poziomie 0,52, zaś społeczny na poziomie 0,49, determinuje również innowacje – 0,46. Niski

związek o sile 0,36 odnotowano dla dwóch cech: wpływu kreatywności na zmiany w gminie i poprawy sytuacji życiowej ludności.

Z obliczeń zależności korelacyjnych wynika, że zaproponowane w ocenie determinanty są istotne przy poziomie prawdopodobieństwa $p < 0,001$.

7.2. Nowe czynniki aktywizujące kapitał kreatywny

W przypadku dużej liczby powiązanych wewnętrznie wskaźników, którymi w analizie są determinanty wpływające na rozwój lokalny i kapitał kreatywny, związki między nimi mogą wynikać z istnienia jednego lub wielu ukrytych, nieobserwowalnych czynników zwanych czynnikami wspólnymi. Zakłada się, że nie są one skorelowane ze sobą, stąd podobnie jak dla kryteriów talentu, technologii, tolerancji i infrastruktury kultury przeprowadzono analizę czynnikową dla determinant wpływających na rozwój z uwzględnieniem możliwości aktywizacji kapitału kreatywnego.

Tabela 41. Wyniki analizy czynnikowej dla determinant

Zmienna – zasoby czynników wspólnych	Czynnik 1	Czynnik 2	Czynnik 3	Czynnik 4
1	2	3	4	5
Zaspokojenie potrzeb społeczności lokalnej	0,259594	0,298666	0,350379	0,380994
Funkcjonowanie lokalnego rynku dóbr i usług	0,417655	0,157908	0,450211	0,371528
Aktywność społeczności lokalnej	0,529603	0,195656	0,397107	0,192387
Lokalna przedsiębiorczość	0,665501	0,066040	0,273312	0,425318
Zasoby pracy, tendencje zmian na rynku pracy	0,480805	0,035213	0,306390	0,545199
Zmiany dochodów ludności	0,343979	-0,020069	0,223141	0,701999
Migracje ludności	0,137007	0,064364	0,073006	0,780253
Zmiany w poziomie życia	0,235299	0,077304	0,314259	0,734414
Zasoby i walory środowiska naturalnego	0,245420	0,204651	0,452912	0,155622
Tempo procesów urbanizacji	0,512418	-0,034796	0,309237	0,275730
Jakość i stan występującej w gminie infrastruktury	0,582664	0,071032	0,130557	0,371810
Istniejący potencjał gospodarczy	0,776020	0,077051	0,160549	0,322138
Kapitał inwestycyjny	0,808192	0,006480	0,181547	0,203566
Poziom innowacyjności	0,802809	0,123128	0,164577	0,279587
Poziom nauki i techniki (występujące uniwersytety, instytuty, szkoły)	0,769031	0,019894	0,305346	-0,047030

1	2	3	4	5
Występujące na terenie gminy instytucje	0,715806	0,060039	0,298766	0,018445
Nowoczesne technologie	0,760301	0,165076	0,212602	0,163610
Współpraca z innymi gminami	0,511901	0,173215	0,618603	0,029185
Kreatywność i innowacyjność kapitału ludzkiego danej społeczności lokalnej	0,486946	0,117017	0,579505	0,225041
Intensywność, różnorodność i jakość działań w dziedzinie kultury	0,409574	0,024598	0,627498	0,198615
Klimat przedsiębiorczy i twórczy połączone z angażowaniem się obywateli w działalność publiczną	0,518381	0,047883	0,558007	0,265048
Atmosfera społeczna w gminie	0,243803	0,159780	0,805627	0,120344
Stosunki rodzinne, przyjacielskie	0,128444	0,062985	0,777030	0,117889
Sprawność działania władz samorządowych	0,184807	0,190941	0,668635	0,241816
Wpływ kreatywności ludzi na zmiany w gminie	0,077010	0,843055	0,150525	0,003913
Wpływ kreatywność ludzi w gminie na poprawę ich sytuacji życiowej	0,106009	0,843733	0,120979	-0,017721
Wpływ kreatywności na powstawanie innowacji	0,081503	0,837917	0,106883	0,022492
Wpływ kreatywności na rozwój kapitału ludzkiego w gminie	0,035722	0,903411	0,176316	0,073564
Wpływ kreatywności na rozwój kapitału społecznego w gminie	0,036732	0,895732	0,077167	0,106728
Wpływ kreatywności na atrakcyjność gminy	0,053611	0,836061	0,028160	0,080775
Wariancja wyjaśniana	6,707887	4,823835	4,646982	3,202700
Udział	0,223596	0,160795	0,154899	0,106757
Nazwy „nowych” czynników	innowacyjność	kreatywność	kapitał społeczny	zmiany w poziomie życia

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Ujęte w ankiecie opisy determinant (cech, zmiennych) ocenione przez respondentów wskazywały na oddziaływanie danej determinanty na rozwój lokalny, a jednocześnie aktywizację kapitału kreatywnego.

Głównym zastosowaniem czynnikowych technik analitycznych jest redukcja liczby zmiennych oraz wykrywanie struktury w związkach między zmiennymi. Ze względu na znaczną liczbę cech użytych do analizy czynnikowej, w tym stwierdzeń opisujących czynniki o charakterze kontrolnym, w innych py-

taniach kwestionariusza analiza czynnikowa została zastosowana jako metoda redukcji danych (tabela 41).

Ideą analizy czynnikowej jest łączenie skorelowanych zmiennych i „zdefiniowanie przestrzeni”. Nowe „czynniki” opisane przez składowe, ładunki użytych zmiennych są tak konstruowane, aby maksymalizować zmienność, która nie została objęta przez poprzedni czynnik, kolejne czynniki są od siebie niezależne. Innymi słowy, kolejne czynniki są nieskorelowane lub wzajemnie ortogonalne.

Analiza odzwierciedliła cztery względnie niezależne czynniki analizowane w układzie wpływu na rozwój lokalny. Korelacje między zmiennymi a 4 czynnikami (lub „nowymi” zmiennymi), które zostały wyodrębnione domyślnie, zwane są ładunkami czynnikowymi.

Pierwszy czynnik wyróżnia się wysokimi ładunkami czynnikowymi opisującymi innowacyjność. Tworzą go zmienne kapitału inwestycyjnego, poziomu innowacyjności, potencjału gospodarczego, wykorzystania nowych technologii i poziomu nauki. Potwierdza to znane z literatury⁴⁷⁰ i praktyki uwarunkowania oparte na inwestycjach i posiadanym lokalnym potencjale własnym.

Drugi czynnik wyróżnia się wysokimi warunkami czynnikowymi przy zmiennych dotyczących kreatywności. Charakterystyczny jest tu rozwój kapitału ludzkiego bazujący na kreatywności. Równie silne ładunki występują w przypadku oddziaływania kreatywności na kapitał społeczny, atrakcyjność gminy, innowacyjność. Wyróżnienie kreatywności jako czynnika może potwierdzać przyjęte założenia, że występuje ona nie tylko na poziomie globalnym, ale też w przestrzeni lokalnej.

Czynnik trzeci określono jako kapitał społeczny, opisywany jest on bowiem przez atmosferę społeczną i stosunki rodzinne oraz przyjacielskie panujące w gminie. Czynnik czwarty wyznaczyły wysokie ładunki czynnikowe zmiennych: migracji ludności, zmiany w poziomie życia i dochodów ludności. Nazwano ten czynnik „zmiany w poziomie życia”. Poprawa jakości życia jest częstą determinantą zmian migracyjnych za pracą, co ma także charakter dochodowy.

Podsumowując, na rozwój lokalny z uwzględnieniem kapitału kreatywnego wpływają: innowacyjność, kreatywność, kapitał społeczny i zmiany w życiu ludności, w sumie opisujące prawie 65% obserwowanej zmienności. Analiza ta pozwoliła na identyfikację kluczowych (ukrytych) czynników, ustalenie ich hierarchii; im większy procent wariancji wszystkich zmiennych pierwotnych wyjaśnia wyodrębniony czynnik główny, tym większą należy przypisać mu wagę. Można przyjąć, że nowe czynniki aktywizują kapitał kreatywny.

⁴⁷⁰ Zob. J. Zawora, *Ocena zdolności inwestycyjnej gmin Podkarpacia na tle kraju – ujęcie finansowe*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu” 2013, t. 46, nr 1, s. 122.

7.3. Związki ocen czynników z lokalizacją i oceną rozwoju lokalnego

Na podstawie przyjętych z ankiet wartości zmiennych zbudowano modele ekonometryczne lokalizacji i rozwoju lokalnego. Na bazie literatury przedmiotu w kontekście oceny regresji za zmienną zależną przyjęto ocenę lokalizacji gminy. Za pomocą regresji wielorakiej ustalono model, do którego zakwalifikowało się spośród 30 cztery zmienne objaśniające:

- kapitał inwestycyjny (x_1),
- atmosfera społeczna w gminie (x_2),
- jakość i stan występującej w gminie infrastruktury (x_3),
- wpływ kreatywności na zmiany w gminie (x_4).

Model wyjaśnia w 46% zmienność zmiennej objaśnianej; przyjął on postać:

$$y_{1i} = 0,32 + 0,32 x_{1i} + 0,29 x_{2i} + 0,21 x_{3i} + 0,08 x_{4i}.$$

(0,30) (0,07) (0,08) (0,07) (0,04)

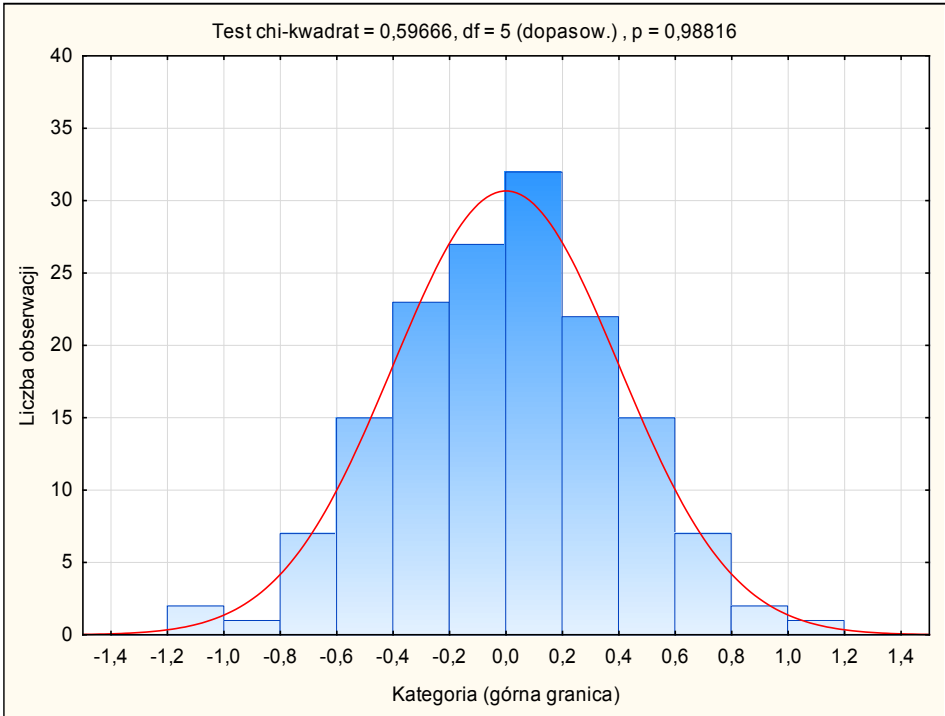
Interpretacja parametrów modelu jest następująca:

- jeśli ocena kapitału inwestycyjnego wzrośnie o jednostkę, to ocena lokalizacji gminy wzrasta średnio o 0,32 punktu,
- jeśli ocena atmosfery społecznej w gminie wzrośnie o jednostkę, to ocena lokalizacji wzrasta średnio o 0,29 punktu,
- jeśli ocena jakości i stan infrastruktury wzrośnie o jednostkę, to ocena lokalizacji gminy wzrasta średnio o 0,21 punktu,
- jeśli ocena wpływu kreatywności na zmiany wzrośnie o jednostkę, to ocena lokalizacji gminy wzrasta średnio o 0,08 punktu.

Model ten wskazuje, że wyznaczone determinanty najlepiej opisują gminę w układzie jej lokalizacji. Czynniki są od siebie niezależne, stąd świadomie wybrano opisywaną sytuację w odniesieniu do lokalizacji. Ujęcie w modelu wpływu kreatywności na zmiany oznacza jej związek przyczynowo-skutkowy z lokalizacją. Stanowi statystyczne potwierdzenie, że kreatywność jest potrzebna w każdej przestrzeni, również lokalnej. Oznacza to, że opis gminy wyróżnionej ze względu na jej lokalizację można zaprezentować poprzez charakterystykę inwestycji, atmosfery społecznej, infrastruktury i kreatywności. Ilościowo ujęte zostały związki pomiędzy wieloma zmiennymi niezależnymi a zmienną zależną.

Stosując ocenę lokalizacji gminy na podstawie tej funkcji, można się mylić średnio o +/-0,40 punktu. Wszystkie parametry modelu mają prawdopodobieństwo testowe mniejsze od przyjętego poziomu 0,05, co oznacza, że są istotne statystycznie.

Następnie sprawdzono za pomocą testu χ^2 (chi-kwadrat), czy reszty modelu mają rozkład normalny.



Wykres 18. Rozkład reszt do modelu z lokalizacją gminy

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Poprawnie skonstruowany model charakteryzuje się rozkładem normalnym składnika resztowego (wykres 18). Dla oszacowanego modelu sprawdzono jego rozkład. Testowano hipotezę zerową (H_0), że rozkład reszt składnika resztowego jest normalny przy założeniu hipotezy alternatywnej (H_1), że reszty nie mają rozkładu normalnego. Badania przeprowadzono na poziomie istotności $\alpha = 0,05$. Z testu wynika, że $p > \alpha$ ($p = 0,98816$), a więc nie ma podstaw do odrzucenia H_0 ; najprawdopodobniej rozkład składnika resztowego jest rozkładem normalnym. Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na ostatni element modelu, który może być potwierdzeniem i wyrazem istnienia potrzeby identyfikacji kreatywności na poziomie lokalnym. Zainteresowanie kreatywnością będzie miało charakter odnoszący się do specyfiki gminy, na poziomie ogólności można jednak określić, że kreatywność występuje w życiu lokalnych społeczności. Potwierdza to również przyjęte założenie, że kapitał kreatywny ma znaczenie w rozwoju lokalnym i w układzie determinant rozwoju; mimo że w małym stopniu zbadano jego siłę oddziaływania na rozwój, nie został on „wyznaczony sztucznie” wbrew niskiej świadomości o jego znaczeniu w rozwoju lokalnym. Stanowi to także wskazanie

do przyjęcia hipotezy głównej określającej, że w jednostce przestrzennej, za jaką uznano gminę, występują warunki determinujące identyfikację i aktywizację kapitału kreatywnego. Wyróżnienie w układzie gmin związku przyczynowego między oceną lokalizacji gminy a czynnikami rozwojowymi, z których jednym jest kreatywność, wskazuje na zidentyfikowanie kapitału kreatywnego jako zjawiska, w którym jest ona wykorzystana. Można zatem przyjąć, że pozostałe zmienne modelu są parametrami aktywizującymi kapitał kreatywny.

Drugi model konstruowano, biorąc pod uwagę wpływ wybranych determinant opisujących kapitał kreatywny na ocenę rozwoju lokalnego. Za zmienną zależną przyjęto ocenę rozwoju gminy (y_{2i}). Za pomocą regresji wielokrotnej oszacowano model, do którego zakwalifikowano również cztery zmienne objaśniające:

- kreatywność i innowacyjność kapitału ludzkiego danej społeczności lokalnej (x_1),
- lokalną przedsiębiorczość (x_2),
- zmiany w poziomie życia (x_3),
- zaspokojenie potrzeb społeczności lokalnej (x_4).

$$y_{2i} = 2,54 + 0,22 x_{1i} + 0,17 x_{2i} - 0,18 x_{3i} + 0,16 x_{4i}.$$

(0,23) (0,06) (0,06) (0,06) (0,05)

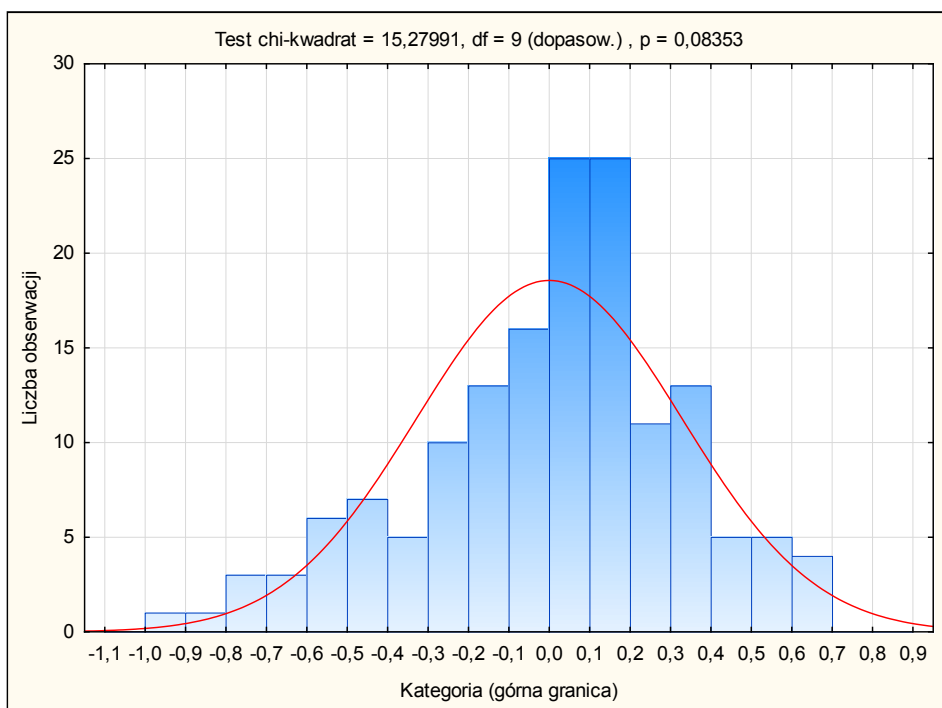
Oznacza to, że:

- jeżeli ocena kreatywność i innowacyjność kapitału ludzkiego danej społeczności lokalnej w gminie wzrośnie o jednostkę, to ocena rozwoju lokalnego wzrasta średnio o 0,22 punktu,
- jeżeli ocena lokalnej przedsiębiorczości wzrośnie o jednostkę, to ocena rozwoju lokalnego wzrasta średnio o 0,17 punktu,
- jeżeli ocena zmiany w poziomie życia wzrośnie o jednostkę, to ocena rozwoju lokalnego zmaleje średnio o 0,18 punktu,
- jeżeli ocena zaspokojenia potrzeb społeczności lokalnej wzrośnie o jednostkę, to ocena rozwoju lokalnego wzrasta średnio o 0,16 punktu.

Wszystkie parametry modelu mają prawdopodobieństwo testowe mniejsze od przyjętego poziomu 0,05, co oznacza, że są istotne statystycznie.

Wyniki te potwierdzają wcześniejsze ustalenia. Na poziomie lokalnym kapitał kreatywny wpływa na rozwój gminy przez lokalną przedsiębiorczość, która mocno wiąże się z innowacyjnością i kreatywnością przedsiębiorców. Aktywność gospodarcza powoduje zaspokojenie potrzeb własnych. To wpływa na zmiany w poziomie życia społeczności lokalnej, zaś zmiany jakościowe są przejawem prezentowanych w literaturze definicji rozwoju. W tym przypadku odnieść je należy do przestrzeni Podkarpacia. Model może zostać wykorzystany w praktyce, w obszarze sposobu przekształcania instrumentów polityki gospodarczej, wyborze narzędzi decyzyjnych, może też ułatwić ocenę rozwoju lokal-

nego. W przypadku gmin Podkarpacia rozwój lokalny z uwzględnieniem rozwoju kapitału kreatywnego wykazuje związek przyczynowo-skutkowy z kreatywnością i innowacyjnością ludzi, przedsiębiorczością, zmianami w poziomie życia i zaspokojeniem potrzeb społeczności lokalnej. Za pomocą parametrów modelu można więc ocenić szanse rozwojowe gmin. Model ma również rozkład normalny (wykres 19).



Wykres 19. Rozkład reszt modelu oceny rozwoju lokalnego

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Na podstawie zbudowanego modelu można stwierdzić, że na ocenę rozwoju wpływa kreatywność i innowacyjność kapitału ludzkiego danej społeczności lokalnej, lokalna przedsiębiorczość, zaspokojenie potrzeb społeczności lokalnej. Natomiast ujemny związek występuje między ocenami rozwoju lokalnego a zmianami w poziomie życia ludności.

Zbadano także, czy istnieje zależność pomiędzy oceną dokonaną przez respondentów, dotyczącą wpływu kapitału kreatywnego na rozwój w gminie, a oceną rozwoju lokalnego. Istotność testu Kruskala-Wallisa ($p = 0,0015^{**}$) jest mniejsza od 0,05. Pozwala to odrzucić hipotezę zerową zakładającą brak związ-

ku pomiędzy wpływem kapitału kreatywnego a rozwojem lokalnym. Przyjmujemy, że zależność ta jest istotna statystycznie, co oznacza istnienie zależności pomiędzy wpływem kapitału kreatywnego (w przypadku respondentów ocenianego jako wpływ kreatywnych, przedsiębiorczych ludzi na rozwój) a oceną rozwoju lokalnego. Wynik testu oznacza, że zmienne są zależne i zachodzi między nimi interakcja. Może to również świadczyć o tym, że w ocenie respondentów kapitał kreatywny występuje w gminach i oddziałuje na rozwój.

Wyniki obliczeń statystycznych zweryfikowano dodatkowo na podstawie odpowiedzi respondentów dotyczących kreatywności. Badanych poproszono o ustosunkowanie się do stwierdzeń, w stosunku do których mieli do wyboru odpowiedzi: 5 – całkowicie się zgadzam, 4 – raczej się zgadzam, 3 – nie mam zdania, 2 – raczej się nie zgadzam, 1 – całkowicie się nie zgadzam (tabela 42). Ze stwierdzeniem, że kreatywność ludzi raczej wywołuje w gminie zmiany, zgodziło się 42,38% respondentów. O 10% mniej zgodziło się całkowicie. Nie miało zdania w tej kwestii 13,25% badanych. Z powyższym twierdzeniem raczej się nie zgodziło 8,39% respondentów, a całkowicie się nie zgodziło 3,97%. Z kolejnym stwierdzeniem, że kreatywność ludzi w gminie najczęściej wpływa na poprawę ich sytuacji życiowej, raczej zgodziło się 45,70% respondentów, zaś 20,09% zgodziło się całkowicie.

Tabela 42. Opinie mieszkańców i urzędników o kreatywności w gminach

Zgodność z podanymi stwierdzeniami	5	4	3	2	1
Kreatywność ludzi wywołuje w gminie zmiany	32,01	42,38	13,25	8,39	3,97
Kreatywność ludzi w gminie najczęściej wpływa na poprawę ich sytuacji życiowej	20,09	45,70	20,53	10,15	3,53
Kreatywność determinuje innowacje	26,93	39,29	22,96	6,84	3,97
Kreatywność pozwala rozwijać kapitał ludzi w gminie	20,09	49,23	17,66	9,93	3,09
Kreatywność pozwala rozwijać kapitał społeczny w gminie	18,32	46,14	23,62	8,61	3,31
„Stosowanie” kreatywności zwiększa atrakcyjność gminy	21,63	42,16	21,85	10,38	3,97

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Związek innowacyjności z kreatywnością został wielokrotnie potwierdzony. Natomiast opinie na temat kreatywności wśród respondentów są różne. Z faktem, że w gminie kreatywność determinuje innowacje, raczej się zgodziło 39,29% respondentów, zaś 26,93% zgodziło się całkowicie. Około połowy badanych raczej zgodziło się ze stwierdzeniem, że kreatywność pozwala rozwijać kapitał ludzki w gminie. Podobny – 46,14% – odsetek respondentów raczej się zgodził, że kreatywność pozwala rozwijać kapitał społeczny w gminie. Z tym, że

„stosowanie” kreatywności zwiększa atrakcyjność gminy, raczej się zgodziło 42,16% respondentów, całkowicie zaś zgodziło się 21,63%. Nie miało zdania odnośnie do tej kwestii 21,85% badanych. Z powyższym twierdzeniem raczej się nie zgodziło 10,38% respondentów (szczególnie w gminach miejskich), a całkowicie się nie zgodziło 3,97%.

Ocena kreatywności ludzkiej w odniesieniu do rozwoju gminy wykazała statystyczną istotność kreatywności jako elementu zmiany. Natomiast zależność tę można określić jako niską – 0,0128 (tabela 43). Najsilniejszą statystycznie istotną zależność odnotowano w przypadku wykorzystania kreatywności w obszarze zwiększania atrakcyjności gminy. Semantycznie opisana kreatywność jest cechą łatwiejszą w ocenie, a jednoznacznie identyfikowaną z kapitałem kreatywnym. Stanowi to również potwierdzenie przyjętych założeń, że kreatywność jest istotna w rozwoju lokalnym i oddziałuje w różnych sferach. Przez analogię z kreatywnością można wskazać na rolę kapitału kreatywnego w rozwoju gmin.

Tabela 43. Zależności między kreatywnością a oceną rozwoju

Odziaływanie kapitału kreatywnego poprzez cechę kreatywności	Zależności
Kreatywność ludzi wywołuje zmiany	0,0128*
Kreatywność ludzi wpływa na poprawę sytuacji życiowej	0,2677
Kreatywność determinuje innowacje	0,0044**
Kreatywność pozwala rozwijać kapitał ludzki w gminie	0,0036**
Kreatywność pozwala rozwijać kapitał społeczny	0,0008***
Wykorzystanie kreatywności zwiększa atrakcyjność gminy	0,0004***

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

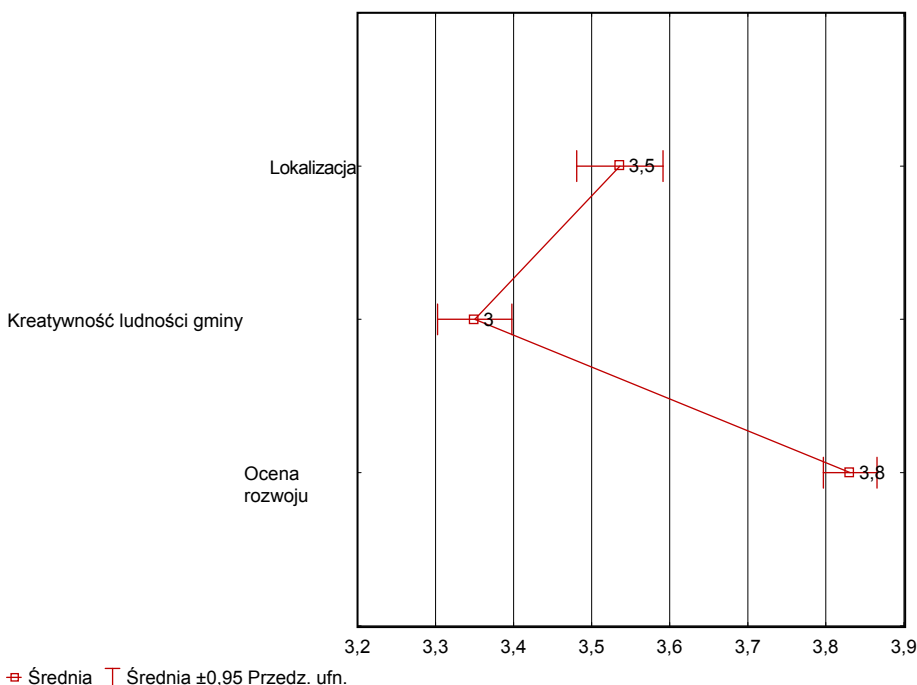
Przy weryfikacji statystycznej należy zaprezentować jeszcze jedną zależność (wykres 20). Analiza testu odnosząca się do związków z oceną lokalizacji jest także istotna statystycznie ($p = 000***$). Istotność zależności wpływu kreatywnych, przedsiębiorczych ludzi jest bardzo wysoko istotna statystycznie z oceną lokalizacji gminy na tle położenia innych gmin. Interesujący jest wynik testu wskazujący na brak zależności statystycznych między wpływem kapitału kreatywnego na rozwój a rodzajem gminy.

Warto też zastanowić się, jakie jest miejsce czynników kształtujących kapitał kreatywny wśród czynników rozwoju. W dokonanej ocenie determinant wpływających na rozwój kapitał kreatywny był charakteryzowany przez cechy go opisujące. Trudno więc jednoznacznie ocenić jego siłę oddziaływania.

Średnia ocena lokalizacji jest wyższa od średniej obliczonej dla czynnika kreatywności ludności, co wskazuje na wyższe znaczenie czynnika lokalizacji

w ocenie respondentów. Stanowi to potwierdzenie hipotezy trzeciej (H 3). Dla respondentów (mieszkańców i urzędników) większy wpływ na rozwój lokalny ma lokalizacja gminy niż kreatywność ludzi mieszkającej na jej terenie.

Lokalne przestrzenie, a właściwie mieszkańcy i władze, mogą korzystać z otwartości miast i przenosić dobre wzorce na swój teren, zaś w celu wykorzystania wiedzy innowacyjnej, maksymalizowania korzyści potrzebny jest kapitał ludzki o zdolnościach kreatywnych. Stąd propaguje się obecność klasy kreatywnej w miastach i budowanie kreatywnego otoczenia determinującego obecność kapitału kreatywnego.



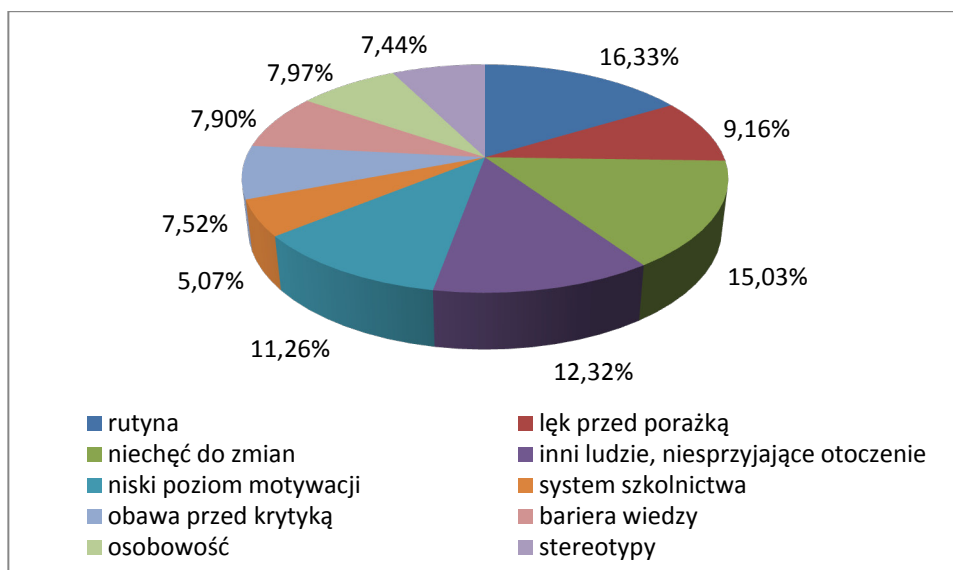
Wykres 20. Ocena siły czynników

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

W wynikach badań kapitał kreatywny jawi się jako determinanta rozwoju. Propozycji takiego zestawienia „kapitał kreatywny–rozwój lokalny” dokonano w przypadku gmin po raz pierwszy. Ponieważ doświadczenia w eksponowaniu kapitału kreatywnego jako determinanty rozwoju na poziomie lokalnym w porównaniu do doświadczeń międzynarodowych są znikome, można stwierdzić, że pozycja kapitału kreatywnego wśród pozostałych czynników w odniesieniu do

rozwoju lokalnego nie jest wysoka. Wynika to ze słabej identyfikacji tego kapitału. Remedium może być postulat promowania kapitału kreatywnego. Kreatywni ludzie lubią przebywać w otoczeniu, które sprzyja ich aktywności, a za takie obszary uznano gminy Podkarpacia.

Kreatywność i rozwój kapitału kreatywnego ograniczają bariery występujące w środowisku. Respondenci, zarówno pracownicy urzędów, jak i mieszkańcy, mogli z katalogu barier wybrać maksymalnie trzy. Na wykresie 21 zaprezentowano zagregowane zestawienie dla wszystkich odpowiedzi.



Wykres 21. Bariery kreatywności

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Największą barierę dla kreatywności stanowi rutyna (16,33%). Czynniki te dominowały w odpowiedziach przedstawicieli urzędów gmin. Ludzie nie lubią, nie chcą zmian, zwłaszcza radykalnych. Niechęć do zmian była drugim czynnikiem wymienionym jako bariera kreatywności (15,03%), tym razem przeważały odpowiedzi mieszkańców. Inni ludzie to bariera wybrana w 12,34% i również dominująca wśród odpowiedzi mieszkańców. Niski poziom motywacji znalazł się na kolejnej pozycji z nieznacznie niższym odsetkiem wskazań, tj. 11,26%. Lęk przed porażką jest jednym z silniej oddziałujących czynników wskazanym przez 9,16% badanych. Obawa przed krytyką, bariera wiedzy, osobowość i stereotypy to cechy, które uzyskały każda po ponad 7% wskazań. Najniżej ocenioną barierą był system szkolnictwa – 5,07%.

Jedną z barier wymienianą przez badaczy również na forum międzynarodowym jest trudność pomiaru kapitału kreatywnego lub brak porównywalności wyników. Jako próbę ich zniwelowania zaproponowano kwestionariusz (aneks – załącznik 1), który może stanowić podstawę oceny⁴⁷¹ rozwoju kreatywności kapitału ludzkiego, a tym samym wyznaczać i mierzyć kapitał kreatywny.

Zazwyczaj, aby móc wypowiadać się na temat jakiegoś zjawiska, oceniający powinien mieć o nim podstawową wiedzę. Wiedza na temat kreatywności pracowników nie jest zasobem łatwo identyfikowalnym. Możliwość, jaką dają testy kreatywności, odnosić się będzie do jednostki, natomiast z punktu widzenia gminy ocena powinna być szersza i obejmować urząd, ale i terytorium gminy. Ze względu na podjęty problem badawczy formularz został opracowany z wykorzystaniem techniki dobrych przykładów⁴⁷².

Formularz ten został zweryfikowany na próbie 100 przedsiębiorstw dobranych w doborze celowym. Były to przedsiębiorstwa zaliczane do sektora kreatywnego z terenu Podkarpacia. Wybór przedsiębiorstw zaliczanych do sektora kreatywnego oparty był na doborze celowym ze względu na przyjęcie w literaturze, że te przedsiębiorstwa wykorzystują cechę kreatywności ludzkiej. Stanowi to także potwierdzenie występowania na terenie Podkarpacia kapitału kreatywnego.

Sam kwestionariusz może być stosowny jako narzędzie uniwersalne i mierzyć zjawisko kapitału kreatywnego w przedsiębiorstwach, być zaadaptowany do oceny w urzędzie gminy czy innej organizacji oraz dla osób ze społeczności lokalnej. Brak cechy danego zjawiska nie oznacza dyskwalifikacji tego narzędzia. Kapitał kreatywny został oceniony w przedsiębiorstwach w 5 wymiarach: charakterystyki ogólnej przedsiębiorstwa, czynnika ludzkiego, produktu/usługi, relacji współpracy, procesu. Poszczególne płaszczyzny były charakteryzowane przez cechy opisujące zjawisko kapitału kreatywnego, uwarunkowań (w tym „3T”) i predyspozycji ludzi do wykorzystywania kreatywności.

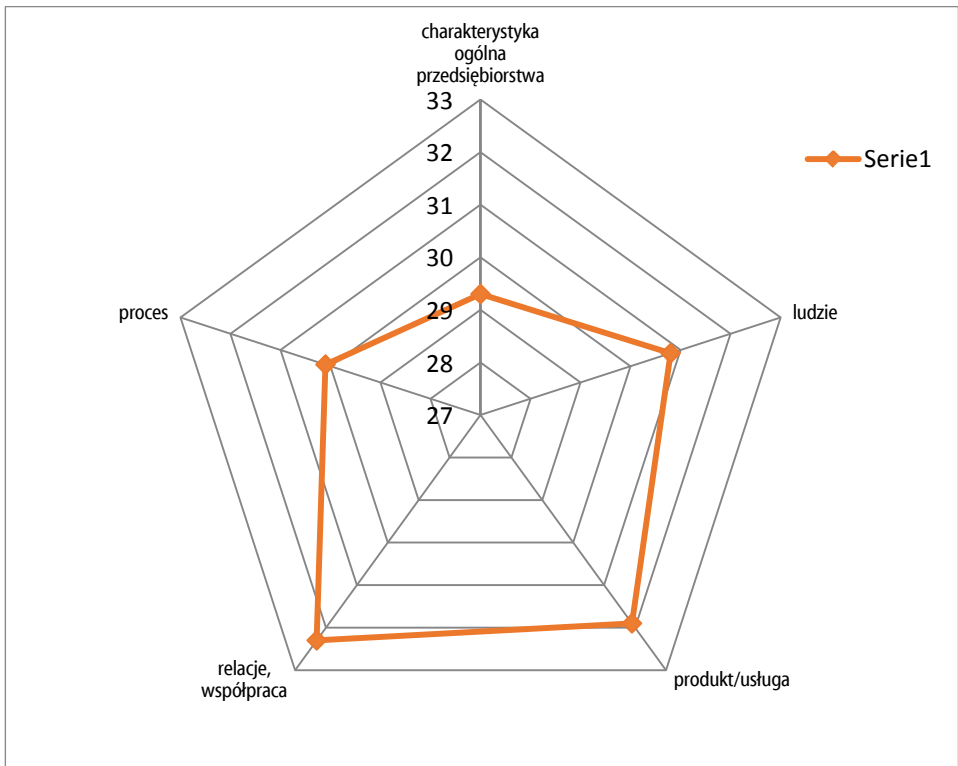
Każda z kategorii zawierała po 10 pytań ocenionych w skali od 0 oznaczającego brak zjawiska do 5 – bardzo duży wpływ zjawiska. Z każdego obszaru maksymalnie można uzyskać 50 punktów, co daje przy 5 płaszczyznach w sumie 250 punktów. Oceny dokonuje się oddzielnie dla każdego kryterium, porównując ze skalą: 40–50 – bardzo dobry, 30–39 – dobry, 20–29 – średni, 10–19

⁴⁷¹ A. Sokół zaproponowała audyt zarządzania twórczością w organizacji. W zakresie strukturalno-organizacyjnym wyróżniono obszary: kulturę i klimat organizacyjny, systemy i strukturę, pracowników, zespoły, technologie IT, proces twórczy, wdrożenie innowacji. Zob. A. Sokół, *Zarządzanie twórczością w organizacji. Koncepcje, metody i narzędzia*, CeDeWu, Warszawa 2015, s. 329–336.

⁴⁷² Por. D. Urlich, W. Brockbank, *Tworzenie wartości przez dział HR*, Wolters Kluwer business, Kraków 2008, s. 37, 45, 54, 64, 130–131.

– niski, 0–9 – bardzo niski wynik. W odniesieniu do wszystkich kryteriów skala była następująca: 200–250 – bardzo dobry, 150–199 – dobry, 100–149 – średni, 50–99 – niski, 0–49 – bardzo niski wynik.

Poszczególne kategorie oddają obraz zaawansowania stanu rozwoju przedsiębiorstwa pod kątem występowania i możliwości wykorzystania kapitału kreatywnego. W pracy nie prezentowano szczegółowo wyników analizy, tylko ocenę końcową w poszczególnych wymiarach, wskazując na aplikacyjną cechę formularza (wykres 22).



Wykres 22. Wynik oceny poziomu kapitału kreatywnego w przedsiębiorstwach sektora kreatywnego

Źródło: opracowanie na podstawie badań własnych.

Z zestawienia wynika, że w poszczególnych 5 płaszczyznach analizowane przedsiębiorstwa znajdują się na poziomie dobrym i średnim. Największe znaczenie ma kapitał kreatywny w procesie produkcji i relacji współpracy. Natomiast wskaźnik syntetyczny osiągnął wartość 154, co oznacza dobry poziom kapitału kreatywnego w badanych podmiotach.

7.4. Budowa koncepcyjnego modelu rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym

Przywołane we wstępie zdanie: „myśl globalnie, a działaj lokalnie” odnoszące się w kontekście problematyki pracy do kreatywności pozwoliło na zwrócenie uwagi i rozważania dotyczące zestawienia tematyki rozwoju lokalnego i kapitału kreatywnego. Kreatywność nie ma granic, występuje zarówno w skali globalnej, jak i lokalnej. Odpowiedź na problem badawczy wiązała się ze studiami literatury i analizą treści dokumentów, z których wynika, że kreatywność jest cechą występującą powszechnie. Umieścić ją można w kapitale kreatywnym rozumianym jako zasób właściwy ludziom, którzy współpracują i funkcjonują w każdym, w tym w nowych warunkach, wykorzystując swoją kreatywność. W granicach tej definicji mieści się klasa kreatywna i wszystkie osoby, które w jakimkolwiek stopniu w swoim życiu, pracy wykorzystują kreatywność. Oznacza to, że osoba niewykorzystująca cechy kreatywności po jej odkryciu może też być zaliczona do kapitału kreatywnego.

Problematyka rozwoju przeniesiona w rozważaniach z poziomu globalnego na lokalny, bazujący na możliwości identyfikacji kapitału kreatywnego, wiązała się z rozpoznaniem bezpośredniego lub pośredniego wpływu kreatywności w teoriach rozwoju.

W koncepcjach teoretycznych przypisuje się znaczenie w rozwoju lokalizacji, technologii, kosztom, ale także talentowi, tolerancji, kapitałowi ludzkiemu, społecznemu, które to czynniki również oddziałują na rozwój lokalny. Analiza aspektów teoretycznych wykazała, że kreatywność występuje najczęściej jako zmienna pośrednia towarzysząca innemu czynnikowi uznanemu w konkretnej koncepcji za dominujący. Korzystając z literatury przedmiotu, zaproponowano podział determinant wpływających na rozwój lokalny, a jednocześnie oddziałujących na aktywizację kapitału kreatywnego.

Zaproponowano również koncepcję kreatywnego systemu gminy jako układu różnych interesariuszy, do których zaliczono: pracowników urzędu gminy, organizacje (przedsiębiorstwa), społeczność zamieszkującą lokalne terytorium.

Rozwój lokalny zachodzący w obrębie gminy wiąże się z aktywnością poszczególnych grup. Taki układ interesariuszy lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego wynika z przyjętego założenia identyfikacji kapitału kreatywnego. System ten nie ma charakteru zamkniętego i mogą dołączyć do tej formacji inni uczestnicy.

W ujęciu teoretycznym uwarunkowania rozwoju lokalnego stanowią zbiór złożony z różnych determinant. Wynika to ze zmienności występującej na poziomie lokalnym i wpływu globalizacji. Są one zależne także od specyfiki gmin. Włączona w nie cecha kreatywności charakterystyczna dla kapitału kreatywnego

pozwoliła na uporządkowanie znanych z dorobku literatury uwarunkowań i weryfikację koncepcji kapitału kreatywnego w praktyce. Zmodyfikowano model Florydy „3T” poprzez przyjęcie zmiennych oceniających adekwatnych dla poziomu lokalnego, co stanowiło próbę wyeliminowania występującej w literaturze krytyki, a także było odpowiedzią na dostępność danych.

Przyjęto cechy/zmienne opisujące kategorie talentu, technologii, tolerancji i infrastruktury kultury, które w trakcie analizy transformowały na inne czynniki opisujące przyjęte założenia na poziomie lokalnym.

Urząd gminy stanowi miejsce, gdzie wśród rutynowych i biurokratycznych zachowań zidentyfikowano pola dla rozwoju kreatywności. Wymaga ona stymulacji wyrażającej się w tworzeniu warunków sprzyjających aktywności pracowników. Kolejny obszar istotny w funkcjonowaniu gminy to jego rola kreująca zachowania kreatywne wśród przedsiębiorców i społeczności lokalnej.

Mieszkańcy gminy są najczęściej odbiorcami działań opartych na kulturze, przez co zidentyfikowano możliwość aktywizacji kapitału kreatywnego.

W odniesieniu do szeroko definiowanego kapitału kreatywnego uznano, że nie stanowią go tylko przedstawiciele klasy kreatywnej, ale przedsiębiorcy prowadzący swoją działalność gospodarczą na terenie gminy. Pomysł na biznes będący przejawem kreatywności rodzi działania przedsiębiorcze w kolejnych etapach rozwoju przedsiębiorstwa. Przedsiębiorcy poszukują rozwiązań problemów, co stanowi pole do rozwoju dla kapitału kreatywnego.

Podstawowy problem badawczy podjęty w pracy sprowadzał się do odpowiedzi na pytanie: czy można aktywizować kapitał kreatywny jako determinantę rozwoju lokalnego? Odpowiedź na to pytanie jest pozytywna, co potwierdzono statystycznie, gdyż w modelu ekonometrycznym jedną z cech opisujących zjawisko rozwoju lokalnego była kreatywność.

Najczęściej kapitał kreatywny występuje na płaszczyźnie gospodarczej w znanym w literaturze i praktyce zjawisku przedsiębiorczości. W sferze społecznej zidentyfikujemy go w obszarze kultury. Są to jednocześnie pola, które można rozwijać i przez które łatwiej jest opisywać zjawisko kreatywności.

Zadane pytanie o możliwość występowania kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym pozwala na pozytywną odpowiedź i stwierdzenie, że podstawowa funkcja kapitału kreatywnego w rozwoju lokalnym ma charakter rozwojowy oparty na dokonywaniu zmiany. W literaturze możemy ją zidentyfikować jako czynnik o charakterze pośrednim. Kreatywność bowiem jako cecha niematerialna nie ma takiego uznania jak np. wiedza, mimo że w procesie kreatywności ta wiedza jest tworzona. Pozycyjność kreatywności wymienianej jako składowa przedsiębiorczości i innowacyjności nie umniejsza jej znaczenia związanego głównie z wpływem na życie ludzkie. Dotyczy to zaspokojenia potrzeb o charakterze poznawczym i samorealizacyjnym.

W praktyce wiele determinant oddziałuje na rozwój lokalny i pośrednio na kapitał kreatywny, co potwierdzają silne zależności korelacyjne. Natomiast z analizy czynnikowej wynika, że zmiennymi latentnymi są: innowacyjność, kreatywność, kapitał społeczny i zmiany w poziomie życia ludności. Są to niezależne czynniki wyznaczone przez cechy je opisujące. Wyznaczenie takich determinant jest efektem redukcji wielu przyjętych do charakterystyki rozwoju cech. Świadczy też o możliwości prowadzenia dalszych analiz z wykorzystaniem czynników głównych, łatwiejszych do analizy i oceny. Determinanty te stanowią jednocześnie uwarunkowania rozwoju lokalnego i kapitału kreatywnego.

Czy lokalizacja gminy wpływa na inne warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego? Jeżeli tak, to który czynnik jest rozstrzygający w rozwoju lokalnym? Lokalizacja jako miejsce, położenie gminy ma znaczenie w rozwoju lokalnym, zaś na ludzi kreatywnych wpływa w obszarze determinant ułatwiających im życie. Środowisko lokalne jest mocno związane z miejscem i w małym stopniu przywiązuje wagę do kreatywności eksponowanej bardziej na poziomie globalnym. Kreatywność i kapitał kreatywny nie zastępują przedsiębiorczości, innowacyjności ani kapitału społecznego, są formą kapitału ludzkiego. Występując wspólnie, uzupełniają się i wskazują na powiązania (powiązania te zostały tylko zasygnalizowane, nie dokonywano ich szczegółowej analizy). Nie oznacza to, że kapitał kreatywny i środowisko kreatywne nie mogą w teorii i praktyce funkcjonować oddzielnie. Budowanie lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego w gminie jest procesem złożonym, otwartym i zmiennym. Rozwój lokalny odbywa się z udziałem różnych uczestników i czynników, nie ma przeciwwskazań, aby za jeden z nich uznać kapitał kreatywny.

Na pytanie, jakie są determinanty rozwoju kapitału kreatywnego i czy determinanty wpływające na rozwój lokalny oddziałują również na rozwój kapitału kreatywnego, należy odpowiedzieć, że uwarunkowania rozwoju lokalnego są różne, co wynika z analizy teoretycznej, ale i weryfikacji dokonanej w praktyce. Nadmienić należy, że wszystkie uwarunkowania, w tym analizowany kapitał kreatywny, są silnie osadzone w teorii. Najistotniejszym czynnikiem determinującym rozwój kapitału kreatywnego jest człowiek. Bez kapitału ludzkiego, którego formą jest kapitał kreatywny, nie można mówić o opisywanym zjawisku.

Podkreślić należy, że lokalizacja gminy wpływa na warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego. Podobnie jak w literaturze w przypadku ocenianych gmin ich położenie, czyli korzystna lokalizacja, jest czynnikiem ważniejszym w porównaniu do innych.

W opracowanym modelu ekonometrycznym ujęty wpływ kreatywności na zmiany wskazuje na fakt poszukiwanego w przyjętej procedurze badawczej kapitału kreatywnego wyznaczonego nie w sposób bezpośredni, a pośredni. W modelu statystycznym potwierdzono związki przyczynowo-skutkowe pomiędzy

czynnikami determinującymi występowanie kapitału kreatywnego a rozwojem. Związki te dotyczyły kreatywności i innowacyjności kapitału ludzkiego, lokalnej przedsiębiorczości oraz zaspokojenia potrzeb i zmian w poziomie życia. Wyznaczenie powyższych zmiennych objaśniających rozwój lokalny wskazuje na występowanie kapitału kreatywnego w rozwoju gmin – nie tylko ze względu na kolejny raz wyróżnioną statystycznie przedsiębiorczość, ale również podaną bezpośrednio cechą kreatywności jako atrybut kapitału ludzkiego. Natomiast podobnie jak w teorii większe znaczenie ma czynnik lokalizacji. Może to mieć związek z rolą, jaką odgrywa kapitał kreatywny. Ma ona bowiem charakter pośredni, głównie odnosi się do zmian, które występują z wykorzystaniem kreatywności.

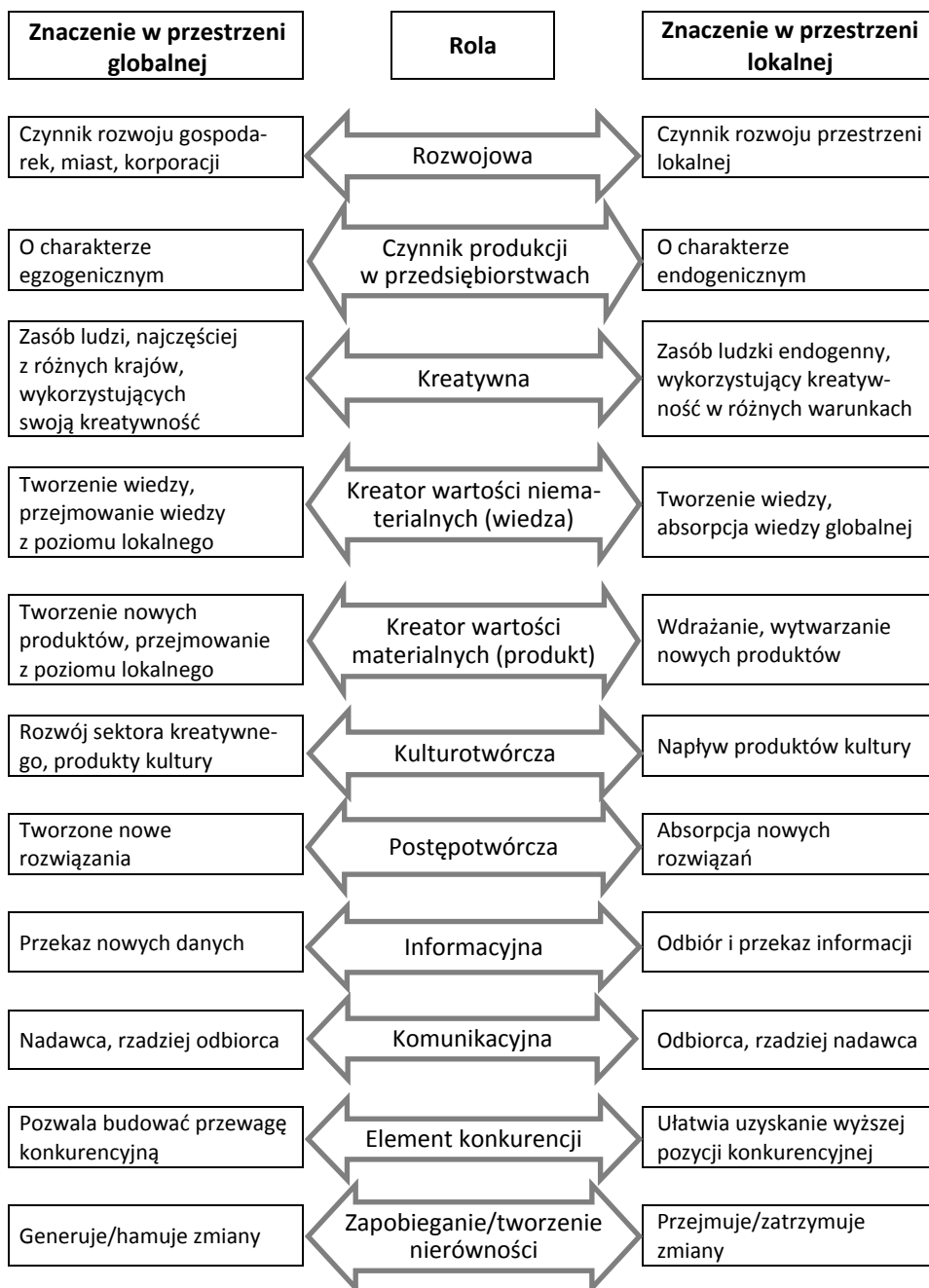
Należy również odpowiedzieć na pytanie: jaka jest rola kapitału kreatywnego w rozwoju gmin? Zasadniczo rola kapitału kreatywnego na poziomie gminy jest podobna jak w przypadku świata (rysunek 32). Różni ją głównie siła oddziaływania. Na poziomie globalnym kapitał kreatywny jest lepiej ustrukturalizowany, o czym świadczą badania klasy kreatywnej i rozwój przemysłów kreatywnych. Na poziomie lokalnym nie identyfikuje się go bezpośrednio, mimo że występuje w działalności przedsiębiorców, innowatorów. Z kreatywnością mamy do czynienia w urzędzie gminy i wśród społeczności lokalnej. Na poziomie globalnym kapitał ten jest najczęściej identyfikowany jako klasa kreatywna, na poziomie lokalnym kryje się w działaniu przedsiębiorcy.

Rola kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym sprowadza się do działań przedsiębiorców, samorządu i całej społeczności lokalnej, co tworzy lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego w gminie (rysunek 33). Wiąże się to najczęściej z rozwiązywaniem problemów i poszukiwaniem nowych rozwiązań.

Analiza literatury i wyniki badań własnych (rysunek 34) pozwoliły na opracowanie koncepcyjnego modelu rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym.

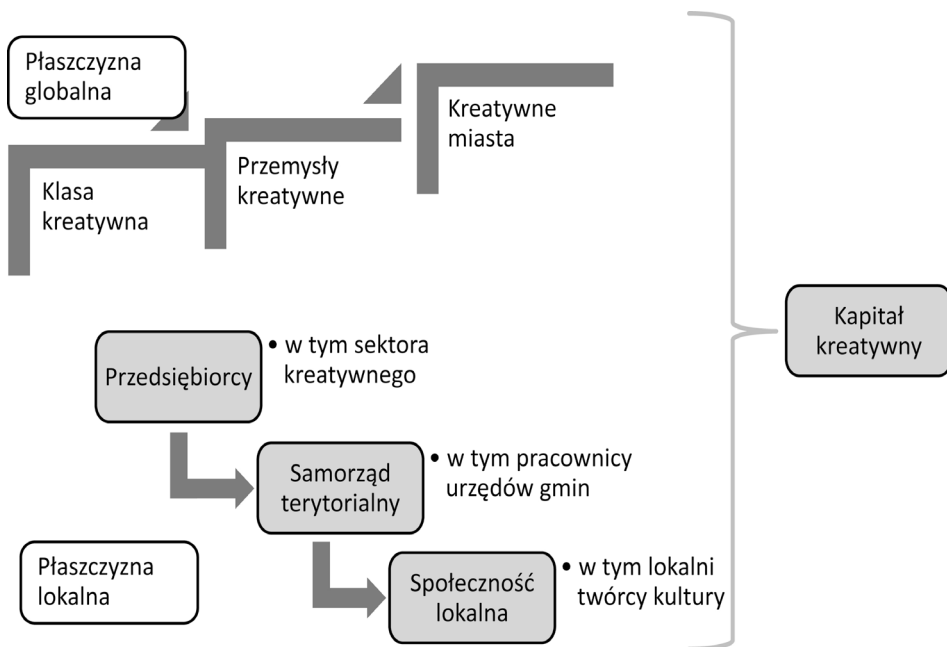
Zasadniczym celem modelu jest rozwój gminy. Dokonuje się on poprzez działania podstawowych uczestników lokalnego systemu kreatywności. Model ten rozbudowano, ujmując wyjściowe kategorie uwarunkowań analizowane w pracy, tzn. talent, technologię i tolerancję. Z poziomu globalnego przenikają one na poziom lokalny poprzez cechy je odwzorowujące, które wykorzystano w badaniach własnych. Natomiast na poziomie lokalnym czynnikami sprawczymi rozwoju kapitału kreatywnego są przedsiębiorczość i kultura, które zostały wygenerowane przez agregację determinant ocenionych przez respondentów. Są to też zmienne, które wpływają na aktywizację kapitału kreatywnego, a jednocześnie na stymulowanie rozwoju lokalnego (rysunek 35).

Kategorie przyczyn w diagramie Ishikawy prezentują najważniejsze czynniki rozwoju kapitału kreatywnego, a zarazem lokalnego (rysunek 36). Zaprezentowane uwarunkowania zidentyfikowano w badaniach własnych.



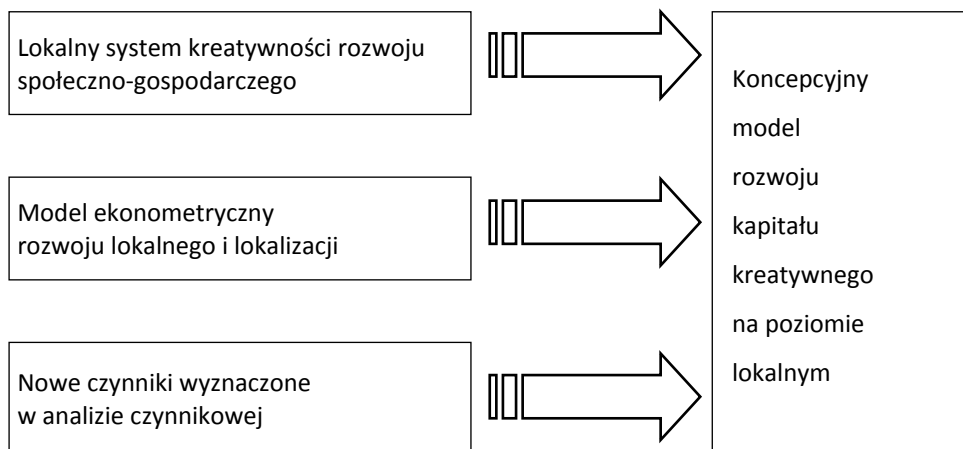
Rysunek 32. Rola kapitału kreatywnego

Źródło: opracowanie własne.



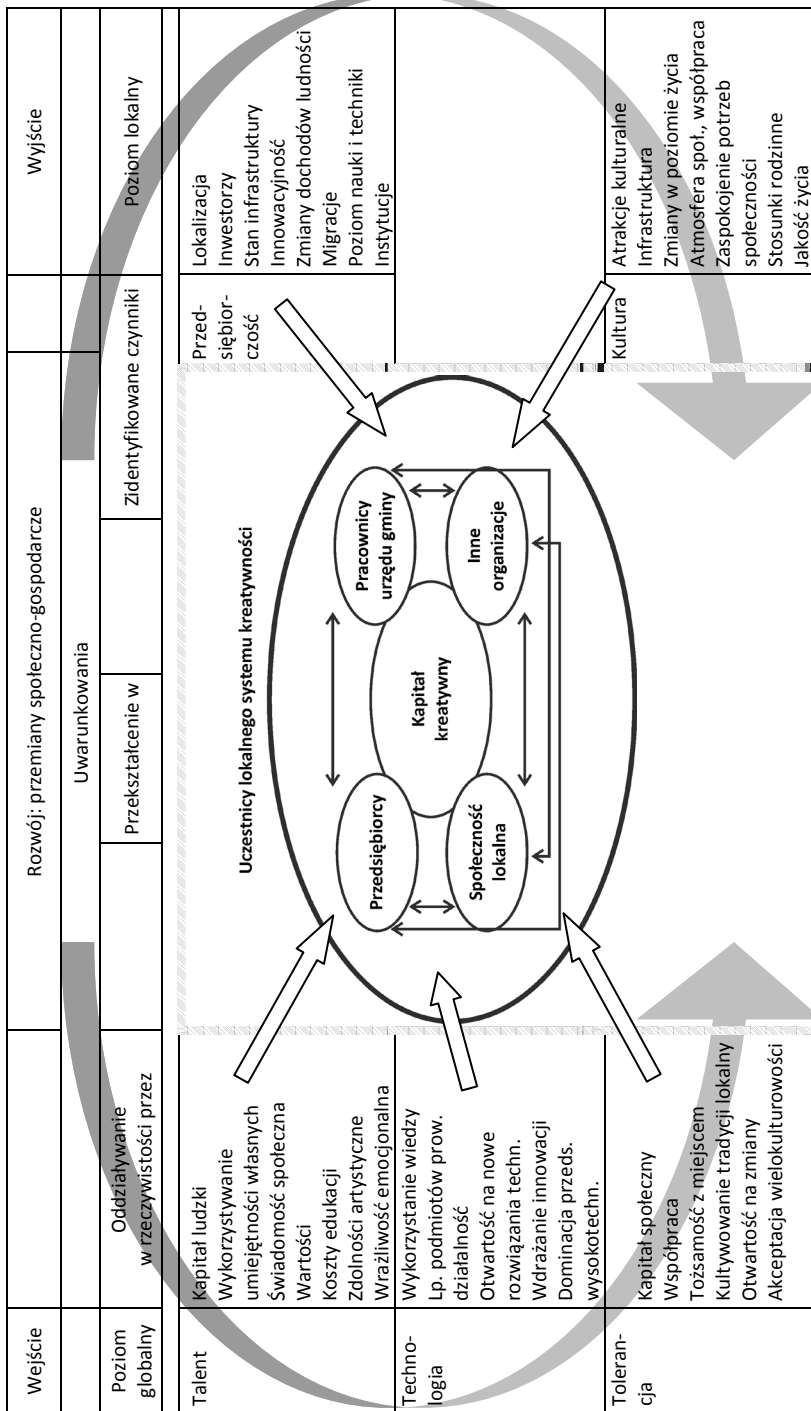
Rysunek 33. Różnice w postrzeganiu kapitału kreatywnego na poziomie globalnym i lokalnym

Źródło: opracowanie własne.



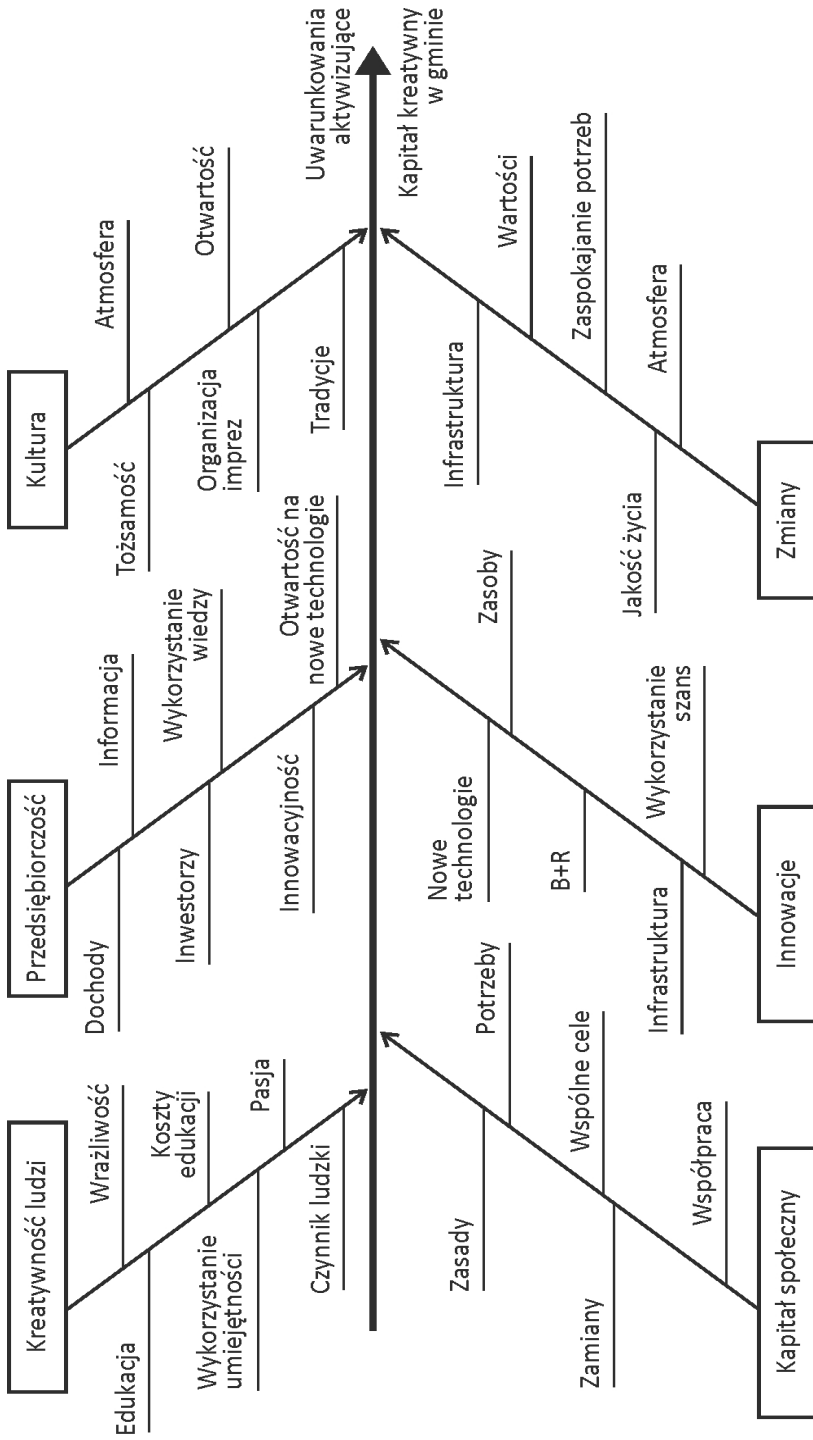
Rysunek 34. Schemat budowy koncepcji modelu rozwoju kapitału kreatywnego w gminie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.



Rysunek 35. Konceptyjny model kapitału kreatywnego i jego oddziaływanie na rozwój gminy

Źródło: opracowanie własne.



Rysunek 36. Wybrane uwarunkowania aktywizujące kapitał kreatywny w gminie

Źródło: opracowanie własne.

Ważne pytanie związane z aktywizacją tego kapitału to nie tylko pytanie o uwarunkowania, w obrębie których może się rozwijać kapitał kreatywny, ale o kierunek działania, aby na poziomie lokalnym kapitał kreatywny aktywizować.

Wydaje się, że mimo wyznaczonej ścieżki teoretycznej, modeli empirycznych i koncepcyjnego można uogólnić rozwój lokalny z uwzględnieniem kapitału kreatywnego (tabela 44). Są to kierunki działania dla poszczególnych uczestników lokalnego systemu kreatywności w gminie. Ponieważ związki między rozwojem lokalnym a determinantami mają charakter przyczynowo-skutkowy, można postulować działania, które wzmocnią siłę czynników sprzyjających, a za taki można uznać kapitał kreatywny.

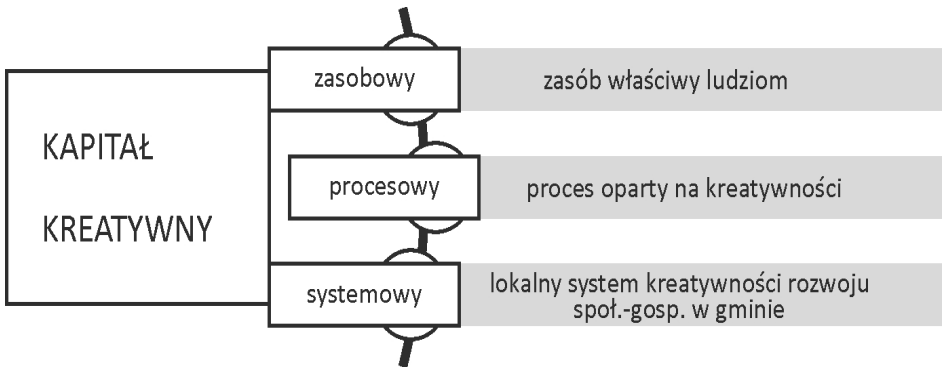
Tabela 44. Matryca wskazań kierunków rozwoju kapitału kreatywnego dla gmin

Matryca rozwoju	Ścieżka rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym				
	Pasywna		Neutralna	Aktywna	
1	2	3	4	5	6
Administracja lokalna (urzędy gmin)	Brak ujęcia w rozwoju urzędu czynnika kreatywności	Niski stopień zainteresowania kreatywnością	Zainteresowanie kreatywnością, posiadanie wiedzy, ale bez aplikacji praktycznej	Zainteresowanie kreatywnością średnie, posiadanie wiedzy i częściowa aplikacja w praktyce	Zainteresowanie kreatywnością duże, posiadanie wiedzy i wykorzystywanie celowe w praktyce
Przedsiębiorstwa	Brak ujęcia w rozwoju przedsiębiorstwa czynnika kreatywności	Niski stopień zainteresowania kreatywnością	Zainteresowanie kreatywnością, posiadanie wiedzy, ale bez aplikacji praktycznej	Zainteresowanie kreatywnością średnie, posiadanie wiedzy i częściowa aplikacja w praktyce	Zainteresowanie kreatywnością duże, posiadanie wiedzy i wykorzystywanie celowe w praktyce
Społeczność lokalna	Brak ujęcia w rozwoju społeczności czynnika kreatywności	Niski stopień zainteresowania kreatywnością	Zainteresowanie kreatywnością, posiadanie wiedzy, ale bez aplikacji praktycznej	Zainteresowanie kreatywnością średnie, posiadanie wiedzy i częściowa aplikacja w praktyce	Zainteresowanie kreatywnością duże, posiadanie wiedzy i wykorzystywanie celowe w praktyce

1	2	3	4	5	6
Inne instytucje i organizacje	Brak ujęcia w rozwoju innych instytucji i organizacji czynnika kreatywności	Niski stopień zainteresowania kreatywnością	Zainteresowanie kreatywnością, posiadanie wiedzy, ale bez aplikacji praktycznej	Zainteresowanie kreatywnością średnie, posiadanie wiedzy i częściowa aplikacja w praktyce	Zainteresowanie kreatywnością duże, posiadanie wiedzy i wykorzystywanie celowe w praktyce

Źródło: opracowanie własne.

Trzy zaproponowane ścieżki rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym to niejedyna propozycja możliwości adaptacji tego kapitału (rysunek 37). Rozwiązaniem będzie traktowanie go jako zasobu, systemu czy procesu. Sposoby te wydają się proste we wdrożeniu ze względu na bogatą literaturę dotyczącą teorii zasobowej, procesowej czy systemowej. Takie rozwiązanie można zaproponować w przypadku przedsiębiorstw i urzędów gmin.

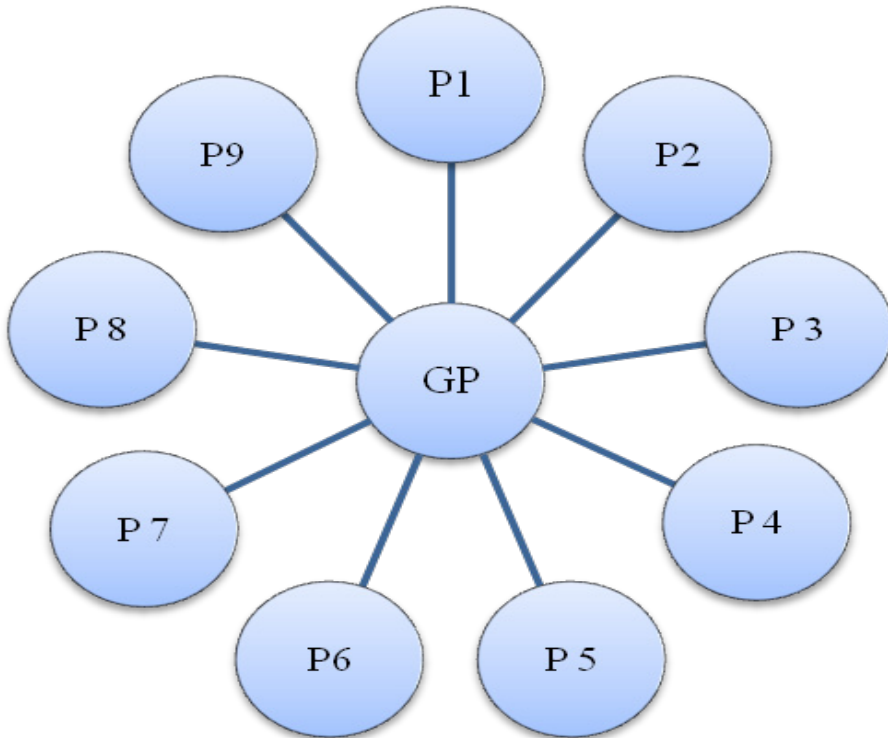


Rysunek 37. Kierunki rozwoju kapitału kreatywnego

Źródło: opracowanie własne.

Ocena różnicowań gmin stanowi ważny element badań regionalnych; wyznaczone różnice między gminami mogą stanowić podstawę do planowania polityki władz gmin. Może to pozwolić na budowanie wspólnej polityki regionalnej względem podobnych grup gmin.

Urząd gminy jako jednostka odpowiedzialna za rozwój lokalny powinna wykorzystać kapitał kreatywny w tym rozwoju. Wynika z tego potrzeba ukierunkowanych działań na zmiany sposobu myślenia i wprowadzanie kreatywności w codziennej pracy jednostek samorządowych. Jest to inny problem, który może być rozwiązywany w kierunkach zaprezentowanych na rysunku 38.



Legenda:

GP – główny problem: jak rozwijać kapitał kreatywny w gminie.

Pomysł 1 – budować ścieżkę kariery pracowników UG z uwzględnieniem kreatywności.

Pomysł 2 – poprawić system oceniania pracowników z wykorzystaniem kreatywności.

Pomysł 3 – stwarzać warunki dla przedsiębiorców w ich działalności do wykorzystywania kreatywności.

Pomysł 4 – uwzględnić w polityce gminy kreatywność jako determinantę rozwoju lokalnego.

Pomysł 5 – aktywizować społeczność lokalną do działań kreatywnych.

Pomysł 6 – podjąć inwestycje sprzyjające rozwojowi infrastruktury kultury.

Pomysł 7 – aktywizować życie społeczności lokalnej w obszarze kultury.

Pomysł 8 – promować atrakcje świadczące o inności, różnorodności gminy.

Pomysł 9

Rysunek 38. Kierunki rozwoju kapitału kreatywnego po stronie urzędu gminy – zmodyfikowana metoda kwiatu lotosu

Źródło: opracowanie własne na podstawie: T. Proctor, *Zarządzanie twórcze*, Gebether i S-ka, Warszawa 1998, s. 190.

Przyjęty w pracy cel odnoszący się do identyfikacji uwarunkowań rozwoju lokalnego wraz z określeniem możliwości rozwoju w oparciu o kapitał kreatywny został zrealizowany.

Analizie poddano kreatywność jako czynnik towarzyszący innym zjawiskom w gminie. Stwierdzono, że można oceniać kapitał kreatywny, wykorzystując katalog różnych uwarunkowań, a także poprzez lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego. Pod tym kątem wyznaczono typy gmin predestynowane ze względu na warunki do rozwoju kapitału kreatywnego (typ A, B, C). Wskazano na lepsze uwarunkowania rozwoju w przypadku gmin miejskich.

Potwierdzono domniemanie, że istotą kapitału kreatywnego jest człowiek – kapitał ludzki, zaś na poziomie lokalnym kapitał ten występuje w działaniach przedsiębiorców, pracowników urzędów gmin, również kreatywni są mieszkańcy. Potwierdzono przyjęte założenie, że kreatywność jest cechą egalitarną, charakterystyczną dla wszystkich ludzi. Jeżeli jest ona przez nich wykorzystana, można ich określić mianem kapitału kreatywnego.

W literaturze z zakresu rozwoju lokalnego w teoriach wskazuje się na różne czynniki rozwoju. Posługując się pojęciem kreatywności, zidentyfikowano ją w różnych teoriach, w których najczęściej związki z rozwojem przestrzennym miały charakter pośredni.

Z badań wynika, że kapitał kreatywny determinują czynniki przedsiębiorczości i kultury. Podobnie jak w literaturze przedmiotu, znaczenie w jego rozwoju i rozwoju gminy ma lokalizacja. Ważne wydaje się aktywizowanie samorządu terytorialnego do budowania lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego w gminie.

W zaproponowanym lokalnym systemie kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego szczególna rola przypada samorządowi lokalnemu. Jest to rola kreatora postaw kreatywnych w gminie. Z doświadczeń przedsiębiorstw również działających na poziomie Podkarpacia wynika, że budowanie kapitału kreatywnego, pobudzanie kreatywności zawsze należy rozpocząć od siebie. Stąd samorząd gminny powinien być inicjatorem rozwijania kreatywności wśród mieszkańców i organizacji. Również pracownicy urzędu gminy powinni rozwijać postawy przedsiębiorcze w swoich organizacjach.

Z analizy wynika, że poszczególne grupy uczestników mają do spełnienia podobne role w rozwoju kapitału kreatywnego (tabela 45).

Tabela 45. Rola poszczególnych uczestników kreatywnego systemu w rozwoju kapitału kreatywnego

Rola	Urząd gminy	Przedsiębiorcy	Społeczność
1	2	3	4
Rozwojowa	v v v	v v v	v v v
Inicjatywna/pobudzająca	v v v	v v v	v

1	2	3	4
Opiniotwórcza	v	vv	vv
Doradcza	v	vvv	v
Informacyjna	v	v	v

v – siła oddziaływania

Źródło: opracowanie własne.

Poddane weryfikacji warunki rozwoju kapitału kreatywnego wskazują na zależność z lokalizacją miejską, wiejską czy miejsko-wiejską. Na Podkarpaciu lepsze warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego mają gminy miejskie. Ta przewaga wynika najczęściej z korzystniejszych warunków obiektywnie opisujących daną jednostkę (przyjęte zmienne ilościowe). W gminach Podkarpacia o charakterze wiejskim zidentyfikowano również potrzebę kreatywności. Warunki, jakie oferują te gminy, są słabsze w porównaniu do ich miejskich odpowiedników, ale nie oznacza to, że kapitał ten nie ma możliwości rozwoju. Rozwój jest zdywersyfikowany w kierunku przedsiębiorczości i kultury.

Założony cel o charakterze poznawczym dotyczący poznania warunków dla rozwoju kapitału kreatywnego w rzeczywistości lokalnej i jego roli został zrealizowany. Zidentyfikowano czynniki aktywizacji kapitału kreatywnego, oceniono jego wpływ na rozwój gminy przy wykorzystaniu kwestionariuszy ankietowych i wywiadów, a także przy użyciu wyników analizy dokumentów pierwotnych oraz pozostałych źródeł i materiałów informacyjnych; ponadto dokonano komparatywnej konfrontacji wyników badań własnych z wybranymi najważniejszymi pozycjami literatury przedmiotu. Podobnie jak cel o charakterze metodologicznym odnoszący się do krytycznej modyfikacji modelu klasy kreatywnej, jego twórczego rozwinięcia oraz wdrożenia do oceny potencjału gmin województwa podkarpackiego. Stworzony autorski model kapitału kreatywnego wskazuje na potencjalne zasoby kapitału kreatywnego oraz możliwości jego aktywizacji dla potrzeb rozwoju lokalnego.

Cel utylitarny związany z dostarczeniem wyników z badań i wniosków dotyczących sposobów aktywizacji kapitału kreatywnego na potrzeby rozwoju gmin i województwa podkarpackiego możliwych do wykorzystania przez władze samorządowe i administracyjne, a także przez animatorów, liderów i organizacje wspierające i/lub realizujące różne kierunki rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego w terenie został zrealizowany.

Zwrócenie uwagi na możliwości wykorzystania kreatywności w urzędach samorządowych jest również implikacją dla innych tego typu jednostek. Natomiast dobrym przykładem są zidentyfikowane gminy miejskie, dla których warunki rozwoju kapitału kreatywnego na Podkarpaciu są najlepsze. Stanowiąc

to może przesłankę o możliwości rozwoju tych gmin na bazie kapitału kreatywnego. Pozostałe gminy Podkarpacia także mogą z tej diagnozy skorzystać. Istnieje możliwość porównania warunków rozwoju kapitału kreatywnego na Podkarpaciu z warunkami innych gmin Polski. Studium przypadku dla gmin Podkarpacia stanowi dobry przykład dla pozostałych gmin w kraju i możliwości ich oceny. Sformułowane narzędzie na bazie wykresu Ishikawy wskazujące na możliwości aktywizacji determinant kapitału kreatywnego ma też charakter uniwersalny.

Postawione w pracy hipotezy badawcze zostały zweryfikowane. Prawdziwa jest hipoteza główna, że w jednostce przestrzennej, za jaką przyjęto gminę, występują warunki determinujące identyfikację i aktywizację kapitału kreatywnego. Wyróżnienie w układzie gmin związków przyczynowych między oceną lokalizacji gminy a czynnikami rozwojowymi, z których jednym jest kreatywność, wskazuje na zidentyfikowanie kapitału kreatywnego jako badanego zjawiska. Pozostałe zmienne modelu mogą zostać uznane za parametry go aktywizujące.

Proces oceny oparty na analizie czynnikowej pozwolił na potwierdzenie hipotezy pierwszej (H 1). Kapitał kreatywny można zidentyfikować i dokonać oceny kapitału kreatywnego, zaś źródłem tego kapitału jest przedsiębiorczość, co nie wyklucza możliwości jego rozpoznania na innych płaszczyznach. Cechy charakteryzujące możliwości rozwoju kapitału kreatywnego pozwoliły na wyróżnienie ukrytych czynników, które stanowią potencjalne źródło kapitału kreatywnego. Potwierdza to zidentyfikowanie tego kapitału poprzez cechy oceniane przez respondentów, jednocześnie wskazuje, że przedsiębiorczość nie jest jedynym źródłem występowania tego kapitału. Zmienne pozwoliły na wskazanie na ukryty czynnik w opinii autorki najtrafniej opisujący kulturę. Dobór zmiennych był warunkowany literaturą i specyfiką gmin, natomiast w przypadku przedsiębiorczości przyjęto założenie, że stanowi ona źródło kapitału kreatywnego. Nie przyjmowano analogicznego założenia w odniesieniu do kultury ze względu na jej społeczny charakter.

Hipotezę drugą (H 2) określającą, że czynniki sprzyjające kreatywności na stanowisku pracy urzędników mają związek z oceną rozwoju ich gminy, zweryfikowano w części. Realizowane zadania, poparcie ze strony kierownictwa, współpracowników, kultura, realizacja celów gminy, komunikacja, motywowanie, kontakty z innymi ludźmi mają związek z oceną rozwoju. Założona hipoteza nie została statystycznie potwierdzona w przypadku kontroli w urzędzie. Badani w swojej ocenie nie dostrzegają związku między rozwojem lokalnym a kontrolą.

Lokalizacja jest czynnikiem wyróżnianym w teorii i ważnym w opinii respondentów. Średnia ocena lokalizacji jest wyższa od średniej obliczonej dla czynnika kreatywności ludności, co wskazuje na wyższe znaczenie czynni-

ka lokalizacji w ocenie respondentów. Stanowi to potwierdzenie hipotezy trzeciej (H 3).

Potwierdzono również zależności hipotezy czwartej (H 4). Przy wykorzystaniu w ocenie metody skupień istnieje związek między rodzajem gminy a jej przynależnością do grupy. Jednocześnie w przestrzeni lokalnej zachodzą koncentracja i dekoncentracja gmin wynikające z ich pozycji w grupach.

Założona hipoteza piąta (H 5): z implikacji teoretycznych wynika, że lepsze warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego mają miasta; w przypadku Podkarpacia przyjęto, że są to gminy miejskie. Cechy ilościowe predestynują gminy miejskie skumulowane w grupie A do rozwoju w oparciu o kapitał kreatywny. W układzie zestawień skupień wyznaczonych ze względu na cechy ilościowe oceny jakościowe pokryły się w przypadku gmin miejskich: Jarosław, Łańcut, Przemyśl, Przeworsk. Można stwierdzić, że te gminy miejskie ze względu na uwarunkowania są liderami rozwoju kapitału kreatywnego.

Mimo trudności przeniesienia teorii na pole praktyki na poziomie lokalnym osiągnięte wyniki pozwalają na sformułowanie pewnych uogólnień:

1. Równoczesne czerpanie z szerokiego dorobku czynników i sił sprawczych rozwoju oznacza w praktyce większy obszar do ich sprawdzenia. Przykład oparcia się na opiniach pracowników gminy i społeczności lokalnej nie zamyka ścieżki weryfikacji dla innowacji, kapitału społecznego, ludzkiego czy samej klasy kreatywnej.
2. Ujęcie w analizie opinii pracowników jednostek samorządu terytorialnego ma przyczynić się do refleksji na temat uwarunkowań i możliwości wykorzystania kreatywności w miejscu pracy. Kreatywne środowisko można zbudować wszędzie, również w urzędzie gminy, mimo że nie sprzyjają temu rutyna i schematy. Natomiast ułatwiają: rozszerzenie zakresu zadań, praca w zespołach zadaniowych, wzbogacenie treści pracy, rozwój własny. Warto podkreślić, że kreatywność to sposób na rozwiązywanie problemów dający satysfakcję w pracy i życiu osobistym. Z badań własnych wynika, że jednostki samorządu terytorialnego mogą oddziaływać na kształt lokalnych uwarunkowań i wspierać kreatywność. W tym obszarze zidentyfikowano kolejną lukę poznawczą dotyczącą instrumentów wsparcia.
3. Istnieją także zależności między rozwojem lokalnym a kapitałem kreatywnym. Z analizy zmiennych opisujących kategorię talentu, technologii i tolerancji wynika, że w warunkach lokalnych zmienne ukryte opisujące je tworzą dwa czynniki: kulturę i przedsiębiorczość, w oparciu o które można rozwijać kapitał kreatywny. W ocenie respondentów ważne są: umiejętność wykorzystania specjalistycznej wiedzy w pracy i życiu osobistym, tożsamość z miejscem i zaangażowanie we współpracę na rzecz społeczności lokalnej.

W przyszłości można poszukiwać i badać zależności w oparciu o szczegółową analizę tych czynników.

4. Rola kapitału kreatywnego w praktyce w rozwoju gmin może być analizowana w obszarze pobudzania kultury i przedsiębiorczości. Potwierdza to przyjęte założenie, że kapitał kreatywny można zaprezentować przez pryzmat przedsiębiorcy, jak również działania innowacyjne. Nie należy jednak wykluczać znaczenia tego kapitału w kierowaniu gminą.
5. Lepsze warunki do rozwoju kapitału kreatywnego mają gminy miejskie na Podkarpaciu. Analiza względna cech ilościowych wskazała zgrupowanie gmin w trzy skupienia, z których najlepszą zdolnością do rozwoju kapitału kreatywnego wykazały się gminy miejskie. Przeciętne warunki do rozwoju kapitału kreatywnego występują w gminach miejsko-wiejskich skupionych w klastrze II. Ze względu na poziom ocenionych wskaźników ich wpływ na rozwój może kształtować się w dowolnym kierunku, co nie wyklucza rozwoju opartego na kapitale kreatywnym. Pozostałe gminy można określić jako potencjalnych pretendentów do budowy lokalnego systemu kreatywności. Sklasyfikowanie tylko części podkarpackich gmin nie oznacza dyskwalifikacji czy ograniczeń wykorzystania kapitału kreatywnego pozostałych, stanowiąc zaś może ramy do poszukiwania typów mieszanych bazujących na przyjętych założeniach.
6. Analiza lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego gminy pozwala na ocenę lokalnych możliwości i podejmowanie działań w tym obszarze, jednak ze względu na skalę problemu zaprezentowano go tylko w małym fragmencie. Nowe warunki do rozwoju tego kapitału wyznaczone spośród różnych uwarunkowań na poziomie lokalnym wskazały, że rozwój ten zależy m.in. od innowacyjności, kreatywności, kapitału społecznego i zmian w życiu ludności.
7. Doświadczenia globalne wskazują na potrzebę pobudzania kreatywności również na poziomie lokalnym. Z analizy wynika, że można ją oprzeć na miejscowych zasobach obejmujących różnych uczestników lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego. W przyjętych założeniach były one konsekwencją działania trzech różnych środowisk: pracowników gminy, mieszkańców i przedsiębiorców. Endogeniczny, odśrodkowy charakter rozwoju może być transformowany na pozostałe podmioty. Autorskie spojrzenie na podjęty problem z uwzględnieniem uwarunkowań teorii klasy kreatywnej wskazuje, że koncepcyjny model rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym pozwala na tworzenie różnych wariantów ze względu np. na uczestników, związki między nimi, siłę wpływu determinant czy instrumenty kreowania rozwoju lokalnego, tempo i kierunki zmian tego rozwoju. Są to jednocześnie pola do dalszych badań.

Uwarunkowania rozwoju lokalnego zależą od różnych czynników, w tym od kapitału kreatywnego i determinant, które na niego wpływają. Generalnie w układzie lokalnym zmienne opisujące czynniki są takie same. Rozróżnienie na czynniki i determinanty w przypadku kapitału kreatywnego spowodowane było teorią „3T”, w ramach której talent, technologia i tolerancja zostały uznane za kategorie warunkujące kapitał kreatywny postrzegany jako czynnik wzrostu gospodarczego. W układzie globalnym podział taki jest leksykalnym wskazaniem na różnice w uwarunkowaniach, które w praktyce ze względu na różne kryteria przybierają raz postać czynników, innym razem determinant, zawsze jednak coś warunkują. W analizie wykazano, że w rozwoju lokalnym i rozwoju kapitału kreatywnego warunkiem istnienia kapitału kreatywnego jest czynnik ludzki. Bez niego i kreatywności nie można mówić o kapitale kreatywnym. Natomiast wszystkie inne cechy tworzą nowe warunki, w których ten kapitał funkcjonuje i rozwija się.

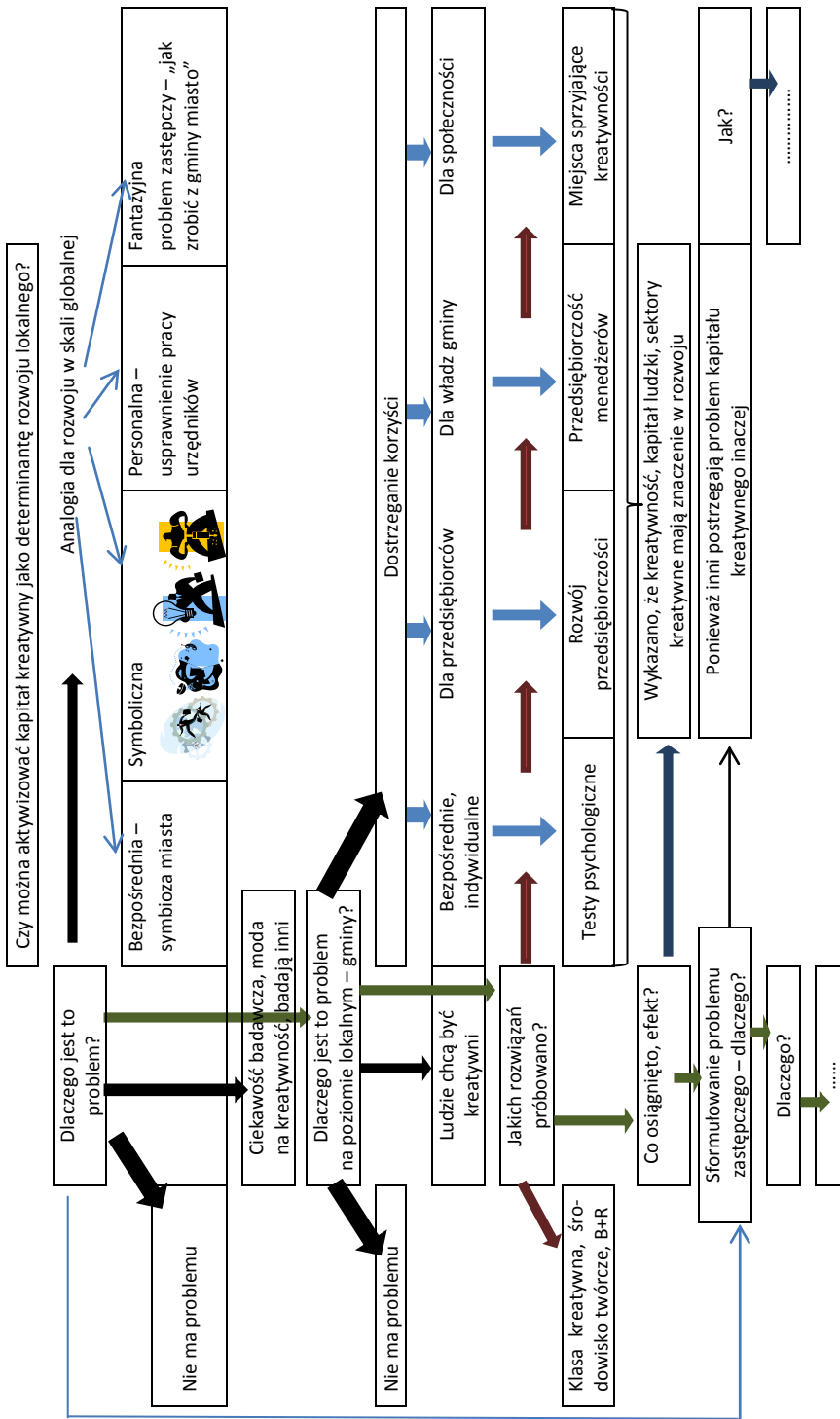
Mimo zaprezentowanych uogólnień odnoszących się do czynników wyznaczonych w analizie czynnikowej należy zaznaczyć, że kapitał kreatywny będący elementem lokalnego systemu kreatywności gminy może oddziaływać na rozwój w zależności od jego wyróżnienia w różny sposób, a wyznaczone czynniki nie mają charakteru stałego.

Uwzględnienie kapitału kreatywnego w rozwoju lokalnym wiąże się z wykorzystaniem kreatywności jako cechy warunkującej aktywność społeczności lokalnych. To bowiem władze gminy, ale i jej mieszkańcy kreują jej rozwój. Rozwój kapitału kreatywnego staje się swoistą wartością wynikającą z posiadanych zasobów, np. infrastruktury kultury, ale i współpracy, co przekłada się na jakość życia społeczności lokalnej.

Zidentyfikowanie kapitału kreatywnego poprzez czynnik kultury i przedsiębiorczości może świadczyć o potwierdzeniu historycznie udowodnionego znaczenia kultury w rozwoju tego kapitału. Jednocześnie potwierdza się teoria J.A. Schumpetera dotycząca twórczej destrukcji wpisanej w działanie przedsiębiorcy, którego można uznać za przedstawiciela kapitału kreatywnego.

Jest to kolejne pole do badań i interpretacji, zwłaszcza że sposób realizacji problemu badawczego przyjęty w pracy może być odmienny, co zaprezentowano na rysunku 39.

Lokalne działania, w których występuje kreatywność, wiążą się z potrzebami jej beneficjentów. Stąd oczekiwania mieszkańców, władz, przedsiębiorców będą warunkować wykorzystanie kreatywności. Wyróżnienie lokalnych uczestników systemu kreatywnego świadczy o zidentyfikowaniu przedstawicieli tego kapitału na poziomie lokalnym. Stanowi to autorskie uzupełnienie endogenicznych czynników rozwoju lokalnego. Wiązała się z nim również weryfikacja założeń oceny klasy kreatywnej na poziomie globalnym. Podjęte rozważania są wstępem do analizy kapitału kreatywnego nie tylko na płaszczyźnie lokalnej, ale



Rysunek 39. Semantyczne rozwiązanie problemu badawczego

Źródło: opracowanie własne.

w grupach poszczególnych interesariuszy. Rozwój jest pojęciem skomplikowanym, stąd należy też zwrócić uwagę na efekty generowane przez kapitał kreatywny, w tym w ujęciu dynamicznym.

Rozwój zależy od trendów ogólnoswiatowych, więc zdanie „myśl globalnie, działaj lokalnie” w przypadku wykorzystania kapitału kreatywnego na poziomie gminy może być przyczynkiem nowego paradygmatu w rozwoju lokalnym.

7.5. Komparatywna konfrontacja wyników badań własnych i obcych w aspekcie uwarunkowań rozwoju kapitału kreatywnego

Zróznicowanie w licznych ujęciach badawczych determinant rozwoju, w tym również kapitału kreatywnego, powoduje, że nie sposób nie podkreślić wątpliwości w przeprowadzonej analizie. Jedną z nich jest trudność porównania wyników badań własnych z uzyskanymi przez innych autorów. Porównanie takie jest możliwe poprzez zastosowane pararel odnoszonych do uzyskanych wyników dla gmin i jednostkowych efektów prac innych autorów.

Podstawowy kontrast w analizie dotyczyć może wykorzystania na poziomie regionalnym miernika liczby osób zaliczanych do zawodów kreatywnych (np. w badaniach K. Klincewicza, M. Podogrodzkiej, K. Wojnar). Ze względu na brak tych danych na poziomie gminy ocena dokonana przez respondentów ma charakter pośredni. Mimo że jest ona względna, świadczy, że również na poziomie lokalnym występuje potrzeba identyfikacji kapitału kreatywnego, podobnie jak na innych płaszczyznach terytorialnych.

Potwierdza to także przyjęte założenie, że kapitał kreatywny ma znaczenie w rozwoju lokalnym i w układzie determinant mimo słabego stopnia rozpoznania oddziaływania jego wpływ przejawia się przez przedsiębiorczość i kulturę.

Podjęta próba implementacji założeń metodyki „3T” została odniesiona do uwarunkowań gmin. Nie liczono syntetycznego wskaźnika kreatywności, jak również indeksów cząstkowych ze względu na brak danych. Przyjmując jednak technologię, tolerancję i talent jako wyznaczniki rozwoju lokalnego, należy potwierdzić, że tak jak na poziomie globalnym, na szczeblu lokalnym także mają one znaczenie w rozwoju i można na ich podstawie zidentyfikować kapitał kreatywny.

W zestawieniu porównawczym należy przywołać zadawane autorce pytanie: po co badać kreatywność czy kapitał kreatywny na poziomie lokalnym? Odpowiedź zależy od potrzeby uczestników życia społeczno-gospodarczego, w tym wypadku gminy. Zdaniem autorki w przypadku przedsiębiorstw i urzędów potrzebne w rozwoju lokalnym są postawy przedsiębiorcze, które ta cecha warun-

kuje. W przypadku tworzenia innowacyjnych rozwiązań bez kreatywności nie ma możliwości ich zaistnienia. W inwestycji kreatywność jest potrzebna, aby rozpoznać poprawnie najlepsze, najnowsze rozwiązanie. W odniesieniu do kultury kreatywność jest podstawą tworzenia produktów kultury. Podobna sytuacja będzie mieć miejsce w przypadku sektora kreatywnego. Tu rodzi się wątpliwość, czy nie łatwiej byłoby badać przedsiębiorczość i innowacyjność niż kreatywność. Z pewnością łatwiej ze względu na dostępną w teorii wiedzę i badania empiryczne. Można poszukiwać kreatywności czy kapitału kreatywnego w przedsiębiorczości i innowacyjności. Warto zastanowić się, ile kreatywności jest obecne w tych działaniach. To kolejny obszar dla realizowania badań. Autorka nie skorzystała z tego rozwiązania, ponieważ podjęła próbę innego spojrzenia na problem badawczy. Fakt, że uzyskane wnioski prowadzą nas do przedsiębiorczości, kultury i innowacyjności, może świadczyć o możliwości weryfikacji w ten sposób założeń badawczych, co nie oznacza negacji podjętego podejścia badawczego.

Kompleksowe połączenie na obszarze gminy interesariuszy/uczestników, za których uznano przedstawicieli urzędów gmin, przedsiębiorców i społeczność lokalną, wpisuje się w teorię rozwoju endogenicznego opartego na myśli Schumpetera, teorię regionów innowacyjnych czy regionów uczących się. W praktyce osiągnięte efekty badawcze wpisywać się będą w teorię kreatywnej przestrzeni Ch. Landry'ego. Uzyskane wyniki na poziomie lokalnym są konwergentne z założeniami tej teorii odnoszonej do miast. Nie oznacza to, że efekty pracy są przeciwstawne do przyjętej wyjściowej koncepcji Florydy. W opinii autorki ze względu na brak możliwości oceny liczebności klasy kreatywnej i PKB na poziomie lokalnym ich stopień porównywalności przesuwają się tylko na wybrane czynniki. Zwłaszcza że uzyskane wyniki mogą zostać opatrzone podobną uwagą krytyczną jak w przypadku wspomnianej teorii, a mianowicie dotyczącą rozmytości założeń i metod pomiaru kapitału kreatywnego (mimo że tego kapitału nie zamierzano badać, został on zweryfikowany z użyciem zaproponowanego kwestionariusza oceny).

Mając tę świadomość będącą jednocześnie ograniczeniem badawczym związanym z bardzo wysokimi kosztami pozyskania replikowanych danych, w opracowaniu dokonano oceny uwarunkowań rozwoju kapitału kreatywnego, wskazując na potrzebę i możliwości jego aktywizacji. Każda przestrzeń ma swoją specyfikę, stąd wyniki się różnią, a czas powoduje, że przyjęte zmienne ulegają zmianie. Wyraźnie jest to widoczne na poziomie globalnym, na którym kreatywność zyskała uznanie. Przenika ona z działań najczęściej przedsiębiorstw (globalnych korporacji) na poziomy niższe. Rozszerzenie wynikające z włączenia w lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego gminy przedsiębiorców pozwoliło na zaproponowanie narzędzia (kwestio-

nariusza możliwości rozwoju kapitału kreatywnego), które może znaleźć uniwersalne zastosowanie również w przypadku urzędów gmin i pozostałych interesariuszy.

Badania kapitału kreatywnego w polskiej rzeczywistości nie mają długiej tradycji. Dotyczą one identyfikacji klasy kreatywnej najczęściej na poziomie województw. Drugi obszar badawczy, także nowy, odnosi się do przemysłów kreatywnych. Wyniki badań uzyskano w niezbyt odległym czasie, stąd rezultaty pracy innych autorów nie zostały powtórzone i zweryfikowane. Trudno więc jednoznacznie je porównywać.

Ujęcie badań w ramy kreatywnego systemu gminy ma związek z odejściem od wąskiego traktowania procesów twórczości i zwróceniem uwagi na twórcę przez pryzmat innych elementów systemu⁴⁷³, do których również jest zaliczona teoria klasy kreatywnej R. Floridy. Z ujęcia systemowego wynikał wniosek całościowego traktowania kreatywności w różnorodnym kontekście i dziedzinach. Należy zwrócić uwagę na kulturowe tło tego podejścia, co mimo braku takich założeń (z wyjątkiem przyjętych do badań ilościowych cech opisujących infrastrukturę kultury) zostało potwierdzone w wynikach badań własnych – w analizie czynnikowej wyodrębniona została zmienna latentna, którą oprócz przedsiębiorczości (przyjętej w założeniach badawczych) była kultura. Zmienna ta została zidentyfikowana w teorii, jednak nie założono jej bezpośredniego pomiaru. Stąd rozpoznana kultura jako źródło występowania kapitału kreatywnego będzie potwierdzeniem ujęć m.in. teorii komponentowej T.M. Amabile zwracającej uwagę na definiowanie kreatywności w kategoriach cech wytworu. To zaś, czy potencjał twórczy zostaje przez jednostkę urzeczywistniony, zależy od zdolności kierunkowych, zdolności twórczych i motywacji wewnętrznej. Tę ostatnią uwagę można odnieść do pracowników urzędów gmin.

Występujące w teoriach rozwoju preferowanie miejsca jako elementu rozwoju zostało potwierdzone w badaniach własnych. Respondenci wyżej cenią sobie położenie gminy – zwłaszcza korzystną lokalizację – niż kreatywność ludzką.

Zgodzić należy się z efektami oceny dokonanej z wykorzystaniem Globalnego Indeksu Kreatywności⁴⁷⁴ opartej na konstrukcji wskaźników technologii, tolerancji i talentu, że miasta stanowią lepszą lokalizacją dla rozwoju, w tym ka-

⁴⁷³ Zob. K.J. Szmidt, *Pedagogika...*, op. cit., s. 182–221.

⁴⁷⁴ Najlepsze centrum kreatywności na świecie to region Austin w USA, w przypadku porównań krajów – Szwecja, Japonia, Finlandia. Polska wśród 45 badanych państw znalazła się na 34. miejscu – źródło: R. Florida, *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, Harper Business, New York 2005; *idem*, *Cities and the Creative Class*, Routledge, New York 2004.

pitalu kreatywnego. Podobnie gminy miejskie uzyskały lepsze wyniki ocen według cech ilościowych i odpowiedzi respondentów.

W świetle krytyki koncepcji Floridy ważne wydaje się przedstawienie wniosków dotyczących terenów wiejskich. Wyniki uzyskane dla gmin wiejskich Podkarpacia mogą być przykładem aktywizacji kapitału kreatywnego na tych obszarach. Stanowi to głos w międzynarodowej dyskusji dotyczącej miejsca usytuowania tego kapitału. Gminy wiejskie przejawiają również zainteresowanie kapitałem kreatywnym. Wyrazem tego jest ich sklasyfikowanie do typu B i C. Walory tych gmin wskazują bardziej na rozwój lokalny z uwzględnieniem kreatywności w przedsiębiorczości. O ich sukcesie przesądzać może również (niepoddany badaniu) potencjał turystyczny traktowany jako atrakcja i walor.

Przyjęte zdanie o myśleniu globalnym, a działaniu lokalnym stanowiło przesłankę do rozważań na temat kapitału kreatywnego, które zostały przeniesione z poziomu krajów na poziom gminy.

Globalizacja, przy całej swej mocy i mutacji, nie będzie zaspokajać oczekiwań wszystkich mieszkańców świata. Rozwój następujący na świecie, w tym związany z globalizacją, spełnia oczekiwania części mieszkańców globu. Wydaje się więc zasadne zwłaszcza na terenach lokalnych, gdzie zmiany zachodzą dzięki zasobom wewnętrznym, tworzenie swoistego antidotum na działania globalne. Zainteresowanie kreatywnością powinno na poziomie lokalnym wynikać z możliwości, jakie daje ona człowiekowi. Również na poziomie lokalnym rozwój bazujący na tej cesze jest możliwy. Można to stwierdzić za pomocą miar pośrednich.

Konfrontacji wyników badań z rezultatami innych autorów dokonano w obszarze uwarunkowań przyjętych w temacie pracy. Uwarunkowania te weryfikowano w odniesieniu do rozwoju i aktywizacji kapitału kreatywnego. Pierwotnie przyjęto porównanie z opracowaniami zawierającymi wyniki o charakterze empirycznym, natomiast w trakcie analizy prac głównie autorów polskich rozszerzono je o efekty o charakterze teoretycznym, przeglądowym. Wynikało to z różnych perspektyw analitycznych tematyki kapitału kreatywnego, co może świadczyć o jej aktualności, jest także argumentem na różnorodność podejść badawczych. W tabeli 46 zestawiono przykłady efektów prac innych autorów z próbą ujęcia w analogiczne grupy wyników badań własnych lub w przypadku braku porównania wskazano na wyniki kontrastowe.

Uzyskane wyniki wskazują, że problematyka kapitału kreatywnego jest ważna i aktualna. Ze względu na poszukiwanie nowych determinant w rozwoju stanowi też szansę na aktywizację ludzi w gminach poprzez uruchomienie ich kreatywności. Wyniki badań własnych są spójne z wynikami innych autorów.

Na rysunku 40 wskazano na efekty uzyskane podczas analizy.

Efekt	Opis
Definicyjny	Zdefiniowanie pojęcia kapitału kreatywnego
Czynnikowy	Podział czynników pod kątem możliwości rozwoju kapitału kreatywnego, wyznaczenie nowych czynników wpływających na aktywizację kapitału kreatywnego
Przestrzenny	Wyznaczenie typów gmin Podkarpacia predestynowanych do rozwoju kapitału kreatywnego
Konstrukcyjny	Lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego gminy
Identyfikacji	Kapitał kreatywny: przedsiębiorcy, urzędnicy, społeczność lokalna, kultura
Potrzeb	Potrzeba zarządzania przedsiębiorczego, potrzeba stymulowania kreatywności
Organizacyjny	Narzędzie do pomiaru kapitału kreatywnego
Statystyczny	Modele lokalizacji i rozwoju lokalnego z uwzględnieniem determinant wpływających na kapitał kreatywny
Konceptyjny	Konceptyjny model rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym

Rysunek 40. Synteza uzyskanych efektów badań

Źródło: opracowanie własne.

W otoczeniu istnieje wiele czynników determinujących rozwój lokalny. Do tej pory nie zrealizowano badań przyjmujących kapitał kreatywny jako determinantę rozwoju lokalnego. Stworzony koncepcyjny model rozwoju kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym pozwala na wypełnienie luki w wiedzy dotyczącej uwarunkowań wpływających na rozwój, a jednocześnie kapitał kreatywny.

Tabela 46. Uwarunkowania rozwoju z uwzględnieniem aktywizacji kapitału kreatywnego
 – wybrane efekty prac naukowych

Obszar tematyczny	Przykłady wniosków z prac autorów zagranicznych	Przykłady efektów z prac autorów polskich	Wyniki badań własnych
1	2	3	4
<p>Teren predestynowany do rozwoju kapitału kreatywnego – obszary miejskie</p>	<p>Miasta jako miejsce rozwoju kapitału kreatywnego⁴⁷⁵.</p>	<p>Miasta⁴⁷⁶ są obszarem przyciągania i akumulacji kapitału kreatywnego⁴⁷⁷. Uwarunkowania tworzenia lokalnego kapitału kreatywnego, np. dzielnicy Wrocławia⁴⁷⁸, Szczecina⁴⁷⁹.</p>	<p>Zgrupowania w skupienia gmin miejskich typ gmin A.</p>
<p>Tereny wiejskie jako miejsca dla rozwoju kapitału kreatywnego</p>	<p>Brak badań dotyczących obszarów wiejskich – to element krytyki teorii Florydy. Wskazanie na potrzebę opracowania skutecznych modeli kreatywności dla obszarów (społeczności) wiejskich. Prezentacja dowodów empirycznych na rzecz wzrostu gospodarczego powiązanego z poprawą jakości życia w regionach wiejskich i wiejskich poprzez restrukturyzację <i>creative class</i> (obszar Kentucky⁴⁸⁰, Sälen w Szwecji⁴⁸¹).</p>	<p>Opinie ludności wiejskiej dotyczące kreatywności na rynku pracy⁴⁸².</p>	<p>Zgrupowania gmin wiejskich typ B, które cechuje wyższy poziom przedsiębiorczości.</p>
<p>Zależności między kategoriami „3T”</p>	<p>Występowanie zależności korelacyjnych między kategoriami „3T” na poziomie regionów, miast⁴⁸³.</p>	<p>Korelacje pomiędzy kategoriami dotyczące województw Polski⁴⁸⁴.</p>	<p>Silne korelacje pomiędzy cechami „3T”.</p>

⁴⁷⁵ R. Florida, *More Losers Than Winners in America's New Economic Geography. The Atlantic Cities*, Place Matters, 2012, <http://www.theatlanticcities.com/jobs-and-economy/2013/01/more-losers-winners-americas-new-economic-geography/4465/#> (8.03.2016); T. Boren, C. Young, *Getting Creative with the 'Creative City'?*, Towards New Perspectives on Creativity in Urban Policy" 2013, vol. 37, issue 5, September, s. 1799–1815; S.D. Cunningham, P.L. Higgs, *Creative Industries Mapping: Where Have We Come From and Where Are We Going?*, „Creative Industries Journal” 2008, no. 1(1), s. 7–30.

⁴⁷⁶ W odniesieniu do miast najczęściej badania obejmują klasę kreatywną liczoną według zawodów.

⁴⁷⁷ A. Kopel, *Klasa kreatywna jako czynnik rozwoju miast*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie i Marketing” 2007, nr 1, s. 51–58; K. Wojnar, *Polska klasa kreatywna*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2016; M. Podogrodzka, *Indeks Floridy „3T” – Talent: pozycja korekty*, w: *Kreatywna gospodarka w mieście i aglomeracji*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2012, s. 65–79; A. Majer, *Odrodzenie...*, *op. cit.*, s. 111.

⁴⁷⁸ M. Pięta-Kamurska, *Budowanie lokalnego kapitału kreatywności w metropolii (na przykładzie Wrocławia Nadodrze)*, „Biblioteka Regionalisty” 2015, nr 13, s. 155–165.

⁴⁷⁹ S. Bąkowska, M. Tomezyk, *Segment i sektor kreatywny w Metropolii Szczecińskiej*, Szczecin 2014, http://inkubatorokultury.szczecin.pl/site_media/uploads/dokumenty/segment_i_sektor_kreatywny.pdf (8.03.2016).

⁴⁸⁰ W. Hatcher, M. Oyer, R. Gallardo, *The Creative Class...*, *op. cit.*, s. 139–159.

⁴⁸¹ M. Thulemark, A. Hauge, *Creativity...*, *op. cit.*, s. 87–105; A. Bjorn, K.H. Hogni, *Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden*, „Economic Geography” 2009, no. 85(4), s. 425–442, http://www.jstor.org/stable/pdf/40377323?seq=1#page_scan_tab_contents (8.03.2016).

⁴⁸² A. Pluta, *Kreatywność zasobów ludzkich w świetle badań empirycznych mieszkańców obszarów wiejskich*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2007, nr 1184, s. 374–382.

⁴⁸³ R. Florida, I. Tingali, *Europe in the Creative Age*, Cengage Mellon Software Industry Center, Pittsburgh 2004; T.M. Gabe, K. Colby, K.P. Bell, *Creative Occupations, County-Level Earnings and the U.S. Rural-Urban Wage Gap*, „Canadian Journal of Regional Science” 2007, no. XXX(3), s. 393–410.

⁴⁸⁴ *Klasa kreatywna w Polsce. Technologia, talent i tolerancja...*, *op. cit.*; M. Podogrodzka, *Klasa kreatywna a kapitał kreatywny – wzajemne powiązania – przykład Polski*, w: *Problemy społeczno-ekonomiczne w relacjach międzynarodowych: analiza modelowa rozwoju regionów*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2014, s. 98–107; *eadem*, *Przeszirmienie zróżnicowanie rozwoju gospodarczego Polski a klasa kreatywna. Sektor kreatywny jako katalizator przemian strukturalnych w regionie*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2014, s. 43–54; *eadem*, *Kapitał...*, *op. cit.*, s. 417–440.

1	2	3	4
<p>„Nowe” czynniki: przedsiębiorczość i kultura, przez które można identyfikować kapitał kreatywny</p>	<p>Nowe formacje firm, wpływ środowiska kreatywnego na rozwój przedsiębiorczości⁴⁸⁵. Kultura i kreatywność jako siły napędowe regionów i gospodarek regionalnych⁴⁸⁶.</p>	<p>Kultura jako czynnik rozwoju gminy⁴⁸⁷. Koncepcja „3T” i kreatywność oparta na kulturze⁴⁸⁸</p>	<p>Następstwo agregacji zmiennych opisujących kategorie talentu, technologii, tolerancji i współpracy.</p>
<p>Czynniki: innowacyjność, kreatywność, kapitał społeczny, zmiany w poziomie życia</p>	<p>Wpływ czynników miękkich w rozwoju klasy kreatywnej⁴⁸⁹. Zależności statystyczne między kapitałem ludzkim, tolerancją, udogodnieniami kulturowymi i dochodem na osobę⁴⁹⁰.</p>	<p>Dobre praktyki w obszarze: kapitał ludzki – kreatywność – kompetencje – talenty⁴⁹¹. Lokalny kapitał społeczny⁴⁹². Dziedzictwo kulturowe miast Podkarpacia⁴⁹³.</p>	<p>Niezależne czynniki warunkujące rozwój lokalny z uwzględnieniem rozwoju kapitału kreatywnego (wyznaczone poprzez połączenie zmiennych opisujących determinanty rozwoju).</p>
<p>Związki lokalizacji i determinant kapitału kreatywnego</p>	<p>Preferencje lokalizacyjne ludzi, np. dzielnicy artystycznej Prenzlauer Berg⁴⁹⁴.</p>	<p>Preferencja rozwoju infrastruktury kulturalnej⁴⁹⁵.</p>	<p>Związek z kapitałem inwestycyjnym, atmosferą społeczną, stanem infrastruktury, wpływem kreatywności ludności na zmiany w gminie.</p>
<p>Zależności rozwoju lokalnego i determinant kapitału kreatywnego</p>	<p>Rola środowiska społecznego i kulturowego w rozwoju przedsiębiorczości, w tym czynników strukturalnych⁴⁹⁶, rewitalizacja małego miasta Scranton z wpływem kapitału społecznego.</p>	<p>Kreatywność i innowacyjność jako filary rozwoju województwa⁴⁹⁷. Rozwój przedsiębiorczości poprzez wiedzę a lokalny rynek pracy⁴⁹⁸.</p>	<p>Związek z kreatywnością i innowacyjnością kapitału ludzkiego, przedsiębiorczością, zmianami w poziomie życia, zaspokojeniem potrzeb lokalnych.</p>

- ⁴⁸⁵ D. Hackler, H. Mayer, *Diversity, Entrepreneurship, and the Urban Environment*, „Journal of Urban Affairs” 2008, vol. 20, issue 3, s. 273–307.
- ⁴⁸⁶ O. Ruokolainen, *Strategic Development of the Regional Cultural Economy: Four Forms of Cultural Capital*, „SENTE Working Papers” 2011, no. 33; R. Boschma, M. Fritsch, *Creative Class...*, *op. cit.*, s. 79–91.
- ⁴⁸⁷ W. Kowalik, M. Matlak, A. Nowak, K. Noworól, Z. Noworól, *Kultura lokalnie. Między uczestnictwem w kulturze a partycypacją w zarządzaniu*, Małopolski Instytut Kultury, Kraków 2011, s. 1–206, <http://badania-w-kulturze.mik.krakow.pl/files/Kultura-lokalnie.pdf> (8.03.2016), zob. życie kulturalne gminy – s. 65 i uczestnictwo w kulturze – s. 94; Ł. Maźnica, *Kultura jako determinanta rozwoju społeczno-gospodarczego*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa” 2014, nr 2, s. 34–45; K. Wraha, *Lokalne strategie kreatywności oparte na sektorze kultury*, w: *Miasta – metropolie – regiony. Nowe orientacje rozwojowe*, red. A. Klasik, A. Kuźnik, A. Kuzniak, Wyd. UE w Katowicach, Katowice 2014, s. 153–170.
- ⁴⁸⁸ A. Raszkowski, *Rola kreatywności w funkcjonowaniu organizacji usługowych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2015, nr 37, s. 23–31.
- ⁴⁸⁹ H. Martin-Berlot, M. Grossetti, D. Eckert, O. Gritsai, Z. Kovacs, *The Spatial Mobility of the Creative Class: A European Perspective*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2010, vol. 34, issue 4, s. 854–870.
- ⁴⁹⁰ P. Guimares, J. Munn, D. Woodward, *Creative Clustering: The Location of Independent Investors*, „Papers in Regional Science” 2015, vol. 94, issue 1, s. 45–65.
- ⁴⁹¹ M. Białasiewicz, *Kreatywność i talent w koncepcji kapitału ludzkiego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2015, nr 39, t. 1, s. 9–21.
- ⁴⁹² K. Miszczak, *Kapitał społeczny, ludzki i kreatywny w rozwoju gospodarczym*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2014, nr 341, s. 182–198.
- ⁴⁹³ M. Murzyn-Kupisz, *Dziedziczo...*, *op. cit.*, s. 212, 220.
- ⁴⁹⁴ S. Van Heerden, M. Bontje, *What About Culture for the Ordinary Workforce? A Study on the Locational Preferences of the Creative Class in Prentzlauer Berg*, „Journal of Urban Affairs” 2014, vol. 36, issue 3, s. 465–481.
- ⁴⁹⁵ A. Bartosiak, *Immowacyjny rozwój regionu – infrastruktura kreatywności*, „Zeszyt Naukowy Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa w Kielcach” 2010, nr 11, s. 9–26.
- ⁴⁹⁶ D. Hackler, H. Mayer, *Diversity...*, *op. cit.*, s. 365–384.
- ⁴⁹⁷ E. Sobczak, *Harmonijność inteligentnego rozwoju województw Polski*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2014, nr 331, s. 158–168.
- ⁴⁹⁸ M. Karpińska-Karwowska, *Kreatywność i przedsiębiorczość mieszkańców miasta i gminy Pisz w świetle badań*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2013, nr 318, s. 188–199.

1	2	3	4
Lokalizacja jako czynnik rozwoju lokalnego i kapitału kreatywnego	Tolerancja jako element różnic między regionami ⁴⁹⁹ . Specyfika miejsca – miasta i ich uwarunkowania nie zawsze sprzyjają klasie kreatywnej ⁵⁰⁰ . Znaczenie koncentracji przestrzennej klastrów kreatywnych ⁵⁰¹ .	Kreatywność staje się ważniejsza od lokalizacji, bogactw naturalnych i dostępu do rynku. Podstawowym zasobem miast są ich mieszkańcy, ludzka inteligencja, pragnienia, motywacje, wyobraźnia ⁵⁰² .	Preferencje przez respondentów czynnika lokalizacji.
Współpraca jako determinant rozwoju kapitału kreatywnego	Kreatywność i partnerstwo (jako forma współpracy) ⁵⁰³ .	Współpraca wielopodmiotowa na rzecz rozwoju miast i wspierania przemysłów kreatywnych ⁵⁰⁴ .	Wskazanie w opiniach respondentów na potrzebę współpracy w różnych formach działań.
Potrzeba identyfikacji i możliwości wykorzystania kreatywności w urzędach gmin	Kreatywność identyfikowana przez wpływ innowacji ⁵⁰⁵ .	Współrządzenie, ale również kreatywne zarządzanie zasobami ⁵⁰⁶ . Dobre praktyki: przedsiębiorczość; konkurencyjność i innowacyjność; kapitał ludzki i rynek pracy; mobilizacja i współpraca; środowisko przyrodnicze ⁵⁰⁷ . Kreatywne rozwiązywanie problemów natury społecznej w administracji publicznej ⁵⁰⁸ . Strategia rozwoju lokalnego jako narzędzie wzmacniania i kształtowania kapitału kreatywnego ⁵⁰⁹ . Wpływ różnych elementów środowiska pracy na kreatywność ⁵¹⁰ . Działania pro jakościowe a instrumenty kreatywności ⁵¹¹ . Przedsiębiorczość ⁵¹² .	Kreatywne rozwiązywanie problemów natury społecznej w administracji publicznej.
Przedsiębiorstwa – oparcie na przedsiębiorczości i posiadanych zasobach ludzkich	Warunki sprzyjające klimatowi kreatywności w organizacji ⁵¹³ .	Kształtowania kreatywnego kapitału ludzkiego, zarówno w makro-, jak i mikroskali, głównie w odniesieniu do pracowników i przyszych pracowników, choć także i do innych kategorii kapitału ludzkiego ⁵¹⁴ .	Identyfikacja zachowań kreatywnych w przedsiębiorstwach.

- ⁴⁹⁹ T. Haisch, Ch. Klopper, *Location Choices of the Creative Class: Does Tolerance Make a Difference*, „Journal of Urban Affairs” 2015, vol. 37, issue 3, s. 233–254.
- ⁵⁰⁰ J. Lepawsky, Ch. Phan, R. Greenwood, *Metropolis on the Margins: Talent Attraction and Retention to the St. John’s City-region*, vol. 54, Issue 3, Fall/Automne 2010, s. 324–346.
- ⁵⁰¹ B. Heebels, I. van Aalst, *Creative Clusters in Berlin: Entrepreneurship and the Quality of Place in Prenzlauer Berg and Kreuzberg*, „Geografiska Annaler” 2010, Series B, „Human Geography”, vol. 92, issue 4, s. 347–363.
- ⁵⁰² K. Peszta, W. Dziemianowicz, *Inteligentne specjalizacje województw – między nadzieją a kolejnym rozczarowaniem*, w: *Dynamika, cele i polityka zintegrowanego rozwoju regionów*, red. W.M. Gaezek, Bogucki, Poznań 2013, s. 269–283.
- ⁵⁰³ V.P. Glaveanu, *Creativity As Cultural Participation*, „Journal for the Theory of Social Behaviour” 2011, vol. 41, issue 1, s. 48–67.
- ⁵⁰⁴ A. Ochojski, *Współpraca, kreatywność i innowacyjność w miastach. Sektor kreatywny jako katalizator przemian strukturalnych w regionie*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2014, s. 102–119.
- ⁵⁰⁵ R. Harisalo, *Diffusion of Innovations in Finnish Municipal Administration*, „Scandinavian Political Studies” 1982, vol. 5, issue 2, s. 169–186.
- ⁵⁰⁶ M. Kudłacz, P. Mazur-Kurach, *Formy zarządzania publicznego w kontekście rozwoju miast w Polsce*, „Zarządzanie Publiczne” 2015, nr 4(34), s. 56.
- ⁵⁰⁷ D. Celińska-Janowicz, K. Peszat, A. Płoszaj, J. Rok, *Inspiracje dla rozwoju lokalnego. Katalog dobrych praktyk z przeglądu międzynarodowego. Trendy plus. Rola samorządu w adaptacji przedsiębiorstw i pracowników do globalnych i regionalnych trendów gospodarczych*, MGG Conferences, Warszawa 2014, http://www.euroreg.uw.edu.pl/dane/web_euroreg_publications_files/5185/katalogdobrychpraktyk.pdf (8.03. 2016).
- ⁵⁰⁸ W. Janasz, K. Janasz, *Restrukturyzacja kreatywna jako nowy paradygmat rozwoju inteligentnej organizacji*, „Studia Oeconomica Posnaniensia” 2016, vol. 4, nr 2, s. 70–88.
- ⁵⁰⁹ A. Raszkowski, *Strategia rozwoju lokalnego jako element procesu kształtowania kapitału ludzkiego*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2015, nr 394, s. 135–143; K. Lipiński, *Formy kreatywności samorządu wiejskiego i ich skuteczność na przykładzie gminy Pyrzyce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2009, nr 29, s. 249–257.
- ⁵¹⁰ J. Lipowska, *Zależności... op. cit.*, s. 23–33.
- ⁵¹¹ M. Chojnacka, *Metody i narzędzia budzenia kreatywności w wybranych polskich urzędach administracji – wyniki badań*, „Współczesne Zarządzanie” 2011, nr 1, s. 81–87.
- ⁵¹² T. Krasnicka, G. Głód, M. Wronka, *Koncepcja przedsiębiorczych władz samorządu terytorialnego szczebla podstawowego*, w: *Przedsiębiorczość w sektorze publicznym. Wybrane zagadnienia i wyniki badań*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2011, s. 61–86; Z. Olesiński, *Rola gmin w kreowaniu lokalnej przedsiębiorczości w gminie*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2010, nr 109, s. 58–69; T. Skica, *Instrumenty wspierania przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny (na przykładzie woj. podkarpackiego)*, „Samorząd Terytorialny” 2008, nr 1–2, s. 43–62.
- ⁵¹³ S. Isaksen, H.J. Akkermans, *The Journal of Creative Behavior* 2011, vol. 45, issues 3, s. 161–187.
- ⁵¹⁴ *Kształtowanie kreatywnego... , op. cit.*, s. 11.

1	2	3	4
Przemysły kreatywne jako źródło kreatywności	Korzyści z działalności przemysłów kreatywnych ⁵¹⁸ .	Pozyскиwanie pracowników kreatywnych w organizacjach ⁵¹⁵ . Budowanie postaw kreatywności i innowacyjności w organizacjach ⁵¹⁶ . Wpływ innowacyjności, kreatywności na wyniki przedsiębiorstw ⁵¹⁷ .	Weryfikacja kwestionariusza rozwoju kapitału kreatywnego.
Inne czynniki związane z kapitałem kreatywnym lub kreatywnością	Turystyka ⁵²¹ .	Badania możliwości rozwoju sektorów kreatywnych w miastach jako grupy przedsiębiorstw zatrudniających kapitał kreatywny ⁵¹⁹ i efekty jego oddziaływania ⁵²⁰ . Turystyka i atrakcje turystyczne ⁵²² . Innowacje społeczne ⁵²³ .	Jakość życia.

Źródło: opracowanie własne.

⁵¹⁵ P. Mizera-Pęczek, Błędy w procesie selekcji pracowników kreatywnych, „Marketing i Rynek” 2016, nr 3 (CD), s. 631–639; M. Król, *Oczekiwania pracodawców wobec kreatywności pracowników*, „Organizacja i Zarządzanie” 2013, nr 1(21), s. 19–30; M. Kosala, *Rozwijanie kreatywności jako fundament innowacyjności*, „Horyzonty Polityki” 2013, vol. 4, nr 6, s. 95–114; A. Pietron-Pyszczek, *Rozwój własnej kreatywności osób wchodzących na rynek pracy – wyniki badań empirycznych*, „Zarządzanie i Finance” 2013, nr 4, cz. 2, s. 309–319; M. Makowiec, *Czynniki wpływające na kreatywność i zaangażowanie pracowników generacji Y*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu” 2011, nr 172, s. 108–117.

⁵¹⁶ Zob. M. Smolarek, J. Dziendziara, A. Piontek, *Kreatywność i innowacyjność w budowaniu postaw organizacji na przykładzie policji*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie” 2016, nr 2, s. 447–459; B. Poskrobko, *Kreatywność pracowników jako narzędzie kształtowania zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2015, nr 376, s. 50–63; M. Król, *Kreatywność w miejscu pracy*, „World Journal of Theoretical and Applied Sciences” 2015, no. 2(3), s. 32–42; R. Knosala, *Kreatywność zaawansowana jako warunek konieczny w procesach innowacyjnych*, „Zarządzanie Przedsiębiorstwem” 2015, nr 1, s. 33–38.

⁵¹⁷ M. Brzeziński, K. Czop, A. Leszczyńska, *Badania wpływu kreatywności i innowacyjności na rozwój przedsiębiorstwa*, „Współczesna Ekonomia” 2009, vol. 3, no. 3, s. 25–35.

⁵¹⁸ T. Vorley, O. Mound, H. Lawton-Smith, *Introduction to Geographical Economics of Creativity, Enterprise and the Creative Industries*, „Geografiska Annaler” 2008, Series B, „Human Geography”, vol. 90, issue 2, June, s. 101–106.

⁵¹⁹ Badania dotyczące sektorów kreatywnych miast opisano m.in. w: M. Mackiewicz, B. Michorowska, A. Sliwka, *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych. Raport końcowy*, Ministerstwo Gospodarki–Ecorys, Warszawa 2009; P. Pożycka, *Łódź – miasto kreatywne. Badanie potencjału kreatywnego Łodzi na tle wybranych miast Polski*, Łódź 2012, http://nck.pl/media/study/analiza_potrzeb_i_rozwoju_przemyslow_kreatywnych.pdf (8.06.2014); R. Drodzowski, A. Zakrzewska, K. Puchalska, M. Morechat, D. Mroczkowska, *Wspieranie postaw proinnowacyjnych... op. cit.*, s. 1–160; M. Męczyński, B. Konecka-Szydłowska, J. Gadziński, *Poziom rozwoju społeczno-gospodarczego i klasyfikacja miast w Wielkopolsce*, Wyd. UAM, Poznań 2010, s. 1–69; *Analiza potencjalnych sektorów... op. cit.*; M. Dutkowski, *Zmiany funkcji i tendencji rozwojowych miast Polski Północno-Zachodniej ze szczególnym uwzględnieniem roli Szczecina*, w: *Eksperytyzy do koncepcji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2008–2033*, t. 1, red. K. Saganowski, M. Zagrzejska-Fiedorowicz, P. Żuber, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2008, s. 151–215; *Kreatywny łańcuch. Powiązania sektora kultury i kreatywnego w Polsce*, red. S. Szulitka, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego–Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2014, www.ibnigr.pl (8.03.2016); *Nowoczesne miasto. Badania, instrumenty, analizy*, red. Z. Przygodzki, M. Sokołowicz, Wyd. UL, Łódź 2008, s. 1–268; *Analiza potencjału rozwojowego funkcji metropolitalnych obszarów aglomeracji miejskich województwa śląskiego, będących ośrodkami wzrostu gospodarczego województwa śląskiego w kontekście procesów zachodzących na regionalnym rynku pracy – kultura i przemysły kreatywne. Raport końcowy*, IBS, Warszawa 2012, s. 1–198; B. Namysłak, *Zróżnicowanie poziomu rozwoju sektora kultury w miastach wojewódzkich w Polsce*, „Prace Geograficzne” 2013, z. 134; T. Słaby, *Analiza statystyczna rozkładów cech determinujących rozwój sektora kreatywnego w powiatach. Polska (na podstawie danych 2009–2012)*, opracowanie na potrzeby projektu Obserwatorium Przemysłów Kreatywnych, http://ekonomiawkulturze.pl/res/006-analiza_danych_OPK.pdf (8.03.2016); M. Grochowski, S. Dudek-Mańkowska, M. Fuhrman, T. Zegar, *Sektor kreatywny w województwach pomorskim i kujawsko-pomorskim. Raport z badań*, Sieć Kreatywnego Biznesu, Gdańsk 2012, s. 1–86; T. Stryjakiewicz, K. Stachowiak, *Sektor kreatywny... op. cit.*, s. 1–137.

⁵²⁰ R. Kasprzak, *Przemysły kreatywne w Polsce. Uwarunkowania i perspektywy*, Kamon Consulting, Warszawa 2013, s. 144.

⁵²¹ M. Thulemark, A. Hauge, *Creativity... op. cit.*

⁵²² J. Kaczmarek, *Kreatywność turystyki vs. turystyka kreatywna – wstęp do dyskusji*, „Turystyka Kulturowa” 2015, nr 7, s. 54–76; E. Wszendybył-Skulska, *The Role of Creativity in Development of Innovation in Tourism*, „Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)” 2013, vol. 9, no. 1, s. 5–15.

⁵²³ L. Knop, M. Szczepaniak, S. Olko, *Innowacje społeczne w kreatywnej Europie w perspektywie strategii Europa 2020*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie” 2014, z. 73, s. 239–253; I. Jędrzejczyk, *Turystyka jako element integracji ekonomicznej i kulturowej*, w: *Turystyka w Polsce w warunkach integracji europejskiej i globalizacji rynku światowego*, red. I. Jędrzejczyk, W. Mynarski, Wyd. AWF, Katowice 2013.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Temat uwarunkowań i możliwości aktywizacji kapitału kreatywnego jako determinanty rozwoju lokalnego na przykładzie gmin województwa podkarpackiego ujęty w tytule niniejszej rozprawy i w zakresie nakreślonym w jej założeniach metodologicznych został wyczerpany.

Osiągnięto sformułowane na początku pracy cele, w tym:

- cel poznawczy i teoriopoznawczy, bowiem zidentyfikowano czynniki aktywizacji kapitału kreatywnego, oceniono jego wpływ na rozwój gminy przy wykorzystaniu kwestionariuszy ankietowych, a także przy użyciu wyników analizy dokumentów pierwotnych oraz pozostałych źródeł i materiałów informacyjnych; poznano również rolę kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym; ponadto dokonano komparatywnej konfrontacji otrzymanych wyników z wybranymi najważniejszymi pozycjami literatury przedmiotu,
- cel metodologiczny, bowiem dokonano krytycznej modyfikacji modelu klasy kreatywnej i tym samym w dostosowaniu do poziomu lokalnego stworzono nowy autorski model kapitału kreatywnego jako czynnika rozwoju lokalnego,
- cel aplikacyjny, bowiem wdrożono opracowane narzędzie, jakim jest ww. model do identyfikacji czynników aktywizacji kapitału kreatywnego i do oceny potencjału rozwojowego gmin województwa podkarpackiego; zebrano i opracowano wyniki badań, a także sformułowano i zestawiono wnioski możliwe do wykorzystania przez władze samorządowe, administracyjne, przez biznes i inne podmioty w kwestii aktywizacji kapitału kreatywnego na potrzeby rozwoju.

Rozwiązano podstawowy problem badawczy poprzez potwierdzenie hipotezy głównej, że w gminach istnieją warunki do aktywizacji kapitału kreatywnego na potrzeby rozwoju lokalnego.

Problem badawczy rozwiązano dzięki wynikom analizy przeprowadzonej na poziomie lokalnym. Korzystając z metody studium przypadku, analizą objęto województwo podkarpackie, a szczególnie jego lokalnych przedstawicieli w przestrzeni terytorialnej, czyli gminy. Oceniając uwarunkowania „3T”, dokonano modyfikacji zmiennych opisujących te kategorie adekwatnie do dostępnych danych, mając również na celu eliminację krytycznych uwag odnoszonych

do założeń teorii Floridy. Taki zabieg był także spowodowany specyfiką warunków lokalnych i założeniem, że nie można bezkrytycznie przenosić z literatury amerykańskiej ustaleń metodycznych na grunt polski, w tym zwłaszcza na poziom lokalny, ze względu na wiele występujących różnic.

Zróznicowanie lokalne jest tak duże, że należy poszukiwać uwarunkowań rozwoju lokalnego w oparciu o potencjał endogeny, w tym kapitał kreatywny. Nie oznacza to zdaniem autorki zamknięcia się na czynniki zewnętrzne, gdyż transformacja technologii, talentu i tolerancji nastąpiła ze względu na ich implementację ze skali globalnej.

Na podstawie wyników badań sformułowano szereg ważnych wniosków poznawczych, metodologicznych i aplikacyjnych, które przedstawione zostały poniżej.

Kreatywność jest cechą eksponowaną w XXI w. w różnych sferach życia społeczno-gospodarczego. Koncepcje kreatywności rozwijane były wcześniej i wykorzystywane na polu różnych nauk. W naukach ekonomicznych kategoria naukowa kreatywności jest obecna i rozumiana jako główna składowa kapitału kreatywnego, który w wąskim ujęciu można zdefiniować poprzez zawody zaliczane do tzw. klasy kreatywnej. Znaczenie tej klasy rozpowszechnił R. Florida, podkreślając jej wpływ na rozwój gospodarczy. Kreatywne jednostki występują nie tylko na poziomie globalnym, ale również na poziomie lokalnym. Pozwala to na rozszerzenie definicji kapitału kreatywnego i określenie go jako zasobu właściwego ludziom, którzy współpracują i funkcjonują w każdym, w tym w nowych warunkach, wykorzystując swoją kreatywność. Na rozwój wąsko rozumianego kapitału kreatywnego wpływ miały modelowo ujęte talent, tolerancja i technologia, określane jako „3T”. W miejscu, w którym te czynniki występują, rozwija się klasa kreatywna. Najczęściej zachodzi to w przestrzeni miasta. Pomiar kapitału kreatywnego przez pryzmat klasy kreatywnej i „3T” nierzadko jest utrudniony przez przyjęte w modelu parametry odnoszące się najczęściej do poziomu globalnego. W układzie lokalnym konieczna jest modyfikacja zmiennych użytych w ocenie uwarunkowań „3T”.

W pracy dokonano identyfikacji uwarunkowań **rozwoju lokalnego wraz z określeniem możliwości rozwoju w oparciu o kapitał kreatywny**.

Złożoność i wielowymiarowość podjętej problematyki pozwoliły na ocenę w obszarze wybranych pól badawczych. Zadanie to było następstwem rozpoznanej luki badawczej dotyczącej agregacji kapitału kreatywnego i rozwoju lokalnego.

Opisy teoretyczne rozwoju lokalnego zawierają szeroki katalog uwarunkowań tegoż rozwoju. Studia literatury wykazały, że kreatywność w teoriach rozwoju występuje jako czynnik o charakterze pośrednim. Kreatywność nie ma takiego znaczenia jak inne czynniki materialne lub niematerialne, jednak to wła-

śnie ona wywiera wpływ na podejmowanie decyzji i rozwiązywanie problemów przedsiębiorców, inwestorów i społeczności lokalnej.

Wyniki badań potwierdzają, że gmina stanowi lokalny system kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego. Tworzą go uczestnicy żyjący na tym terenie, do których m.in. można zaliczyć: przedsiębiorców, władze i pracowników urzędów gmin, społeczność lokalną. Wszyscy uczestnicy funkcjonują w pewnych warunkach, które są domeną ich gminy.

Na podstawie przeprowadzonych badań, którymi objęto wymienionych interesariuszy, można w szczególności stwierdzić, że:

1. Prawdziwe jest założenie przyjęte w postaci hipotezy głównej, że w jednostce przestrzennej, za jaką uznano gminę, występują warunki determinujące identyfikację i aktywizację kapitału kreatywnego. Przyjęte kryteria: talent, technologia i tolerancja, wskazywane jako determinanty rozwoju kapitału kreatywnego w założeniach teorii Floridy, zostały zidentyfikowane również na poziomie lokalnym. Cechy ilościowe i jakościowe opisujące je w skali lokalnej zgrupowały się jednak w czynniki zidentyfikowane jako przedsiębiorczość i kultura. Są to dwa główne czynniki rozwojowe, których występowanie jest efektem istnienia kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym. Konstatacja taka zaświadcza, że osiągnięto założony cząstkowy cel pierwszy (C1) odwołujący się do istoty tworzenia kapitału kreatywnego na poziomie lokalnym.
2. W teorii rozwoju lokalnego kreatywność jest wyznaczona jako cecha pośrednia towarzysząca różnym czynnikom rozwoju, których znaczenie najczęściej jest większe. Kapitał kreatywny nie wystąpi zaś na żadnej płaszczyźnie globalnej ani lokalnej bez kapitału ludzkiego, którego jest pochodną. Przeprowadzając weryfikację literatury, zrealizowano wymieniony cel drugi (C2).
3. Kapitał kreatywny postrzegany przez pryzmat klasy kreatywnej, badany w oparciu o grupy zawodów, jest trudny do weryfikacji na poziomie lokalnym. Rozszerzenie definicji tegoż kapitału jako zasobu ludzkiego wykorzystującego cechę kreatywności w różnych warunkach pozwoliło na ujęcie go w kategorii egalitarnej. Umożliwiło to jego identyfikację w sferze gospodarczej i społecznej. Zidentyfikowanie kapitału kreatywnego w przedsiębiorczości pozwoliło potwierdzić hipotezę pierwszą (H 1) zakładającą, że kapitał kreatywny można zidentyfikować i dokonać jego oceny, zaś źródłem tego kapitału jest przedsiębiorczość, co nie wyklucza możliwości jego rozpoznania w innych płaszczyznach.
4. Szczegółowa identyfikacja kapitału kreatywnego przeprowadzona w urzędach gmin wykazała, że mimo iż mamy do czynienia z urzędem opierającym swoje działanie na założeniach biurokratycznych, kreatywność ma możliwość rozwoju. Potwierdziło to hipotezę drugą (H 2) mówiącą, że czynniki sprzyjające kreatywności na stanowisku pracy urzędników mają związek z oceną rozwoju

gminy. Współpraca pomiędzy pracownikami, realizowane zadania, cele gminy były elementami potwierdzającymi statystycznie, że rola kapitału kreatywnego wiąże się z wywoływaniem zmian i sprzyja rozwojowi kreatywności w urzędach gmin. Przyjęte założenia nie zostały potwierdzone statystycznie w przypadku kontroli w urzędzie, co nie daje podstaw do przyjęcia założeń hipotezy drugiej w całości.

5. Najbardziej znanym z literatury czynnikiem determinującym rozwój lokalny jest lokalizacja. Potwierdzono to również w przypadku podkarpackich gmin, gdyż czynnik ten był istotniejszy w porównaniu z kreatywnością. Pozwoliło to zweryfikować hipotezę trzecią (H 3) i stanowiło potwierdzenie zrealizowania celu (C3), w ramach którego założono weryfikację zależności między wybranymi warunkami dla rozwoju kapitału kreatywnego a lokalizacją.
6. Grupowanie gmin Podkarpacia metodą skupień bazujące na cechach ilościowych potwierdziło, że rodzaj gminy warunkował jej przynależność do danej grupy. Jednocześnie z zestawień gmin można wywnioskować, że w przestrzeni lokalnej zachodzą koncentracja i dekoncentracja gmin wynikające z ich pozycji w grupach. Pozwoliło to na potwierdzenie hipotezy czwartej (H 4). Skupienia gmin ze względu na cechy sprzyjające kreatywności w rozwoju lokalnym grupowały się wokół miast oraz ciągów komunikacyjnych.
7. Gminy miejskie mają lepsze warunki do rozwoju kapitału kreatywnego w zestawieniu według cech ilościowych, ale również i jakościowych. W układzie obu zestawień skupień z gmin miejskich ilościowym charakterystykom odpowiadały oceny respondentów gmin miejskich: Jarosław, Łańcut, Przemyśl, Przeworsk. Można stwierdzić, że te gminy miejskie w ocenach cech dotyczących talentu, technologii, tolerancji i współpracy, a w ujęciu ilościowym – infrastruktury kultury są liderami posiadającymi najlepsze warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego. Jest to także potwierdzenie implikacji teoretycznych, że lepsze warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego mają miasta; w przypadku Podkarpacia przyjęto, że są to gminy miejskie. To założenie, odnoszące się do hipotezy piątej (H 5), zostało potwierdzone. Wynik ten może wskazywać, że miasta Podkarpacia są atrakcyjne w przyciąganiu kapitału kreatywnego z zewnątrz i uaktywnianiu miejscowego kapitału kreatywnego, o czym świadczą nowo zarejestrowane podmioty sektora kreatywnego.
8. Działania samorządu terytorialnego odnoszące się do rozwoju kapitału kreatywnego powinny koncentrować się wyjściowo na poprawie środowiska pracy w urzędzie gminy. Działania te powinny polegać w perspektywie długofalowej na budowaniu lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospodarczego gminy i obejmować wspieranie inicjatyw przedsiębiorczych oraz kultury. Samorząd terytorialny powinien kreować postawy przedsiębiorców i mieszkańców, jak i samych pracowników jednostek samorządowych

w rozwijaniu postaw kreatywnych. Konstatacja ta jest potwierdzeniem celu czwartego (C4) odnoszącego się do określenia kierunków działań samorządu lokalnego w pobudzaniu rozwoju kapitału kreatywnego.

9. Związki przyczynowo-skutkowe pomiędzy analizowanymi determinantami aktywizacji kapitału kreatywnego a wskaźnikami rozwoju wskazują na zależności pomiędzy kapitałem kreatywnym a rozwojem. Związek ten dotyczył kreatywności i innowacyjności, kapitału ludzkiego, lokalnej przedsiębiorczości, zaspokojenia potrzeb i zmian w poziomie życia. Zmienne objaśniające rozwój lokalny wskazały na występowanie kapitału kreatywnego w rozwoju gmin poprzez przedsiębiorczość. W ocenie lokalizacji gminy i czynników rozwojowych jednym z nich wyróżnionym w modelu ekonometrycznym była kreatywność, co wskazuje na zidentyfikowanie obecności kapitału kreatywnego jako badanego zjawiska na poziomie lokalnym. Pozostałe zmienne modelu mogą zostać uznane za parametry go aktywizujące, stanowiące warunki dla rozwoju kapitału kreatywnego.
10. Zbudowany koncepcyjny model rozwoju kapitału kreatywnego w gminie pozwala na obserwację lokalnych możliwości, uwarunkowań. Model ten transformuje doświadczenia globalne dotyczące uwarunkowań rozwoju kapitału kreatywnego w oparciu o talent, technologię i tolerancję na poziomie lokalny. Z analizy wynika, że można je oprzeć na lokalnych zasobach, takich jak wspomniana przedsiębiorczość czy kultura. Jednocześnie wpływa na nie współpraca czy występująca na terenie gminy infrastruktura kultury, atmosfera społeczna czy kreatywność ludzka.
11. Zaznaczyć należy, że mimo próby implementacji teorii Floridy na poziomie lokalnym wprowadzone modyfikacje zmiennych, poprzez które oceniano talent, technologię i tolerancję, mimo ich względnego charakteru odzwierciedlały z wystarczającym podobieństwem rzeczywistą sytuację panującą w podkarpackich gminach. Warunki istniejące na poziomie lokalnym nie odpowiadają warunkom globalnym i nie powinny, bowiem mają inny charakter i inną skalę. Bezwzględne przyjęcie wskaźników oceny proponowanych w indeksach opisujących kategorie „3T” nie było możliwe.

Modyfikacja cech opisujących uwarunkowania „3T” pozwoliła na prezentację rzeczywistości takiej, jaka w obecnym czasie i na obecnym poziomie rozwoju istnieje. Dotyczy to również kapitału kreatywnego, który można w podkarpackich gminach aktywizować, i to nie tylko w gminach miejskich, ale również w wiejskich. Przez identyfikację warunków dla rozwoju kapitału kreatywnego w różnych rodzajowo gminach zgrupowanych w typy predestynujące do rozwoju tego kapitału można stwierdzić, że stanowi on determinantę rozwoju lokalnego.

Tworzona wspólna przestrzeń w procesach społecznych, gospodarczych i kulturowych na poziomie lokalnym wymaga odpowiedniego kierowania tą prze-

strzenię. Świat kreatywnie oferuje globalną wersję rozwoju, której alternatywą może być rozwój lokalny. Jednym z jego determinant już jest kapitał kreatywny; kwestia wykorzystania korzyści płynących z jego zidentyfikowania szczególnie na poziomie lokalnym pozostaje otwarta.

W pracy nie wykorzystano wszystkich możliwości oceny uwarunkowań rozwoju lokalnego, jak i kapitału kreatywnego. Weryfikacja ta prawdopodobnie ze względu na liczbę czynników, zmienność, dynamizm i różnorodność gmin nie jest możliwa. Niektóre treści zasygnalizowano, świadomie, stosownie do założeń metodologicznych nie rozwijając ich. Nie stanowi to ograniczenia w realizacji dalszych badań nad rozwojem lokalnym i kapitałem kreatywnym.

BIBLIOGRAFIA

- Adamczyk W., *Przedsiębiorczość – próba definicji*, „Przegląd Organizacji” 1995, nr 11.
- Adamiak P., Dworakowska Z., Herbst J., Przewłocka J., *Współpraca w obszarze kultury – samorządy, publiczne instytucje kultury, organizacje pozarządowe*, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2013.
- Adamowicz M., *Kształtowanie rozwoju lokalnego*, Wyd. SGGW, Warszawa 2003.
- Akerlof G.A., Shiller R.J., *Phishing for Phools: The Economics of Manipulation and Deception*, Princeton University Press, Princeton 2015.
- Ambrosewicz-Jacobs J., *Tolerancja. Jak uczyć siebie i innych*, PWN, Warszawa 1993.
- Analiza potencjalnych sektorów kreatywnych Mazowsza – wskazanie 5 najważniejszych sektorów/branż w aspekcie budowania inicjatyw klastrowych*, Raport z badań, UM Woj. Mazowieckiego, Agreon Polska, Warszawa 2012.
- Analiza potencjału rozwojowego funkcji metropolitalnych obszarów aglomeracji miejskich województwa śląskiego, będących ośrodkami wzrostu gospodarczego województwa śląskiego w kontekście procesów zachodzących na regionalnym rynku pracy – kultura i przemysły kreatywne. Raport końcowy*, IBS, Warszawa 2012.
- Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych. Raport z badań*, Ekorys Polska, Warszawa 2009.
- Analiza potrzeb innowacyjnych przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem sektora MSP w województwie podkarpackim*, Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego, Mielec 2011.
- Analiza rozwoju społeczno-gospodarczego województwa podkarpackiego w latach 2009–2013*, US w Rzeszowie, Rzeszów 2014.
- Andersen V.K., Bugge M.M., Hansen K.H., Isaksen A., Raunio M., *One Size Fits All? Applying the Creative Class Thesis onto a Nordic Context*, „European Planning Studies” 2010, no. 18(10).
- Andriessen D.G., Stam C.D., *Intellectual Capital of the European Union 2008: Measuring the Lisbon Strategy for Growth and Jobs*, „Electronic Journal of Knowledge Management” 2008, vol. 7, no. 4.
- Andriessen D.G., Stam C.D., *The Intellectual Capital of the European Union. Measuring the Lisbon Agenda*, Center for Research in Intellectual Capital, 2004, <http://www.ejkm.com/issue/download.html?idArticle=200> (4.02.2015).
- Andruszkiewicz K., *Potencjał konkurencyjności regionu fundamentem jego strategii rozwoju*, w: *Marketing terytorialny. Możliwości aplikacji, kierunki rozwoju*, red. H. Szulce, M. Florek, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2005.

- Appadurai A., *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Universitas, Kraków 2005.
- Armstrong M., *Jak być lepszym menedżerem*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1997.
- Atrakcyjność inwestycyjna regionów jako uwarunkowanie przedsiębiorczych przewag konkurencyjnych, red. H. Godlewska-Majkowska, Wyd. SGH, Warszawa 2011.
- Bagdziński S.L., *Lokalna polityka gospodarcza w okresie transformacji systemowej*, Wyd. UMK, Toruń 1994.
- Bagdziński S.L., *Lokalna polityka gospodarcza*, Wyd. UMK, Toruń 1995.
- Barcik A., Barcik R.A., *Rozwój lokalny i regionalny w dobie globalizacji*, Wyd. Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2007.
- Barczyk S., *Przedsiębiorczy samorząd lokalny i jego instytucje*, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2010.
- Bartkowiak R., *Ekonomia rozwoju*, PWE, Warszawa 2013.
- Bartkowiak R., *Historia myśli ekonomicznej*, PWE, Warszawa 2003.
- Bartosik A., *Innowacyjny rozwój regionu – infrastruktura kreatywności*, „Zeszyt Naukowy Wyższej Szkoły Ekonomii i Prawa w Kielcach” 2010, nr 11.
- Bauman Z., *Globalizacja: I co z tego dla ludzi wynika*, PIW, Warszawa 2000.
- Bąkowska S., Tomczyk M., *Segment i sektor kreatywny w Metropolii Szczecińskiej*, Szczecin 2014, http://inkubatorokultury.szczecin.pl/site_media/uploads/dokumenty/segment_i_sektor_kreatywny.pdf (8.03.2016).
- Bednarek P., *Controlling w zarządzaniu gminą*, PWE, Warszawa 2007.
- Bendkowski J., *Przesłanki tworzenia kreatywnych środowisk pracy w przedsiębiorstwach przemysłów tradycyjnych*, w: *Nowoczesność przemysłu. Przedsiębiorczość i innowacje. Uwarunkowania i czynniki rozwoju*, red. J. Pyka, TNOiK, Katowice 2007.
- Bendyk E., *Kapitalizm jako współpraca mózgów*, „Polityka. Niezbędnik Inteligenta” 2010.
- Bennis W.I., Nanus B., *Leaders: The Strategies for Talking Charge*, Harper & Row, New York 1985.
- Berger L.A., Berger D.R., *The Talent Management Handbook: Creating a Sustainable Competitive Advantage by Selecting, Developing, and Promoting the Best People*, McGraw-Hill, New York 2011.
- Berschi S., Malerba F., Orseignio L., *Technological Regimes and Shumpeterian Patterns of Innovations*, „The Economic Journal” 2000, April.
- Bettis R.A., Hitt M.A., *The New Competitive Landscape*, „Strategic Management Journal” 1995, vol. 16, <http://old.www.iup.edu/leadership/resources/5.html> (10.13.2008).
- Białasiewicz M., *Kreatywność i talent w koncepcji kapitału ludzkiego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania” 2015, nr 39, t. 1.
- Bielski J., *Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych*, OPO, Bydgoszcz 2000.
- Bjorn A., Hogni K.H., *Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden*, „Economic Geography” 2009, no. 85(4), http://www.jstor.org/stable/pdf/40377323?seq=1#page_scan_tab_contents (8.03.2016).
- Blackler F., *Knowledge, Knowledge Work and Organizations: An Overview and Interpretation*, „Organization Studies” 1995, no. 16(6).

- Blakely E.J., *Planing Local Economic Developtment. Theory and Practice*, Sage Publication, London–New Delhi 1989.
- Blaug M., *Metodologia ekonomii*, PWN, Warszawa 1995.
- Blaug M., *Teoria ekonomii*, PWN, Warszawa 2000.
- Blaug M., *Teoria ekonomii. Ujęcie retrospektywne*, PWN, Warszawa 1994.
- Błachut B., Cierpiał-Wolan M., Koprowicz D., *Województwo podkarpackie na tle regionu UE w latach 2009–2013*, US w Rzeszowie, Rzeszów 2015.
- Bobirca A., Draghici A., *Creativity and Economic Development*, „World Academy of Science. Engineering and Technology” 2011, no. 59.
- Bochniarz P., *Raport o kapitale intelektualnym Polski*, Centrum Obsługi Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2008, <http://zds.kprm.gov.pl/przegladaj-raport-o-kapitale-intelektualnym> (24.06.2014).
- Bono E., *Naucz się myśleć kreatywnie*, Prima, Warszawa 1998.
- Bontis N., *Intellectual Capital: An Exploratory Study That Develops Measures and Models*, „Management Decision” 1998, vol. 36, no. 2.
- Bończak-Kucharczyk E., Herbst H., Chmura K., *Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość*, PFPiRMiŚP, Warszawa 1998.
- Boren T., Young C., *Getting Creative with the ‘Creative City’?*, „Towards New Perspectives on Creativity in Urban Policy” 2013, vol. 37, issue 5, September.
- Boschma R., Fritsch M., *Creative Class and Regional Growth in Europe*, w: *The Future of European Regions*, red. P. Jakubowska, A. Kukliński, P. Zuber, Ministry of Regional Development, Warsaw 2007.
- Boschma R.A., Fritsch M., *Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries*, „Economic Geography” 2009, no. 85.
- Brandenburg H., *Rola władz samorządowych gmin w planowaniu i realizacji lokalnych projektów rozwojowych*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Projekty Regionalne i Lokalne – Uwarunkowania Społeczne i Gospodarcze” 2012.
- Brandenburg H., *Wpływ kompetencji władz samorządowych na sukces projektu publicznego – studia przypadków*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Projekty Lokalne i Regionalne: Rola Kompetencji w Zarządzaniu Projektami” 2015.
- Brilman J., *Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania*, PWE, Warszawa 2002.
- Brol R., *Innowacyjność lokalnych jednostek terytorialnych*, w: *Gospodarka lokalna i regionalna w teorii i praktyce*, red. R. Brol, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2009.
- Brol R., *Relacja między globalnością zmian a lokalnością rozwoju*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2013, nr 284.
- Brol R., *Rozwój lokalny – nowa logika rozwoju gospodarczego*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i w praktyce*, „Prace Naukowe AE we Wrocławiu” 1998, nr 785.
- Brol R., *Zarządzanie rozwojem lokalnym – studium przypadków*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 1998.
- Broszkiewicz R., *Metody pomiaru społeczno-ekonomicznej efektywności przekształceń w układach przestrzenno-funkcjonalnych*, w: *Przekształcenia regionów funkcjonalno-przestrzennych*, red. S. Ciok, D. Ilnicki, Wyd. UW, Wrocław 2000.

- Brzeziński M., Czop K., Leszczyńska A., *Badania wpływu kreatywności i innowacyjności na rozwój przedsiębiorstwa*, „Współczesna Ekonomia” 2009, vol. 3, no. 3.
- Brzeziński M., *Organizacja kreatywna*, PWN, Warszawa 2009.
- Bubrowiecki A., *Sekrety kreatywnego myślenia*, http://www.zyciedlasiebie.com.pl/pliki/Sekrety_kreatywnego_myslenia (12.03.2010).
- Budnikowski A., *Naturalne bariery wzrostu*, „Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Handlowej. Kolegium Gospodarki Światowej” 2005, nr 17.
- Budnikowski A., *Zagrożenia związane z globalizacją i możliwości ich pokonywania*, „Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Handlowej. Kolegium Gospodarki Światowej” 2000, nr 9.
- Budowanie zdolności innowacyjnej regionów*, red. A. Nowakowska, Wyd. UŁ, Łódź 2009.
- Castells M., *Spoleczeństwo sieci*, PWN, Warszawa 2010.
- Celińska-Janowicz D., Peszat K., Płoszaj A., Rok J., *Inspiracje dla rozwoju lokalnego. Katalog dobrych praktyk z przeglądu międzynarodowego. Trendy plus. Rola samorządu w adaptacji przedsiębiorstw i pracowników do globalnych i regionalnych trendów gospodarczych*, MGG Conferences, Warszawa 2014, http://www.euroreg.uw.edu.pl/dane/web_euroreg_publications_files/5185/katalogdobrychpraktyk.pdf (8.03.2016).
- Cempel C., *Inżynieria kreatywności w projektowaniu innowacji*, Wyd. Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji–PIB, Poznań 2013.
- Chaos czy twórcza destrukcja? Ku nowym modelom w gospodarce i polityce*, red. A. Zorska, Wyd. SGH, Warszawa 2011.
- Chądzyński J., Nowakowska A., Przygodzki Z., *Region i jego rozwój w warunkach globalizacji*, CeDeWu, Warszawa 2012.
- Chell E., *Entrepreneurship: Globalization, Innovation and Development*, Thomson Learning, London 2001.
- Chojka J., Pakulska J., *Rozwój regionu Podkarpacia po akcesji Polski do Unii Europejskiej*, Druk Tur, Stalowa Wola 2009.
- Chojnacka M., *Metody i narzędzia budzenia kreatywności w wybranych polskich urzędach administracji – wyniki badań*, „Współczesne Zarządzanie” 2011, nr 1.
- Chojnicki Z., *Problematyka metodologiczna studiów regionalnych*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2004, nr 4(18).
- Chojnicki Z., *Rozwój społeczno-ekonomiczny i jego aspekty aksjologiczne*, w: *Region społeczno-ekonomiczny i rozwój regionalny*, red. J. Parysek, T. Stryjakiewicz, Bogucki, Poznań 2008.
- Christensen C., *Przełomowe innowacje*, PWN, Warszawa 2010.
- Chudy-Laskowska K., Wierzińska M., *Analiza infrastruktury transportowej w województwie podkarpackim*, „Logistyka” 2014, nr 6.
- Churski P., *Czynniki rozwoju regionalnego i polityka regionalna w Polsce w okresie integracji z Unią Europejską*, Wyd. UAM, Poznań 2008.
- Ciborowski R., Kargol-Wasilczuk A., Zalesko M., *Ekonomiści szkoły austriackiej*, Instytut Studiów Regionalnych w Białymstoku, Białystok 2011.
- Cichoń J., *Instrumenty kreowania rozwoju na poziomie lokalnym*, w: *Funkcjonowanie przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej. Wybrane problemy*, red. T.C. Malec, WSiE TWP, Olsztyn 2003.

- Cichy K., Malaga K., *Kapitał ludzki w modelach i teorii wzrostu gospodarczego*, Scholar, Warszawa 2007.
- Cities and Regions in the New Learning Economy*, http://www.liaison.uoc.gr/documents/articles/OECD-Cities_in_Learning_Econ.pdf (15.05.2014).
- Cohen-Almagor R., *The Scope of Tolerance: Studies on the Costs of Free Expression and Freedom of the Press*, Routledge, London–New York 2006.
- Creative Industries in Berlin, Development and Potential*, DCMC, Berlin 2008.
- Cunningham S.D., Higgs P.L., *Creative Industries Mapping: Where Have We Come From and Where Are We Going?*, „Creative Industries Journal” 2008, no. 1(1).
- Czapliński P., *Problematyka badawcza przemysłu w geografii na tle nauk ekonomicznych*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2009, nr 11.
- Czerny M., *Globalizacja a rozwój*, PWN, Warszawa 2005.
- Czerny M., Łuczak R., Makowski J., *Globalistyka. Procesy globalne i ich lokalne konsekwencje*, PWN, Warszawa 2007.
- Czynniki rozwoju globalnego społeczeństwa informacyjnego. Polska w drodze do globalnego społeczeństwa innowacyjnego*, Raport o rozwoju społecznym, Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP) Biuro Projektowe w Warszawie, Warszawa 2002.
- Czyż T., *Podstawy regionalizacji geograficznej*, Bogucki, Poznań 1996.
- Czyżewski A.B., *Rozwój regionalny w warunkach transformacji*, ZBS-E GUS i PAN 2002, z. 203.
- Dańska B., *Przestrzenno-czasowe modelowanie zmian w działalności produkcyjnej w Polsce*, Absolwent, Łódź 2000.
- Deakins D., Freel M., *Entrepreneurship and Small Firms*, McGraw-Hill Education, London 2006.
- Dębski J., *Gospodarka przestrzenna – jej geneza, stan i rozwój*, t. 1, Wyd. WSFiZ, Białystok 2001.
- Dobjia D., *Pomiar i sprawozdawczość kapitału intelektualnego przedsiębiorstwa*, Wyd. Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania, Warszawa 2003.
- Dobjia M., *Kapitał ludzki i intelektualny w aspekcie teorii rachunkowości*, „Przegląd Organizacji” 2002, nr 1.
- Domański B., *Krytyka pojęcia rozwoju a studia regionalne*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2004, nr 2(16).
- Domański R., *Geografia ekonomiczna. Ujęcie dynamiczne*, PWN, Warszawa 2004.
- Domański R., *Gospodarka przestrzenna*, PWN, Warszawa 2006.
- Domański R., *Gospodarka przestrzenna. Podstawy teoretyczne*, PWN, Warszawa 2013.
- Domański R., *Przestrzenna transformacja gospodarki*, PWN, Warszawa 1997.
- Domurat A., *Przedsiębiorczość a kreatywność i innowacyjność* (rozdział 4), w: *Innowacyjna przedsiębiorczość. Teorie, badania, zastosowania praktyczne perspektywa psychologiczna*, red. A. Strzelecki, Wyd. Academica SWPS, Warszawa 2011.
- Donegan M., Drucker J., Goldstein H., Lowe N., Malizia E., *Which Indicators Explain Metropolitan Economic Performance Best? Traditional or Creative Class*, „Journal of the American Planning Association” 2008, no. 74.

- Drobniak A., *Kultura i przemysły kreatywne: doświadczenia, tendencje rozwoju, nowe obszary badawcze w miastach*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Kreatywna Gospodarka w Mieście i Aglomeracji” 2012.
- Drobniak A., Wrana K., *Założenia metodyki badawczej aktywności kreatywnych miast aglomeracji*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Kreatywna Aglomeracja – Potencjały, Mechanizmy, Aktywności: Podejścia Metodologiczne” 2008.
- Drozdowski R., Zakrzewska A., Puchalska K., Morchat M., Mroczkowska D., *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, PARP, Warszawa 2010.
- Drucker P.F., *Modern Prophets: Schumpeter and Keynes?*, www.druckersociety.at/files/p_drucker_proph_en.pdf (25.04.2015).
- Drucker P.F., *Natchnienie i fart czyli innowacja i przedsiębiorczość*, Studio Emka, Warszawa 2004.
- Drucker P.F., *Zarządzanie w XXI w.*, Muza, Warszawa 2000.
- Dutkowski M., *Konflikty w gospodarowaniu dobrami środowiskowymi*, Wyd. UG, Gdańsk 1995.
- Dutkowski M., *Problemy diagnozowania obszarów rozwoju regionalnego i lokalnego w Polsce*, Wyd. US, Szczecin 2004.
- Dutkowski M., *Wpływ globalizacji na zagrożenia wspólnot lokalnych*, w: *Globalizacja i my. Tożsamość lokalna wobec trendów globalnych*, red. R. Piekarski, M. Graban, Wyd. UJ, Kraków 2003.
- Dutkowski M., *Zmiany funkcji i tendencji rozwojowych miast Polski Północno-Zachodniej ze szczególnym uwzględnieniem roli Szczecina*, w: *Ekspertyzy do Koncepcji Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2008–2033*, t. 1, red. K. Saganowski, M. Zagrzejska-Fiedorowicz, P. Żuber, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2008.
- Dylematy rozwoju społeczno-gospodarczego w Polsce*, red. K. Jarosiński, „Monografie i Opracowania SGH” 2013, nr 594.
- Dziemianowicz W., *Kapitał zagraniczny a rozwój regionalny i lokalny w Polsce*, Europejski Instytut Rozwoju Regionalnego i Lokalnego, Warszawa 1997.
- Dzun A., *Rozwój społeczności lokalnych jako czynnik konkurencyjności regionów*, w: *Ekonomia społeczna dla rozwoju społeczności lokalnych*, red. A. Ejsmont, J. Ruszewski, Pryzmat, Suwałki 2013.
- EC, *Economy of Culture in Europe*, DG Education and Culture, Brussels 2006.
- Edvinsson L., Malone M.S., *Kapitał intelektualny. Poznaj prawdziwą wartość swego przedsiębiorstwa, odkrywając jego ukryte korzenie*, PWN, Warszawa 2001.
- Ekonomia kreatywności. Jakość kapitału ludzkiego jako stymulator wzrostu społeczno-gospodarczego*, red. A. Lipka, S. Waszczak, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2012.
- Ekonomia kultury. Od teorii do praktyki*, red. B. Jung, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.
- Ekonomiczno-organizacyjne uwarunkowania rozwoju regionu – teoria i praktyka*, red. D. Stawasz, Wyd. UŁ, Łódź 2004.

- Elgar Companion to Neo-Schumpeterian Economics*, red. H. Hanush, A. Pyka, Cheltenham UK, Northampton 2007.
- ESSnet – Culture, *European Statistical System Network on Culture*, Final Report, 2012, http://ec.europa.eu/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf (13.11.2014).
- European Cities and Regions of the Future 2014/2015, Regions, FDI*, www.FDiIntelligence.com, FOCI Future Orientations for Cities, version 15, ESPON 2013, Brief for Poland, *Kreatywne miasta*, https://www.creativeclas.com/rfcgdb/articles/Brief_116_B4P.pdf (12.11.2014).
- Europejska przestrzeń gospodarcza szansą dla rozwoju regionalizmu w Polsce*, red. J. Marszałek-Kawa, K. Pająk, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2015.
- Fazlagić J.A., *Zarządzanie wiedzą w szkole*, CODN, Warszawa 2007.
- Fedan R., Makiela Z., *Infrastruktura transportowa w kształtowaniu struktury przestrzennej regionu podkarpackiego*, w: *Przedsiębiorstwo i region*, red. R. Fedan, Wyd. UR, Rzeszów 2006
- Fedan R., *Transport Routes in the Spatial Activation of the Podkarpacie Region*, w: *Determinants and Sources of Development of Enterprises in the Region*, red. R. Fedan, K. Szara, Wyd. UR, Rzeszów 2013.
- Fedirko J., *Einsteiniana*, „Alma Mater” 2009, nr 114.
- Filipiak B., Kogut M., Szewczuk A., Ziolo M., *Rozwój lokalny i regionalny. Uwarunkowania, finanse, procedury*, Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005.
- Flejtarski S., Wahl P., *Ekonomia globalna. Synteza*, Difin, Warszawa 2003.
- Florida R., *Cities and the Creative Class*, Routledge, New York 2004.
- Florida R., *Entrepreneurship, Creativity and Regional Development*, w: *The Emergence of Entrepreneurship Policy: Governance, Start-Ups, and Growth in the U.S. Knowledge Economy*, red. D. Hart, Cambridge University Press, Cambridge 2003.
- Florida R., Gates G., Knudsen B.M., Stolarick K., *The University and the Creative Economy*, <http://creativeclas.com/rfcgdb/articles/University%20For%20City%20and%20Community%204.pdf> (8.12.2014).
- Florida R., Mellenger Ch., *Segregated City. The Geography of Economic Segregation in America's Metros*, Martin Prosperity Institute, Rotman School of Management, University of Toronto, Toronto 2015.
- Florida R., Mellender Ch., Stolarick K., *Creativity and Prosperity. The Global Creativity Index*, Martin Prosperity Institute 2016, http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2010_Reissued.pdf (12.06.2016).
- Florida R., *More Losers Than Winners in America's New Economic Geography. The Atlantic Cities*, Place Matters, 2012, <http://www.theatlanticcities.com/jobs-andeconomy/2013/01/more-losers-winners-americas-new-economic-geography/4465/#> (8.03.2016).
- Florida R., *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
- Florida R., *The Flight of the Creative Clas. The New Global Competition for Talent*, Harper Business, New York 2005.
- Florida R., *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York 2004.
- Florida R., Tingali I., *Europe in the Creative Age*, Carnegie Mellon Software Industry Center, Pittsburg 2004.

- Foster R., Kaplan S., *Twórcza destrukcja*, Galaktyka, Łódź 2003.
- Frączkiewicz-Wronka A., *Poszukiwanie istoty zarządzania publicznego*, w: *Zarządzanie publiczne: element teorii i praktyki*, red. A. Frąckiewicz-Wronka, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2009.
- Frączkiewicz-Wronka A., *Przesłanki wykorzystania koncepcji współpracy między organizacjami z różnych sektorów w zarządzaniu publicznym*, „Marketing i Rynek” 2014, nr 5 (CD).
- Freeman R.B., *Migracje w procesie globalizacji*, „Gospodarka Narodowa” 2007, nr 1–2.
- Freitag-Mika E., *Kreatywność kapitału intelektualnego – kooperacja czy konkurencja w B+R*, „Acta Universitatis Lodzianensis, Folia Oeconomica” 2012, nr 268.
- Friedman T.L., *Świat jest płaski. Krótka historia XXI wieku*, Rebis, Poznań 2006.
- Fukuyama F., *Kapitał społeczny*, w: *Kultura ma znaczenie. Jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw*, red. L. Harrison, S. Huntington, Zysk i S-ka, Poznań 2003.
- Gabe T.M., Colby K., Bell K.P., *Creative Occupations, County-Level Earnings and the U.S. Rural-Urban Wage Gap*, „Canadian Journal of Regional Science” 2007, no. XXX(3).
- Gajda J.B., *Wielorównaniowe modele ekonometryczne w praktyce*, Wyd. UŁ, Łódź 1992.
- Gałązka A., *Czynniki rozwoju w wybranych teoriach rozwoju regionalnego*, w: *Gospodarka regionalna i lokalna w Polsce. Czynniki i bariery*, red. Z. Strzelecki, Wyd. SGH, Warszawa 2011.
- Gawroński H., *Zarządzanie publiczne w polskich samorządach terytorialnych*, Wyd. PWSZ w Elblągu, Elbląg 2014.
- Giddens A., *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej ponowoczesności*, PWN, Warszawa 2002.
- Ginter M., *Innowacyjność regionów Polski na tle Unii Europejskiej. Uwarunkowania i czynniki w procesie rozwoju gospodarki rynkowej*, red. W. Olkowska, Wyd. Wyższej Szkoły Informatyki i Ekonomii TWP w Olsztynie, Olsztyn 2014.
- Glaeser E., *Book Review of Florida's The Rise of the Creative Class*, <http://post.economics.harvard.edu/faculty/glaeser/papers.html> (10.09.2013).
- Glaveanu V.P., *Creativity As Cultural Participation*, „Journal for the Theory of Social Behaviour” 2011, vol. 41, issue 1.
- Globalizacja. Marginalizacja. Rozwój*, red. G. Kołodko, WSPiZ, Warszawa 2003.
- Globalizacja. Mechanizmy i wyzwania*, red. B. Liberska, PWE, Warszawa 2002.
- Glokalizacja*, red. K. Kuciński, Difin, Warszawa 2011.
- Goban-Klas T., *Glokalizacja jako remedium na globalizację*, w: *Oblicza procesów globalizacji*, red. M. Pietraś, Wyd. UMCS, Lublin 2002.
- Godlewska H., *Lokalizacja działalności gospodarczej*, Elipsa, Warszawa 2001.
- Gołębiowski G., *Twórcza destrukcja jako koncepcja wpływająca na możliwości rozwoju przedsiębiorstw*, w: *Zarządzanie finansami firm – teoria i praktyka*, red. W. Pluta, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2007, nr 1152.
- Gorynia M., Kowalski T., *Nauki ekonomiczne i ich klasyfikacja a wyzwania współczesnej gospodarki*, „Ekonomista” 2013, nr 4.
- Gorzela G., *Omówienie książki Edwarda J. Blakley'a Planowanie gospodarcze rozwoju lokalnego*, w: *Gmina; Przedsiębiorczość; Promocja*, red. J.P. Gorzela, „Studia Regionalne i Lokalne” 1992, nr 7(40).

- Gorzelał G., *Polskie regiony w procesie integracji europejskiej*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2002, nr 2–3(9).
- Gorzelał G., Smętowski M., *Metropolia i jej region*, Scholar, Warszawa 2005.
- Gospodarka oparta na wiedzy. Wyzwania dla Polski XXI wieku, red. A. Kukliński, KBN, Warszawa 2001.
- Gospodarka przestrzenna i regionalna w trakcie przemian, red. W. Kosiedowski, Wyd. UMK, Toruń 1995.
- Gospodarka regionalna i lokalna, red. Z. Strzelecki, PWN, Warszawa 2008.
- Górniewicz R., *Kreatywność władz samorządowych w kształtowaniu polityki inwestycyjnej np. powiatu przasnyskiego*, w: *Gospodarka lokalna i regionalna w teorii i praktyce*, red. R. Bról, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2009.
- Górniewicz J., *Kategorie pedagogiczne, odpowiedzialność, podmiotowość, samorealizacja, tolerancja, twórczość, wyobraźnia*, Wyd. UW-M, Olsztyn 2001.
- Grochowski M., Dudek-Mańkowska S., Fuhrman M., Zegar T., *Sektor kreatywny w województwach pomorskim i kujawsko-pomorskim. Raport z badań*, Sieć Kreatywnego Biznesu, Gdańsk 2012.
- Grochowski M., *Sektor kreatywny w Warszawie. Potencjał i warunki rozwoju*, Urząd m.st. Warszawy, Warszawa 2010.
- Grochowski M., *Sektor kreatywny w Warszawie. Potencjał i warunki rozwoju*, Warszawa 2010, http://nck.pl/media/study/creative_metropoles_sektor_kreatywny_w_warszawie.pdf (12.09.2013).
- Grodzicki G., *Rola kapitału ludzkiego w rozwoju gospodarki globalnej*, Wyd. UG, Gdańsk 2003.
- Grosse T., *Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2002, nr 1(8).
- Gruchman B., *Nowy paradygmat rozwoju regionalnego*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 1992.
- Grzebyk M., *Uwarunkowania rozwoju jednostek terytorialnych szczebla lokalnego*, w: *Regionalne uwarunkowania ekonomicznego rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich*, t. 2, red. A. Czudec, Wyd. UR, Rzeszów 2003.
- Grzymała Z., Maśloch G., *Rozwój lokalny i regionalny*, w: *Gospodarka i finanse samorządu terytorialnego*, red. G. Maśloch, J. Sierak, Wyd. SGH, Warszawa 2013.
- Guimares P., Munn J., Woodward D., *Creative Clustering: The Location of Independent Investors*, „Papers in Regional Science” 2015, vol. 94, issue 1.
- Gust A., *Zrównoważony rozwój w polityce regionalnej – strategia rozwoju kraju 2020 a strategia rozwoju województwa łódzkiego*, „Handel Wewnętrzny” 2013, nr 6, t. I: *Trendy, wyzwania i dylematy zrównoważonego rozwoju*.
- Gwosdz K., Domański B., *Czynniki sukcesu kreatywnej destrukcji gospodarki Bielska-Białej*, w: *Miasto w badaniach geografów*, t. 2, red. M. Soja, A. Zborowski, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków 2015.
- Gwóźdź A., *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
- Martin-Brelot H., Grossetti M., Eckert D., Gritsal O., Kovacs Z., *The Spatial Mobility of the Creative Class. A European Perspective*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2010, no. 34(4).

- Hackler D., Mayer H., *Diversity, Entrepreneurship, and the Urban Environment*, „Journal of Urban Affairs” 2008, vol. 20, issue 3.
- Haffer R., *Systemy zarządzania jakością w budowaniu przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw*, Wyd. UMK, Toruń 2003.
- Haisch T., Klopfer Ch., *Location Choices of the Creative Class: Does Tolerance Make a Difference*, „Journal of Urban Affairs” 2015, vol. 37, issue 3.
- Hansen H.K., Neidomysl T., *Migration of the Creative Class: Evidence from Sweden*, „Journal of Economic Geography” 2009, no. 9(2).
- Harańczyk A., *Miasta Polski w procesie globalizacji gospodarki*, PWN, Warszawa 1998.
- Harisalo R., *Diffusion of Innovations in Finnish Municipal Administration*, „Scandinavian Political Studies” 1982, vol. 5, issue 2.
- Harold J., *Koniec globalizacji. Czego nauczył nas wielki kryzys*, Scholar, Warszawa 2010.
- Harris C., Collins M., Check D., *America's Creative Economy. A Study of Recent Conceptions, Definitions and Approaches to Measurement across the USA.*, National Creativity Network, Oklahoma City 2013.
- Hatcher W., Oyer M., Gallardo R., *The Creative Class and Economic Development as Practiced in the Rural U.S. South: An Exploratory Survey of Economic Development Professionals*, „The Review of Regional Studies” 2011, no. 41.
- Hausner J., Kudłacz T., Szlachta J., *Identyfikacja nowych problemów rozwojowych*, „Biuletyn KPZK PAN” 1998, z. 185.
- Hausner J., *Zasady i mechanizmy rozwoju regionalnego i lokalnego*, w: *Aktywizacja gospodarcza gminy górniczej*, red. J. Hausner, MSAP, Kraków 1999.
- Heebels B., van Aalst I., *Creative Clusters in Berlin: Entrepreneurship and the Quality of Place in Prenzlauer Berg and Kreuzberg*, „Geografiska Annaler” 2010, Series B, „Human Geography”, vol. 92, issue 4.
- Heffner K., *Lokalny potencjał sprzyjający inwestowaniu w regionie opolskim*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2011, nr 152.
- Heffner K., *Regiony peryferyjne we współczesnej gospodarce*, w: *Regiony peryferyjne w perspektywie polityki strukturalnej UE*, red. A. Bartłomiuk, Wyd. UwB, Białystok 2003.
- Heffner K., *Zmiany struktury funkcjonalnej małych miast w obszarach metropolitalnych*, w: *Transformacja funkcji miejskich w ośrodkach lokalnych*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach” 2010.
- Homo creator. Kreatywność (nie tylko) w klasie szkolnej*, red. M. Karwowski, A. Gajda, Wyd. Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2010.
- Hollanders H., Cruysen A., *Design, Creativity and Innovation: A Scoreboard Approach*, Pro Inno Europe, Inno Metrics, 2009, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.924.793&rep=rep1&type=pdf> (15.12.2015).
- Hryniewicz J., *Czynniki rozwoju regionalnego*, w: *Oblicza polskich regionów*, red. B. Jałowiecki, „Studia Regionalne i Lokalne” 1996, nr 17.
<http://sjp.pwn.pl/sjp/uwarunkowanie;2533935.html> (12.11.2014).
http://www.bip.podkarpackie.pl/attachments/article/2159/OFWP_PBPP_082015.pdf (29.06.2016).

- <http://www.dziennikwschodni.pl/kraj-swiat/pkb-w-województwach-lubelskie-na-samym-koncu,n,1000170064.html> (4.12.2015).
- <http://www.globalizacja.cai.pl/> (29.06.2015).
- <http://www.nbportal.pl/pl/commonPages/EconomicsEntryDetails?entryId=60&pageId=608/> (25.03.2015).
- <http://www.portalsamorzadowy.pl/plikiu/78673.html> (17.02.2015).
- http://www.stat.gov.pl/bip/36_PLK_WAI.htm (26.12.2013).
- <http://www.stat.gov.pl/broker/access/definitionTree.jspa;jsessionid=A0402FE17E83B516A962B9006E21568C> (26.12.2013).
- http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_rs_rocznik_stat_wojew_2010.pdf (4.12.2015).
- <http://www.synonimy.pl/synonim/kreatywno%C5%9B%C4%87/> (8.12.2014).
- <http://www.wrotapodkarpackie.pl/index.php/o-regionie-2/podkarpacka-geografia/polozenie> (17.02.2015).
- <http://www.wrotapodkarpackie.pl/index.php/o-regionie-2/podkarpacka-demografia> (4.12.2015).
- <https://www.arts.gov/sites/default/files/Research-Art-Works-Milwaukee.pdf> (11.07.2016).
- Hübner D., *Rola samorządów w polityce regionalnej*, „Mazowieckie Studia Regionalne” 2009, nr 2.
- Ilczuk D., *Ekonomika kultury*, PWN, Warszawa 2012.
- Informator o wynikach badań postaw i działań administracji samorządowej i rządowej województwa podkarpackiego w zakresie innowacji*, RSI, UR, Rzeszów 2004.
- Instrumentarium zarządzania publicznego*, red. B. Kożuch, Ł. Sułkowski, Difin, Warszawa 2015.
- Irgman T., *Zarządzanie talentami. Teoria dla praktyki i zarządzania zasobami ludzkimi*, PWE, Warszawa 2011.
- Isaksen S., Akkermasn H.J., *Creative Climate: A Leadership Lever for Innovation*, „The Journal of Creative Behavior” 2011, vol. 45, issues 3.
- Istotne czynniki lokalnej polityki społecznej*, w: *Polityka społeczna globalna i lokalna*, red. A. Kurzynowska, Wyd. SGH, Warszawa 1999.
- Jacobs J., *Śmierć i życie wielkich miast Ameryki*, Centrum Architektury, Warszawa 2014.
- Jagoda H., Tabaszewska E., *Organizacja jakości a organizacja ucząca się. Nowe kierunki w zarządzaniu przedsiębiorstwem: między teorią a praktyką*. „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2004, nr 1014.
- Jałowiecki B., *Nowe przestrzenie produkcji jako czynnik rozwoju regionalnego i lokalnego*, w: *Restrukturyzacja regionów jako problem współpracy europejskiej*, red. A. Kukliński, B. Jałowiecki, Warszawa 1991.
- Jałowiecki B., *Zmierzch i odrodzenie lokalizmu w XX stuleciu*, Wyd. UW, Warszawa 1997.
- Jamka B., *Czynnik ludzki we współczesnym przedsiębiorstwie: zasób czy kapitał? Od zarządzania kompetencjami do zarządzania różnorodnością*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2011.
- Jan Paweł II, *Encyklika Centesimus annus*, Watykan 1991.

- Janasz W., Janasz K., *Restrukturyzacja kreatywna jako nowy paradygmat rozwoju inteligentnej organizacji*, „Studia Oeconomica Posnaniensia” 2016, vol. 4, nr 2.
- Janowska H., *Strategie finansowania gminnych inwestycji infrastrukturalnych w Polsce*, Wyd. US, Szczecin 2002.
- Jarecki W., *Prekursorzy myśli ekonomicznej w kwestii kształcenia i kwalifikacji*, w: *Zarządzanie kapitałem ludzkim w gospodarce*, red. D. Kopycińska, Wyd. US, Szczecin 2007.
- Jerzyk E., Leszczyński G., Mruk H., *Kreatywność w biznesie*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2006.
- Jewtuchowicz A., *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*, Wyd. UŁ, Łódź 2005.
- Jewtuchowicz A., *Terytorium i współczesne dylematy jego rozwoju*. Wyd. UŁ, Łódź 2013.
- Jędrzejczyk I., *Innowacyjność funkcjonalno-organizacyjna przedsiębiorstw na rynku turystycznym*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki” 2014, nr 2(26).
- Jędrzejczyk I., *Turystyka jako element integracji ekonomicznej i kulturowej*, w: *Turystyka w Polsce w warunkach integracji europejskiej i globalizacji rynku światowego*, red. I. Jędrzejczyk, W. Mynarski, Wyd. AWF, Katowice 2013.
- Kaczmarek B., *Kapitał intelektualny (wiedza) a kreowanie wizji przedsiębiorstwa*, w: *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, red. M.G. Woźniak, Wyd. UR, Rzeszów 2005.
- Kaczmarek J., *Kreatywność turystyki vs. turystyka kreatywna – wstęp do dyskusji*, „Turystyka Kulturowa” 2015, nr 7.
- Kamińska T., *Koszty i korzyści zewnętrzne transportu cz. 1*, „Przegląd Komunikacyjny” 1998, nr 7.
- Kamińska T., *Koszty i korzyści zewnętrzne transportu cz. 2*, „Przegląd Komunikacyjny” 1998, nr 8/9.
- Kapitał ludzki a kształtowanie przedsiębiorczości*, red. M. Juchnowicz, Poltext, Warszawa 2004.
- Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionalny*, red. M. Herbst, Scholar, Warszawa 2007.
- Karpińska-Karwowska M., *Kreatywność i przedsiębiorczość mieszkańców miasta i gminy Pisz w świetle badań*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2013, nr 318.
- Karwowski M., *Klimat dla kreatywności. Koncepcje, metody, badania*, Difin, Warszawa 2009.
- Kasprzak R., *Przemysły kreatywne w Polsce. Uwarunkowania i perspektywy*, Kamon Consulting, Warszawa 2013.
- Kelly K., *Nowe reguły nowej gospodarki*, WIG Press, Warszawa 2001.
- Kempny M., *Czy globalizacja kulturowa współdecyduje o dynamice społeczeństw postkomunistycznych?*, „Kultura i Społeczeństwo” 2000, nr 1.
- Klamut M., *Innowacje a rozwój lokalny*, w: *Promowanie rozwoju lokalnego i regionalnego*, Wyd. Samorządowe FRDL, Warszawa 1994.
- Klamut M., *Konkurencyjność regionów*, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 1999.

- Klasa kreatywna w Polsce. Technologia, talent i tolerancja jako źródła rozwoju regionalnego*, red. K. Klineciewicz, Wyd. Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2012.
- Klasik A., Drobniak A., Wrana K., *Perspektywy rozwoju aglomeracji górnośląskiej na podstawie sektora gospodarki kreatywnej*, „Biblioteka Regionalisty” 2009, nr 9.
- Klasik A., *Kreatywne i atrakcyjne miasta. Koncepcje i mechanizmy restrukturyzacji aglomeracji miejskich*, w: *Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności*, red. A. Klasik, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach” 2008.
- Klasik A., Kuźnik F., *Regiony uczące się w teorii i polityce rozwoju regionalnego*, w: *Region w gospodarce opartej na wiedzy*, red. A. Jewtuchowicz, Wyd. UŁ, Łódź 2007.
- Klasy w sektorach kreatywnych*, red. S. Szultka, PARS, Warszawa 2012.
- Klimek J., *A co z naszą przedsiębiorczością*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2005.
- Klineciewicz K., Manikowski A., *Ocena, rankingowanie i selekcja technologii*, Wyd. UW, Warszawa 2013.
- Kloudova J., Chwaszcz O., *Komparace kreativního potenciálu regionu v Česke a Slovenske republice ve vztahu k vybraným makroekonomickým indikátorům*, „Regional Studia” 2013, no. 2 <https://www.vse.cz/polek/download.php?jnl=rst&pdf=81.pdf> (22.01.2015).
- Knop L., Szczepaniak M., Olko S., *Innowacje społeczne w kreatywnej Europie w perspektywie strategii Europa 2020*, „Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie. Politechnika Śląska” 2014, z. 73.
- Knosala R., *Kreatywność zaawansowana jako warunek konieczny w procesach innowacyjnych*, „Zarządzanie Przedsiębiorstwem. Polskie Towarzystwo Zarządzania Produkcją” 2015, nr 1.
- Kołodras S., Kudłacz T., Mamica K., *Programowanie rozwoju regionalnego – poradnik dla samorządowców województwa*, MASY, Kraków 1999.
- Kołodko G., *Wędrujący świat*, Prószyński i S-ka, Warszawa 2008.
- Kołodziejczyk D., Wasilewska A., Lidke D., *Rozwój demograficzno-gospodarczy w skali lokalnej*, IERiGŻ, Warszawa 1998.
- Komornicki T., Śleszyński P., *Typologia obszarów wiejskich pod względem powiązań funkcjonalnych i relacji miasto–wieś*, „Studia Obszarów Wiejskich” 2009, t. 16.
- Komorowski J., *Kształtowanie poziomu atrakcyjności inwestycji w polityce rozwoju regionalnego*, w: *Atrakcyjność inwestycyjna regionu*, red. A. Kopczyk, M. Proniewski, Wyd. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania, Białystok 2005.
- Kopel A., *Klasa kreatywna jako czynnik rozwoju miast*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie i Marketing” 2007, nr 1.
- Korenik S., Zakrzewska-Półtorak A., *Teorie rozwoju regionalnego – ujęcie dynamiczne*, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2011.
- Korenik S., *Gospodarka kreatywna*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu” 2010, nr 27.
- Korenik S., *Innowacja jako podstawa rozwoju lokalnego – próba syntezy doświadczeń z budowy strategii innowacji dla wybranych gmin i powiatów województwa dolnośląskiego*, w: *Miejsce innowacji we współczesnych koncepcjach rozwoju regionalnego*

- nego. *Teoria i praktyka*, red. M. Zalewska, „Dolnośląskie Centrum Studiów Regionalnych. Prace Naukowe. Seria Konferencje” 2007, nr 7.
- Korenik S., *Region ekonomiczny w nowych realiach społeczno-gospodarczych*, CeDeWu, Warszawa 2011.
- Korenik S., *Rozwój lokalny w świetle globalnych trendów ze szczególnym uwzględnieniem kryzysu*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2013, nr 284.
- Korenik S., *Współczesne uwarunkowania rozwoju regionalnego (lokalnego) w realiach polskich*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2012, nr 99.
- Kosała M., *Rozwijanie kreatywności jako fundament innowacyjności*, „Horyzonty Polityki” 2013, vol. 4, nr 6.
- Kosiedowski W., *Teoretyczne problemy rozwoju regionalnego*, w: *Zarządzanie rozwojem regionalnym i lokalnym*, red. W. Kosiedowski, TNOiK, Toruń 2001.
- Kot S., Jakubowski J., Sokołowski A., *Statystyka*, Difin, Warszawa 2011.
- Kotarski H., *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój woj. podkarpackiego*, Wyd. UR, Rzeszów 2013.
- Kouzes I.M., Pasner B., *Wyzwania przyszłości*, GWP, Sopot 2002.
- Kowalik W., Matlak M., Nowak A., Noworól K., Noworól Z., *Kultura lokalnie. Między uczestnictwem w kulturze a partycypacją w zarządzaniu*, Małopolski Instytut Kultury, Kraków 2011, <http://badania-w-kulturze.mik.krakow.pl/files/Kultura-lokalnie.pdf> (8.03.2016).
- Koziół G., Zaberek R., *Przedsiębiorczość drogą do nauki kreatywności i pracy zespołowej*, Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego–Poznański Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości, Poznań 2012, www.org.pl/kreatywnyuczen/media/.../Podrecznik_uzytkownika_modelu.pdf (8.04.2014).
- Kozłowski A., Czaplicka-Kozłowska I., *Samorząd terytorialny w systemie zarządzania państwem*, Pracowania Wydawnicza Elset, Olsztyn 2010.
- Kożuch A., *Zarządzanie lokalne: stymulowanie rozwoju obszarów wiejskich*, „Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego” 2009, nr 23.
- Kożuch B., *Współpraca międzyorganizacyjna w zarządzaniu publicznym*, w: *Sprawniejsze państwo*, red. W. Kieżun, Poltext, Warszawa 2015.
- Kraśnicka T., Głód G., Wronka M., *Koncepcja przedsiębiorczych władz samorządu terytorialnego szczebla podstawowego*, w: *Przedsiębiorczość w sektorze publicznym. Wybrane zagadnienia i wyniki badań*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2011.
- Krätke S., *Creative Cities' and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida's Approach to Urban Theory*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2010, vol. 34, no. 4.
- Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności*, red. A. Klasik, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2008.
- Kreatywne miasto – kreatywna aglomeracja*, red. A. Klasik, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2009.
- Kreatywność i innowacje według J. Adaira*, red. N. Thomas, Wolter Kluwer business, Kraków 2009.

- Kreatywność i innowacyjność w erze cyfrowej*, red. A. Zorska, M. Miłęda-Zdziech, B. Jung, Wyd. SGH, Warszawa 2014.
- Kreatywny łańcuch. Powiązania sektora kultury i kreatywnego w Polsce*, red. S. Szultka, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego–Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2014, www.ibngr.pl (8.03.2016).
- Kreatywny, kreatywność a twórczy, twórczość*, http://portalwiedzy.onet.pl/140623kreatywny_kreatywnosc_a_tworczy_tworczość_haslo.html (8.08.2013).
- Kreativni ekonomika. Trendy, wyzwania, príležitosti*, red. J. Kludowa, Grada, Praha 2010, <https://www.kosmas.cz/...ekonomika/.../kreativni-ekonomika-auto> (22.01.2015).
- Kronenberg J., Bergier T., *Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce*, Fundacja Sendzimira, Kraków 2010.
- Król H., Ludwiczynski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji*, PWN, Warszawa 2006.
- Król M., *Kreatywność w miejscu pracy*, „World Journal of Theoretical and Applied Sciences” 2015, no. 2(3).
- Król M., *Oczekiwania pracodawców wobec kreatywności pracowników*, „Organizacja i Zarządzanie” 2013, nr 1(21).
- Kryk B., *Środowiskowe uwarunkowania jakości życia w województwie zachodniopomorskim na tle Polski*, „Ekonomia i Środowisko” 2015, nr 3(54).
- Krzemionka-Bróda D., Ryń D., *Słodkiego, twórczego życia*, „Charaktery” 2006, nr 4.
- Krzysztofek K., *Przemysły kultury a globalizacja – wnioski dla Polski*, w: *Kultura i przemysły kultury szansą rozwojową dla Polski*, red. J. Szomburg, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2002.
- Kształtowanie kreatywnego kapitału ludzkiego*, red. A. Lipka, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2012, nr 83.
- Kuciński K., *Geografia ekonomiczna. Zarys teoretyczny*, Wyd. SGH, Warszawa 2000.
- Kuciński K., *Gospodarka regionalna*, Kurpisz, Poznań 2002.
- Kudelko J., *Rola europejskiej polityki spójności w krajowej i regionalnej polityce*, w: *Jaka polityka spójności po 2013?*, red. M. Klamut, E. Szostak, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2010.
- Kudłacz M., Mazur-Kurach P., *Formy zarządzania publicznego w kontekście rozwoju miast w Polsce*, „Zarządzanie Publiczne” 2015, nr 4(34).
- Kudłacz T., *Ekonomiczne aspekty gospodarowania przestrzenią miasta i regionu. Zarys problemu*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie” 2014, nr 12(936).
- Kudłacz T., *Prognozowanie rozwoju regionalnego*, PWN, Warszawa 1999.
- Kulesza M., Sześciło D., *Polityka administracyjna i zarządzanie publiczne*, Lex a Wolters Kluwer business, Warszawa 2013.
- Kulturowe aspekty transformacji ekonomicznej*, red. J. Kochanowicz, S. Mandesa, M. Marody, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2007.
- Kwaśnicki W., *Ekonomia ewolucyjna – alternatywne spojrzenie na proces rozwoju gospodarczego*, cz. I, „Gospodarka Narodowa” 1996, nr 10.
- Kwaśnicki W., *Ekonomia ewolucyjna – alternatywne spojrzenie na proces rozwoju gospodarczego*, cz. II, „Gospodarka Narodowa” 1996, nr 11.

- Kwiatkowski E., Włodarczyk P., *Podstawy teoretyczne analiz i prognoz rynku pracy*, „Polityka Społeczna” 2014, nr 1.
- Landry Ch., Bianchini F., *The Creative City*, www.demos.co.uk/files/thecreativecity.pdf (12.09.2013).
- Landry Ch., *Kreatywne miasto*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013.
- Landry Ch., *The City. A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, London 2008.
- Landry Ch., *The Creative City Index: Measuring the Creative Pulse of Your City*, www.charleslandry.com (12.09.2015).
- Lepawsky J., Phan Ch., Greenwood R., *Metropolis on the Margins: Talent Attraction and Retention to the St. John's City-region*, vol. 54, issue 3, Fall / Autumn 2010.
- Lipiński K., *Formy kreatywności samorządu wiejskiego i ich skuteczność na przykładzie gminy Pyrzyce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Usług” 2009, nr 29.
- Lipka A., Król M., Winnicka-Wejs A., *Kreatywność i rutyna w działalności personalnej. Podstawy HR-owego kreacjonizmu*, Difin, Warszawa 2011.
- Lipowska J., *Zależność kreatywności pracowników od elementów środowiska pracy*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2013, nr 1.
- Lisowska R., *Barriere rozwoju działalności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw na terenach wiejskich na przykładzie województwa łódzkiego*, w: *Małe i średnie przedsiębiorstwa – szanse i zagrożenia rozwoju*, red. N. Daszkiewicz, CeDeWu, Warszawa 2007.
- Lissowska M., *Teoria „kreatywnej destrukcji” a współczesne procesy rozwojowe*, w: *Polityka gospodarcza w poszukiwaniu nowego paradygmatu*, red. J. Staciewicz, „Prace i Materiały IRG SGH” 2013, nr 92.
- Lizińska W., Marks-Bielska R., Kisiel R., *Atrakcyjność inwestycyjna gmin i znaczenie w jej kształtowaniu preferencji specjalnej strefy ekonomicznej*, „Roczniki Nauk Rolniczych. Seria G, Ekonomia Rolnictwa” 2011, t. 98, z. 3.
- Luecke R., Katz R., *Zarządzanie kreatywnością i innowacją, Techniki twórczego myślenia*, Harvard Business Essentials. MT Biznes, Konstancin-Jeziorna 2005.
- Łuczyszyn A., *Nowe kierunki rozwoju lokalnego ze szczególnym uwzględnieniem peryferyjnych ośrodków w metropoliach*, CeDeWu, Warszawa 2013.
- Łukasiewicz G., *Kapitał ludzki organizacji*, PWN, Warszawa 2009.
- Łukasik B., Adamska-Staroń M., Piasecka M., *Twórcze myślenie*, Akademia im. J. Długosza w Częstochowie, Częstochowa 2009.
- Maciejasz-Świątkiewicz M., Musiał M., *Zarys ekonomii behawioralnej. Wprowadzenie do psychologicznych aspektów gospodarowania*, Wyd. UO, Opole 2014.
- Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A., *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych. Raport końcowy*, Ministerstwo Gospodarki-Ecorys, Warszawa 2009.
- Maik W., *Nowe ujęcie kwestii lokalnej w teorii społecznej i praktyce planistycznej*, w: *Gospodarka przestrzenna i regionalna w trakcie przemian*, red. W. Kosiedowski, Wyd. UMK, Toruń 1995.
- Majer A., *Odrodzenie miast*, Wyd. UŁ-Scholar, Łódź-Warszawa 2014.
- Majewska J., *Wyzwalanie ducha przedsiębiorczości w środowisku społecznym gminy dla rozwoju lokalnego*, w: *Rola przedsiębiorczości w podnoszeniu konkurencyjności*

- społeczeństwa i gospodarki, red. Z. Ziolo, T. Rachwał, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2006, nr 2.
- Makiela Z., *Przedsiębiorczość regionalna*, Difin, Warszawa 2008.
- Makowiec M., *Czynniki wpływające na kreatywność i zaangażowanie pracowników generacji Y*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu” 2011, nr 172.
- Malara Z., *Przedsiębiorstwo w globalnej gospodarce*, PWN, Warszawa 2006.
- Malczewski M., *Zasoby naturalne, postęp techniczny a długookresowy wzrost gospodarczy*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu” 2011, nr 176.
- Malecki E.J., *The R&D Location Decision of the Firm and “Creative” Regions – A Survey*, „Technovation” 1987, no. 6.
- Malik K., Bedunka K., *Specjalizacje inteligentne w równoważeniu rozwoju regionu*, „Handel Wewnętrzny” 2013, nr 6, t. I: *Trendy, wyzwania i dylematy zrównoważonego rozwoju*.
- Małe miasta a rozwój lokalny i regionalny*, red. K. Heffner, Wyd. AE w Katowicach, Katowice 2005.
- Mandel M., *Praca, praca, praca*, „Business Week – edycja polska” 2005, nr 20(184).
- Marchewka K., *Główne nurty w teorii kapitału*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2000, z. 3.
- Markowska M., Sokołowski A., Strahl D., *Taksonomia dynamiki zmian struktury zatrudnienia w nowoczesnym przemyśle i usługach w regionach Unii Europejskiej*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 2014, nr 26.
- Markowski T., *Teoretyczne podstawy rozwoju lokalnego i regionalnego*, w: *Gospodarka regionalna i lokalna*, red. Z. Strzelecki, PWN, Warszawa 2008.
- Markowski T., *Zarządzanie rozwojem miast*, PWN, Warszawa 1999.
- Markusen A., Wassall G.H., De Natale D., Cohen R., *Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches*, „Economic Development Quarterly” 2008, vol. 22, no. 1.
- Markusen A., *Urban Development and the Politics of the Creative Class: Evidence from the Study of Artists*, „Environment and Planning A” 2006, no. 38(1), <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.461.9261&rep=rep1&type=pdf> (8.12.2014).
- Marszał T., *Funkcje obszaru metropolitalnego Łodzi*, w: *Obszar metropolitalny Łodzi – wyzwania i problemy*, red. K. Bald, T. Markowski, „Biuletyn KPZK PAN” 2005, z. 215.
- Martin-Berlot H., Grossetti M., Eckert D., Gritsai O., Kovacs Z., *The Spatial Mobility of the Creative Class: A European Perspective*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2010, vol. 34, issue 4.
- Maślak E., *J.A. Schumpeter pół wieku później – współczesna recepcja teorii*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2002, z. 2.
- Matusiak M., *Potencjał gospodarczy, innowacyjny i kreatywny wybranych metropolii europejskich*, w: *Kreatywne miasta i aglomeracje*, red. A. Klasik, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach” 2009.
- Mazur B., *Zarządzanie w warunkach różnorodności zasobów ludzkich*, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok 2009.

- Mazurkiewicz A., *Kapitał ludzki w procesie kształtowania sprawności organizacji*, Wyd. UR, Rzeszów 2010.
- Maźnica Ł., *Kultura jako determinanta rozwoju społeczno-gospodarczego*, „*Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*” 2014, nr 2.
- Mączyńska E., *Cywilizacyjne uwarunkowania rozwoju Polski*, „*Biuletyn Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego*” 2011, nr 5/55.
- McGowan P., *Innowacje i przedsiębiorczość wewnętrzna*, w: *Praktyka kierowania*, red. D.M. Stewart, PWE, Warszawa 1994.
- Mendus S., *Tolerance and the Limits of Liberalism*, Humanities Press, Atlantic Highlands 1989.
- Metody oceny rozwoju regionalnego*, red. D. Strahl, Wyd. AE we Wrocławiu, Wrocław 2006.
- Męczyński M., Konecka-Szydłowska B., Gadziński J., *Poziom rozwoju społeczno-gospodarczego i klasyfikacja małych miast w Wielkopolsce*, Wyd. UAM, Poznań 2010.
- Miedzianowska M., *Wpływ realizacji polityki regionalnej Unii Europejskiej na klasę kreatywną w Polsce*, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2013, <https://depotuw.ceon.pl/bitstream/handle/item/667/Wp%C5%82yw%20realizacji%20polityki%20regionalnej%20Unii%20Europejskiej%20na%20klas%C4%99%20kreatywn%C4%85%20w%20Polsce.%20M.Miedzianowska.pdf?sequence=1> (8.12.2014).
- Mikosik S., *Teoria rozwoju gospodarczego Josepha A. Schumpetera*, PWN, Warszawa 1993.
- Miszczak K., *Kapitał społeczny, ludzki i kreatywny w rozwoju gospodarczym*, „*Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*” 2014, nr 341.
- Miszczuk A., Miszczuk M., Żuk K., *Gospodarka samorządu terytorialnego*, PWN, Warszawa 2007.
- Mizera-Pęczek P., *Błędy w procesie selekcji pracowników kreatywnych*, „*Marketing i Rynek*” 2016, nr 3 (CD).
- Młodak A., *Analiza taksonomiczna w statystyce regionalnej*, Difin, Warszawa 2006.
- Mohr J., Sengupta S., Slater S., *Marketing of High-Technology Products and Innovations*, Pearson Education, New Jersey 2010.
- Montgomery J., *Beware 'the Creative Class'. Creativity and Wealth Creation Revisited*, „*Local Economy*” 2005, vol. 20, no. 4.
- Morbitzer J., *Kreatywność jako istotna kategoria aksjologiczna we współczesnej edukacji*, w: *Edukacja jutra. Polityka, aksjologia i kreatywność w edukacji jutra*, Oficyna Wydawnicza Humanitas, Sosnowiec 2012.
- Moszkowicz M., *Przedsiębiorczość i innowacyjność w gospodarce opartej na wiedzy*, w: *Uwarunkowania przedsiębiorczości – aspekty ekonomiczne i antropologiczne*, red. K. Jaremczuk, PWSZ, Tarnobrzeg 2006.
- Mroziewski M., *Kapitał intelektualny współczesnego przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2008.
- Muraszkiewicz M., *Technologia a przemysł kultury*, w: *Kultura i przemysł kultury szansą rozwojową dla Polski*, red. J. Szomburg, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2002.
- Murzyn-Kupisz M., *Dziedzictwo kulturowe a rozwój lokalny*, „*Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego*” 2012, nr 221.

- Namyślak B., *Zróźnicowanie poziomu rozwoju sektora kultury w miastach wojewódzkich w Polsce*, „Prace Geograficzne” 2013, z. 134.
- Narski Z., *Ekonomia w rozwoju. Historia myśli ekonomicznej*, Suspens, Toruń 2001.
- Natura, człowiek, technologia*, red. K. Potyrała, A. Kornaś, Wyd. UP, Kraków 2013.
- Neary J.P., *Two and a Half Theories of Trade*, Frank D. Graham Memorial Lecture, Princeton University, Princeton 2009.
- Nedomlelova I., *Methodology and Method of Economics or Theories of Regional Development*. In Proceedings of the 11th International Conference Liberec Economic Forum 2013. 1. wyd., Technická Univerzita v Liberci, Liberec 2013.
- New Europeans and Culture*, Eurobarometr. EU Comission, Brussels 2003, July. Raport on the State of Cultural Cooperation in Europe, EU Commission, Brussels 2003.
- Nęcka E., Orzechowski J., Słabosz A., Szymbura B., *Trening twórczości*, GWP, Gdańsk 2005.
- Niedzielski P., Rychlik K., *Innowacje i kreatywność*, Wyd. US, Szczecin 2006.
- Niegowska D., *Samorząd terytorialny a rozwój gospodarki lokalnej*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu” 1992, z. 205.
- Nikitorowicz J., *Edukacja regionalna i międzykulturowa*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
- Noga M., *Co decyduje o rozwoju gospodarczym? Wzrost gospodarczy a innowacje*, http://www.wctt.pl/site_media/uplad/downloads/d3pyb3N0LWc/wzrost-gospodarczy-a-innowacje.pdf (12.11.2014).
- Nogaj W., *Globalizacja a lokalizacja działalności gospodarczej*, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2011, nr 7.
- Nogalski B., Niewiadomski P., *Implementacja systemu pomiaru kosztów pracy w procesie produkcji części i podzespołów na rynku maszyn rolniczych – ku elastycznej organizacji*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse. Rynki Finansowe. Ubezpieczenia” 2015, nr 73.
- Nowak E., *Metody taksonomiczne w klasyfikacji obiektów społeczno-gospodarczych*, PWE, Warszawa 1990.
- Nowak J., *Modernizacja lokalnej administracji publicznej a rozwój lokalny*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2006.
- Nowak S., *Metodologia badań socjologicznych*, PWN, Warszawa 1970.
- Nowakowska A., *Regionalny kontekst procesów innowacyjnych*, w: *Budowanie zdolności innowacyjnych regionów*, Biblioteka, Łódź 2009.
- Nowoczesne metody i narzędzia zarządzania rozwojem lokalnym i regionalnym*, red. A. Nowakowska, Wyd. UŁ, Łódź 2015.
- Nowoczesne miasto. Badania, instrumenty, analizy*, red. Z. Przygodzki, M. Sokołowicz, Wyd. UŁ, Łódź 2008.
- Nowoczesność przemysłu i usług. Przedsiębiorczość i innowacje. Uwarunkowania i czynniki rozwoju*, red. J. Pyka, TNOiK, Katowice 2007.
- Noworól A., *Bariery rozwoju lokalnego w Polsce. Współpraca dla rozwoju*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Administracji Publicznej w Szczecinie” 2008, nr 1.
- Nowosielska E., *Teoria Christallera – prawda i mity*, Wyd. PAN, Wrocław–Warszawa–Kraków 1992.

- Nowy słownik ekonomiczny przedsiębiorcy, Znicz, Warszawa–Szczecin 2004.
- Nowy słownik języka polskiego, red. E. Sobol, PWN, Warszawa 2003.
- Obrebski M., *Rozwój regionalny – identyfikacja, pomiar i ocena*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2002.
- Obszary funkcjonowania w województwie podkarpackim*, Zarząd Województwa Podkarpackiego, Podkarpackie Biuro Planowania Przestrzennego w Rzeszowie, Załącznik do uchwały nr 86/1977/15 Zarządu Województwa Podkarpackiego z 25 sierpnia 2015, http://www.bip.podkarpackie.pl/attachments/article/2159/OFWP_PBPP_082015.pdf (4.12.2015).
- Ochojski A., *Współpraca, kreatywność i innowacyjność w miastach*, *Sektor kreatywny jako katalizator przemian strukturalnych w regionie*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2014.
- Okraszewska A., Brzeziński I., Kwiatkowski J., *Lokalny rozwój gospodarczy w kontekście wstąpienia Polski do Unii Europejskiej*, FRDL, Warszawa 2002.
- Olejniczak A., *Efektywne zarządzanie czasem – wybrane zagadnienia*, „Marketing i Rynek” 2014, nr 3 (CD).
- Olesiński Z., *Rola gmin w kreowaniu lokalnej przedsiębiorczości w gminie*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2010, nr 109.
- Opisowe modele ekonometryczne elementy teorii przykłady i zadania*, red. N. Łapińska-Sobczak, Wyd. UŁ, Łódź 2001.
- Our Creative Diversity*. Raport of UN/UNESCO World Commission an Culture and Development, Paris 1996, <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001055/105586e.pdf> (12.11.2013).
- Pająk K., *Rola samorządu terytorialnego w kształtowaniu rozwoju lokalnego*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2005.
- Pająk K., *Samorząd terytorialny a rozwój lokalny w Polsce w procesie transformacji*, Holding Edukacyjny P. Pietrzyk, Wrocław 2001.
- Pająk K., *Samorząd terytorialny w Polsce. Wybrane aspekty jego funkcjonowania*. Wyd. Akademii Bydgoskiej im. K. Wielkiego, Bydgoszcz 2003.
- Parysek J., *Podstawy gospodarki lokalnej*, Wyd. UAM, Poznań 1997.
- Parysek J., *Podstawy gospodarki lokalnej*, Wyd. UAM, Poznań 2001.
- Parysek J., *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju lokalnym. Rozwój lokalny – zagospodarowanie przestrzenne i nisze atrakcyjności gospodarczej*, PWN, Warszawa 1995.
- Pasieczny J., *Profile gmin w Polsce – zarządzanie rozwojem i zmianami*, Wyd. UW, Warszawa 2008.
- Pastuszek M., *Zrozumieć kreatywność*, Wyd. PJATK, Warszawa 2015.
- Peck J., *Struggling with the Creative Clas*, „International Journal of Urban and Regional Research” 2005, no. 29.
- Peryt M., *Budowanie wartości*, „Gazeta Bankowa” 2002, nr 15.
- Peszta K., Dziemianowicz W., *Inteligentne specjalizacje województw – między nadzieją a kolejnym rozczarowaniem*, w: *Dynamika, cele i polityka zintegrowanego rozwoju regionów*, red. W.M. Gaczek, Bogucki, Poznań 2013.
- Piasecki R., *Ekonomia rozwoju*, PWE, Warszawa 2007.

- Pichierra A., *Concentration and Local Development*, „International Journal and Regional Research” 2002.
- Piekara A., Niewiadomski Z., *Samorząd terytorialny i rozwój lokalny*, Wyd. UW–Centrum Studiów Samorządu Terytorialnego i Rozwoju Lokalnego, Warszawa 1996.
- Piekara A., *Wartość, istota, uwarunkowania i funkcje społeczne samorządu terytorialnego a rozwój lokalny*, w: *Samorząd terytorialny a rozwój lokalny*, Warszawa 1996.
- Pierścionek Z., *Strategie rozwoju firmy*, PWN, Warszawa 1997.
- Pietraś M., *Istota i zakres procesów globalizacji*, „Sprawy Międzynarodowe” 2002, nr 2.
- Pietroń-Pyszczyk A., *Rozwój własnej kreatywności osób wchodzących na rynek pracy – wyniki badań empirycznych*, „Zarządzanie i Finanse” 2013, nr 4, cz. 2.
- Pietrzyk I., *Globalizacja, integracja europejska a rozwój regionalny*, w: *Wiedza, innowacyjność, przedsiębiorczość a rozwój regionów*, red. A. Jewtuchowicz, Wyd. UŁ, Łódź 2004.
- Pietrzyk I., *Polityka regionalna UE i regiony w państwach członkowskich*, PWN, Warszawa 2000.
- Pietrzyk I., *Teoretyczne podstawy rozwoju lokalnego*, w: *Związki polityki gospodarczej z polityką regionalną*, red. R. Broszkiewicz, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 1997, nr 768.
- Pięta-Kanurska M., *Budowanie lokalnego kapitału kreatywności w metropolii (na przykładzie Wrocławia Nadodrze)*, „Biblioteka Regionalisty” 2015, nr 13.
- Planowanie jako instrument zintegrowanego zarządzania w jednostkach samorządu terytorialnego*, red. T. Markowski, M. Turała, Wyd. UŁ, Łódź 2015.
- Pluta A., *Kreatywność zasobów ludzkich w świetle badań empirycznych mieszkańców obszarów wiejskich*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 2007, nr 1184.
- Pluta W., *Wielowymiarowa analiza porównawcza w badaniach ekonomicznych*, PWE, Warszawa 1977.
- Podkarpacie w procesach transformacji np. powiatu ropczycko-sędziszowskiego*, red. B. Blachnicki, Millenium, Tyczyn 2002.
- Podogrodzka M., *Indeks Floridy „3T” – Talent: propozycja korekty*, w: *Kreatywna gospodarka w mieście i aglomeracji*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2012.
- Podogrodzka M., *Kapitał kreatywny a rozwój gospodarczy regionu w Polsce*, „Studia Ekonomiczne” 2013, nr 3.
- Podogrodzka M., *Klasa kreatywna a kapitał kreatywny – wzajemne powiązania – przykład Polski*, w: *Problemy społeczno-ekonomiczne w relacjach międzynarodowych: analiza modelowa rozwoju regionów*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2014.
- Podogrodzka M., *Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju gospodarczego Polski a klasa kreatywna. Sektor kreatywny jako katalizator przemian strukturalnych w regionie*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2014.
- Polowczyk J., *Elementy ekonomii behawioralnej w dziełach A. Smitha*, „Ekonomista” 2010, nr 4.
- Polowczyk J., *Podstawy ekonomii behawioralnej*, „Przegląd Organizacji” 2009, nr 12.

- Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*, red. M. Boni, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009, https://www.mpips.gov.pl/gfx/mpips/userfiles/_public/1_NOWA%20STRONA/Aktualnosci/seniorzy/badania%20aktywne%20starzenie/pl_2030_wyzwania_rozwojowe.pdf (12.11.2014).
- Pomykański A., *Innowacyjność organizacji*, Wyd. Naukowe Wyższej Szkoły Kupieckiej, Łódź 2009.
- Popek S., *Człowiek jako jednostka twórcza*, Wyd. UMCS, Lublin 2001.
- Popper K., *Spoleczeństwo otwarte i jego wrogowie*, t. 2, PWN, Warszawa 2006.
- Poskrobko B., *Kreatywność pracowników jako narzędzie kształtowania zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2015, nr 376.
- Potoczek A., *Polityka regionalna i gospodarka przestrzenna*, TNOiK, Toruń 2003.
- Pożycka P., *Łódź – miasto kreatywne. Badanie potencjału kreatywnego Łodzi na tle wybranych miast Polski*, Łódź 2012, http://nck.pl/media/study/analiza_potrzeb_i_rozwoju_przemysw_kreatywnych.pdf (8.06.2014).
- Pratt A.C., *Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class*, „Geografiska Annaler” 2008, no. 90, <http://eprints.lse.ac.uk> (4.02.2015).
- Proctor T., *Twórcze rozwiązywanie problemów*, GWP, Gdańsk 2002.
- Przedsiębiorczość a rozwój regionalny*, red. K. Kuciński, Difin, Warszawa 2010.
- Przedsiębiorczość i innowacyjność jako czynnik rozwoju regionalnego i lokalnego*, red. W. Kosiedowski, UMK–Wrocławskie Towarzystwo Naukowe, Włocławek 2002.
- Przybyszewski R., *Administracja publiczna wobec przemian społeczno-ekonomicznych epoki informacyjnej*, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2009.
- Przygodzki Z., Pożycka P., *Rozwój i zróżnicowanie sektora kreatywnego w Łodzi*, „Studia Ekonomiczne Regionu Łódzkiego. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne oddział w Łodzi” 2013, nr IX.
- Psychologia twórczości. Nowe horyzonty*, red. S. Popek, R.E. Bernacka, C.W. Domański, B. Gawda, D. Turska, A.M. Zawadzka, Wyd. UMCS, Lublin 2009.
- Puliński W., *Kapitał ludzki i społeczny jako czynnik rozwoju regionów wiejskich w Polsce*, w: *Rozwój regionalny – podstawowe cele i wyzwania*, red. A.F. Bocian, Wyd. UwB, Białystok 2007.
- Raport OECD Culture and Local Development*, OECD Publishing, 2005, <http://www.oecd.org/leed-forum/publications/Culture%20and%20Local%20Development.pdf> (8.12.2014).
- Raport Regionalne Systemy Innowacyjne w Polsce – doświadczenia i perspektywy*, PARP, Warszawa 2013.
- Raszkowski A., *Rola kreatywności w funkcjonowaniu organizacji usługowych*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu” 2015, nr 37.
- Raszkowski A., *Strategia rozwoju lokalnego jako element procesu kształtowania kreatywnego kapitału ludzkiego*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2015, nr 394.
- Ratajczak M., *Infrastruktura a wzrost i rozwój gospodarczy*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2000, nr 4.

- Rausch S., Negry C., *Does the Creative Engine Run? A Consideration of the Effect of Creative Class on Economic Strength and Growth*, „Journal of Urban Affairs” 2006, no. 28.
- Reese L., *Creative Class or Procreative Class: Implications for Local Economic Development Policy*, „Theoretical and Empirical Researches in Urban Management” 2012, vol. 7, issue 1.
- Reese L., Faist J., Sands G., *Measuring the Creative Class: Do We Know it When We See It?*, „Journal of Urban Affairs” 2010, vol. 32, no. 3.
- Region społeczno-ekonomiczny i rozwój regionalny*, red. J. Parysek, T. Strykiewicz, Bogucki, Poznań 2008.
- Regionalne uwarunkowania rozwoju wiejskich obszarów przygranicznych Polski i Ukrainy*, red. A. Czudec, G. Ślusarz, Uniwersytet Rzeszowski i Państwowy Uniwersytet Rolniczy we Lwowie – Dublanach, Rzeszów 2003.
- Richta R., *Cywilizacja na rozdrożu*, Książka i Wiedza, Warszawa 1971.
- Robertson A., Abbey G., *Zarządzanie talentami*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2010.
- Rogowska M., *Kreatywność i sektor kultury jako czynniki determinujące rozwój współczesnych miast*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu” 2011, nr 39.
- Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne. Polska, Czechy, Niemcy*, red. S. Golinowska, „Raport IPiSS” 1998, z. 16.
- Rozwój ekonomii jako dziedziny nauki ze szczególnym uwzględnieniem tendencji do specjalizacji*, red. G. Musiał, Wyd. UE w Katowicach, Katowice 2011.
- Rozwój regionalny. Rozwój lokalny. Samorząd terytorialny*, t. 22, red. B. Gruchman, J. Tarkowski, Wyd. UW, Warszawa 1990.
- Rozwój w dobie globalizacji*, red. A. Bąkiewicz, U. Żuławska, PWE, Warszawa 2010.
- Rozwój, region, przestrzeń*, red. G. Gorzelak, A. Tucholska, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego i Centrum Europejskich Studiów Regionalnych i Lokalnych UW (Euro-reg), Warszawa 2007.
- Ruokolainen O., *Strategic Development of the Regional Cultural Economy: Four Forms of Cultural Capital*, „SENTE Working Papers” 2011, no. 33.
- Rybak M., *Kapitał ludzki a konkurencyjność przedsiębiorstw*, Poltext, Warszawa 2003.
- Rykiel Z., *Globalność a lokalność*, w: *Spoleczności lokalne. Teraźniejszość i przyszłość*, red. B. Jałowiecki, B. Łukawski, Scholar–Academia, Warszawa 2006.
- Rymarczyk J., *Internacjonalizacja i globalizacja przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2004.
- Sagan I., *Teorie rozwoju regionalnego i ich praktyczne zastosowanie*, KGE UG, Warszawa 2007.
- Schnook F.P., *Creative Class Theory, Methodology and Policy Implications*, w: *The Idea of Creative City. The Urban Policy Debate*, red. D. Wiktor-Mach, P. Radwański, Cracow 17–18 October 2013, European Scientific Institute, ESI (publishing), 2014.
- Schultz T.W., *Investing in People: The Economics of Population Quality*, University of California Press, Berkeley 1981.

- Schumpeter *Busines Cycles. A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, McGraw-Hill Book Company, New York-Toronto-London 1939.
- Schumpeter J., *Kapitalizm, socjalizm, demokracja*, PWN, Warszawa 1995.
- Schumpeter J., *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa 1960.
- Scot A.J., *Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions*, „Journal of Urban Affairs” 2006, no. 1(28).
- Secomski K., *Teoria rozwoju regionalnego i planowania*, PWE, Warszawa 1987.
- Sektor kreatywny w województwach pomorskim i kujawsko-pomorskim. Raport z badań*, red. M. Grochowski, S. Dudek-Mańkowska, M. Fuhrmann, T. Zegar, Agencja Rozwoju Pomorza S.A., Gdańsk 2012.
- Shionoya Y., *Schumpeter and the Idea of Social Science*, Cambridge University Press, Tokyo 2007.
- Siemaszko A., *Granice tolerancji: o teoriach zachowań dewiacyjnych*, PWN, Warszawa 1993.
- Skica T., *Instrumenty wspierania przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny (na przykładzie woj. podkarpackiego)*, „Samorząd Terytorialny” 2008, nr 1-2.
- Skrzypek E., *Integracja rynku finansowego w warunkach Nowej Ekonomii*, w: *Aktualne wyzwania ekonomii*, red. Z. Kwaśniak, W. Żukow, Radomska Szkoła Wyższa, Radom 2009.
- Skubik B., *Rola partnerstwa i współpracy w realizacji zrównoważonego rozwoju na obszarach wiejskich*, „Handel Wewnętrzny” 2013, nr 6, t. I: *Trendy, wyzwania i dylematy zrównoważonego rozwoju*.
- Słaby T., *Analiza statystyczna rozkładów cech determinujących rozwój sektora kreatywnego w powiatach. Polska (na podstawie danych 2009-2012)*, opracowanie na potrzeby projektu Obserwatorium Przemysłów Kreatywnych, http://ekonomia-wkulturze.pl/res/006-analiza_danych_OPK.pdf (8.03.2016).
- Słonimska B., *Gmina w procesach stymulowania przedsiębiorczości*, „Samorząd Terytorialny” 2005, nr 7-8.
- Słownik ekonomiczny dla przedsiębiorcy w warunkach rynku*, Znicz, Szczecin 1994.
- Słownik socjologii i nauk społecznych*, red. G. Marshall, PWN, Warszawa 2004.
- Smolarek M., Dzieńdziora J., Piontek A., *Kreatywność i innowacyjność w budowaniu postaw organizacji na przykładzie policji*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie” 2016, nr 2.
- Sobczak E., *Harmonijność inteligentnego rozwoju województw Polski*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2014, nr 331.
- Sokół A., *Zarządzanie twórczością w organizacji. Koncepcje, metody i narzędzia*, CeDeWu, Warszawa 2015.
- Solek A., *Ekonomia behawioralna a ekonomia neoklasyczna*, „ZN PTE”, Kraków 2010, z. 8.
- Stackelberg K., Hahne U., *Teorie rozwoju regionalnego*, w: *Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne*, red. S. Golinowska, Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa 1998.
- Stankiewicz M.J., *Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalnych*, TNOiK, Toruń 2002.

- Stawasz E., *Innowacje a mała firma*, Wyd. UŁ, Łódź 1999.
- Stawasz D., *Współczesne uwarunkowania rozwoju polskich regionów*, Wyd. UŁ, Łódź 2000.
- Stepnicka N. *Koncepcja twórczej destrukcji Schumpetera a wyzwania współczesnej gospodarki*, https://www.infona.pl/resource/.../0e21f528-71c5-37c8-82a9-ca1efd25ee15http://www.ue.katowice.pl/fileadmin/_migrated/content_uploads/3_N.Stepnicka_Koncepcja_tworczej_destrukcji...pdf 2013 (8.12.2014).
- Stiglitz J.E., *Globalizacja*, PWN, Warszawa 2004.
- Stonehouse G., Hamill J., Campbell D., Prudie T., *Globalizacja. Strategie i zarządzanie*, Felberg SJA, Warszawa 2001.
- Strategiczne diagnozy i perspektywy rozwoju społeczno-ekonomicznego Polski w nowych uwarunkowaniach światowych i europejskich*, red. A. Prusek, Wyd. UE w Krakowie, Kraków 2014.
- Stryjakiewicz T., Męczyński M., *Klasa kreatywna w dużym mieście*, „Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna” 2015, nr 31.
- Stryjakiewicz T., Męczyński M., Stachowiak K., *Sektor kreatywnej wiedzy w Poznaniu i powiecie poznańskim w świetle wyników międzynarodowego projektu ACRE*, w: *Powiat poznański. Jakość przestrzeni i jakość życia*, red. T. Kaczmarek, A. Mizgajski, Bogucki, Poznań 2008.
- Stryjakiewicz T., Stachowiak K., *Sektor kreatywny w poznańskim obszarze metropolitalnym*, t. 1: *Uwarunkowania, poziom i dynamika rozwoju sektora kreatywnego w poznańskim obszarze metropolitalnym*, Bogucki, Poznań 2010.
- Sudoł S., *Zarządzanie jako dyscyplina naukowa*, „Współczesne Zarządzanie. Kwartalnik Środowisk Naukowych i Liderów Biznesu” 2007, nr 1.
- Sugier-Szerega A., *Korporacje medialne a cechy kultury globalnej*, „Kultura i Społeczeństwo” 2004, nr 4.
- Szacki J., *Historia myśli socjologicznej*, PWN, Warszawa 2006.
- Szafranek E., *Sfera badawczo-rozwojowa jako element kształtowania kreatywności małych ośrodków akademickich o skali regionalnej*, w: *Rola kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju miast i aglomeracji*, red. A. Klasik, Wyd. UE w Katowicach, Katowice 2010.
- Szara K., *Czynniki warunkujące rozwój kapitału kreatywnego w regionach Ukrainy*, w: *Studia wschodnie Polityka – Gospodarka – Biznes*, red. M. Hudzikowski, A. Zapalowski, Instytut Geopolityki, Częstochowa 2014,
- Szara K., *Innowacyjność i kreatywność jako determinanty rozwoju regionalnego*, „Turystyka i Rozwój Regionalny” 2015, nr 3.
- Szara K., *Kinds and Character of Joint-action in an Organisation Within a Region*, w: *Determinants and Sources of Development of Enterprises in the Region*, red. R. Fedan, K. Szara, Wyd. UR, Rzeszów 2013.
- Szara K., *Kreatywność a innowacyjność w działalności przedsiębiorców*, „Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, Prace z Zakresu Zarządzania. Innowacje w nowoczesnych organizacjach. Aspekty ekonomiczne i społeczne” 2014, nr 1.
- Szara K., *Uwarunkowania rozwoju w świetle koncepcji „3T”*, „Optimum. Studia Ekonomiczne” 2015, nr 1.

- Szczepański J., *Polska lokalna*, w: *Spoleczeństwo i gospodarka w Polsce lokalnej*, red. B. Jałowiecki, Wyd. UW, Warszawa 1992.
- Szczerski K., *Administracja publiczna w modelu zarządzania wielopasmowego*, Centrum Europejskie Natolin, Warszawa 2005.
- Szemiatiętkow W.G., *Teorie kapitału*, PWE, Warszawa 1981.
- Szewczuk A., Kogut-Jaworska M., Ziolo M., *Rozwój lokalny i regionalny. Teoria i praktyka*, C.H. Beck, Warszawa 2011.
- Szlachta J., *Nowe uwarunkowania trzeciej generacji strategii rozwoju regionalnego w Polsce*, „Prace i Materiały Instytutu Rozwoju Gospodarczego SGH” 2014, nr 94.
- Szlachta J., *Przyszłość studiów i badań regionalnych w Polsce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Studia Regionalne w Polsce: Teoria, Polityka, Projektowanie” 2005.
- Szmidt K.J., *Pedagogika twórczości*, GWP, Sopot 2013.
- Szopiński J., *Kreatywność menedżerów a ich funkcjonowanie rodzinne, zawodowe i osobowościowe*, Wyd. UJ, Kraków 2004.
- Sztando A., *Bariery zarządzania strategicznego rozwojem lokalnym*, „Gospodarka Przemysłowa. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu” 2011, nr 240.
- Szymański W., *Czy globalizacja musi być irracjonalna*, Wyd. SGH, Warszawa 2007.
- Szymła Z., *Determinanty rozwoju regionalnego*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław–Warszawa–Kraków 2000.
- Szymła Z., *O miernikach oceny rozwoju regionów*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Studia Regionalne w Polsce: Teoria, Polityka, Projektowanie” 2005.
- Szymła Z., *Podstawy badań rozwoju regionalnego*, WSE, Bochnia 2005, nr 3.
- Ślusarczyk B., Szara K., *Kapitał kreatywny jako determinanta konkurencji np. przedsiębiorców i klasy kreatywnej*, „Marketing i Rynek” 2016, nr 3.
- Ślusarz G., *Działalność gospodarcza w obszarach wiejskich w dobie globalizacji*, w: *Możliwości i bariery rozwoju działalności gospodarczej w obszarach wiejskich*, red. A. Czudec, G. Ślusarz, Wyd. UR, Rzeszów 2004.
- Ślusarz G., *Studium społeczno-ekonomicznych uwarunkowań rozwoju obszarów wiejskich w świetle zagrożenia marginalizacją np. woj. podkarpackiego*, Wyd. UR, Rzeszów 2005.
- Śniegowska D., *Samorząd terytorialny a rozwój gospodarki lokalnej*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu” 1992, nr 205.
- Tatarkiewicz W., *Dzieje sześciu pojęć*, PWN, Warszawa 1975.
- Thulemark M., Hauge A., *Creativity in the Recreational Industry. Re-conceptualization of the Creative Class Theory in a Tourism-dominated Rural Area*, „Scandinavian Journal of Public Administration” 2014, no. 18(1).
- Torr G., *Zarządzanie kreatywnymi pracownikami*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2011.
- Torrance E.P., *Predictive Validity of the Torrance Test of Creative Thinking*, „The Journal of Creative Behavior” 1972, vol. 5.
- Towse R., *Ekonomia kultury. Kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.

- Trojane M., *Oddziaływanie władzy lokalnej na efektywność przedsięwzięć inwestycyjnych*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu” 1994, Seria II, z. 137.
- Trompenaars F., *Kultura innowacji. Kreatywność pracowników a sukces firmy*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2010.
- Turowski J., *Socjologia. Wielkie struktury społeczne*, Towarzystwo Naukowe KUL, Lublin 1994.
- UNCTAD, *Creative Economy Report 2008*, http://unctad.org/es/Docs/ditc20082cer_en.pdf (8.12.2014).
- Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, PWN, Warszawa 2003.
- Ulrich D., Brockbank W., *Tworzenie wartości przez dział HR*, Wolters Kluwer business, Kraków 2008.
- Ustawa z 24 lipca 1998 r. o wprowadzeniu zasadniczego trójstopniowego podziału terytorialnego państwa, Dz.U. 1998, nr 96, poz. 603.
- Van Heerden S., Bontje M., *What About Culture for the Ordinary Workforce? A Study on the Locational Preferences of the Creative Class in Prenzlauer Berg*, „Journal of Urban Affairs” 2014, vol. 36, issue 3.
- Vorley T., Mound O., Lawton-Smith H., *Introduction to Geographical Economies of Creativity, Enterprise and the Creative Industries*, „Geografiska Annaler” 2008, Series B, „Human Geography”, vol. 90, issue 2, June.
- W stronę kreatywności*, red. W. Dobrołowicz, M. Karwowski, Wyd. Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2002.
- Wallas G., *The Art of Thought*, Jonathan Cape, London 1926.
- Ward G., *Współczesna edukacja*, „Personel i Zarządzanie” 2009, nr 8.
- Wawrzyniak B., *Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie*, Difin, Warszawa 2003.
- Wertheimer M., *Productive Thinking*, Tavistock, London 1968.
- West R.A., *Rozwijanie kreatywności wewnątrz organizacji*, PWN, Warszawa 2000.
- Wiatrak A.P., *Zarządzanie gospodarką regionalną i lokalną*, Nauka–Edukacja, Warszawa 2000.
- Wieczorek P., *Nowy paradygmat rozwoju gospodarczego Polski – wiedza, innowacje, konkurencyjność*, „Kontrola Państwowa” 2016, nr 61.
- Wiedza. Encyklopedia popularna PWN*, PWN, Warszawa 1999.
- Wielka encyklopedia*, t. 12, red. J. Wojnowski, PWN, Warszawa 2002.
- Wierzbńska M., Sobolewski M., *Klasyfikacja powiatów województwa podkarpackiego ze względu na poziom życia ludności*, „Taksonomia” 2002, nr 9.
- Wiig K.M., *Application of Knowledge Management in Public Administration*, Knowledge Research Institute, Arlington 2006.
- Wilk R., Cliggett L., *Ekonomie i kultury. Podstawy antropologii ekonomicznej*, Wyd. UJ, Kraków 2011.
- Wilkin J., *Globalizm i lokalizm we współczesnym rozwoju gospodarczym*, w: *Rozwój gospodarczy i zmiany strukturalne w ujęciu regionalnym*, red. B. Koźuch, Wyd. UwB, Białystok 1997.
- Wilkin J., *Kultura a gospodarka*, <http://www.sprawynauki.edu.pl/features/the-community/312/3472-kultura-a-gospodarka> (2.12.2016).

- Winiarski B., *Polityka regionalna*, w: *Polityka gospodarcza*, red. B. Winiarski, PWN, Warszawa 2002.
- Wiśniewski J., *Ekonometryczne badanie zjawisk jakościowych. Studium metodologiczne*, Wyd. UMK, Toruń 1986.
- Wiśniewski Z., Maksim M., *Ewaluacja programów zatrudnienia: stan badań i nowe wyzwania*, „Edukacja Ekonomistów i Menedżerów: Problemy, Innowacje, Projekty” 2015, nr 4(38).
- Witkowska D., *Podstawy ekonometrii i teorii*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2005.
- Włazlak K., *Rozwój regionalny jako zadanie administracji publicznej*, Wolters Kluwer business, Warszawa 2010.
- Wład J., *Miasta województwa podkarpackiego*, Wyd. Turystyczne i Edukacyjne, Mielec 2006.
- Włodarczyk J., *Działalność innowacyjna i jej ograniczenia w polskiej gospodarce, w: Innowacje w rozwoju gospodarki i przedsiębiorstw: siły motoryczne i bariery*, red. E. Okoń-Horodyńska, A. Zachorowska-Mazurkiewicz, Wyd. Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2007.
- Wojciechowski E., *Zarządzanie w samorządzie terytorialnym*, Difin, Warszawa 2012.
- Wojciechowski E., *Zarządzanie w sektorze publicznym – od modelu tradycyjnego do governance*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i w praktyce*, red. D. Strahl, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu” 2007, nr 1164.
- Wojnar K., *Creative Class in Polish Cities*, w: *The Idea of Creative City. The Urban Policy Debate*, red. D. Wiktor-Mach, P. Radwański, Cracow 17–18 October 2013, European Scientific Institute, ESI (publishing), 2014.
- Wojnar K., *Polska klasa kreatywna*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2016.
- Wojnicka E., *System innowacyjny Polski z perspektywy przedsiębiorstw*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2004.
- Wojnicka-Sycz E., *Model terytorialnego biegunu wzrostu jako systemu czynników rozwojowych*, Wyd. UG, Gdańsk 2013.
- Wojtasiewicz L., *Czynniki i bariery rozwoju lokalnego w aktualnej polityce gospodarczej Polski*, w: *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, „Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu” 1996, nr 734.
- Wojtasiewicz L., *Czynniki rozwoju lokalnego – nowe ujęcie metodologiczne*, „Biuletyn KPZK PAN” 1997, z. 177.
- Wojtyna A., *Współczesna ekonomia – kontynuacja czy poszukiwanie paradygmatu?*, „Ekonomista” 2008, nr 1.
- Woodman R.W., Sawyer J.E., Griffin R.W., *Toward a Theory of Organizational Creativity*, „Academy of Management Review” nr 18(2), [citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.333\(8.12.2016\)](http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.333(8.12.2016)).
- Woźniak M.G., Jabłoński Ł., Soszyńska E., Firszt D., Bal-Woźniak T., *Kapitał ludzki w rozwoju innowacyjnej gospodarki i zarządzaniu innowacyjnością przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa 2015.
- Wrana K., *Lokalne strategie kreatywności oparte na sektorze kultury*, w: *Miasta – metropolie – regiony. Nowe orientacje rozwojowe*, red. A. Klasik, A. Kuźnik, Wyd. UE w Katowicach, Katowice 2014.

- Wronowska G., *Kapitał ludzki. Ujęcie teoretyczne*, Wyd. UE w Krakowie, Kraków 2012.
- Wszendybył-Skulska E., *The Role of Creativity in Development of Innovation in Tourism*, „Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)” 2013, vol. 9, no. 1.
- www.rsi.org.pl/dane/download/plik--2251378.pdf (2.03.2011).
- Wybrane regionalne i lokalne polityki publiczne w Polsce. 10 lat doświadczeń w warunkach członkostwa w Unii Europejskiej*, red. Z. Strzelecki, Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, Warszawa 2015.
- Wyrzykowi R., *Trening kreatywności. Skrypt dla studentów*, Wyd. AWF, Wrocław 2011.
- Zaborska-Jagiello A., *Kreatywne środowiska jako katalizator rewitalizacji*, „Architektura. Czasopismo Techniczne” 2012, z. 12.
- Zagórna-Jonszta U., *Teoria rozwoju gospodarczego i „twórczej destrukcji” Schumpetera oraz jej aktualność*, „Optimum Studia Ekonomiczne 2015, nr 3(75).
- Zakrzewska I., *Człowiek kreatywny według R. Floridy*, w: *Twórczość, kreatywność, innowacyjność. Wybrane zagadnienia*, red. M. Kuspił, A. Tychmanowicz, J. Zdybel, Wyd. UMCS, Lublin 2015.
- Zakrzewska-Półtorak A., *Rozwój regionalny w globalizującej się gospodarce*, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2012.
- Zalewski A., *Reformy sektora publicznego w duchu nowego zarządzania publicznego*, w: *Nowe zarządzanie publiczne w polskim samorządzie terytorialnym*, red. A. Zalewski, Wyd. SGH, Warszawa 2005.
- Zalewski A., *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki lokalnej*, „SGH. Monografie i Opracowania” 1994, nr 381.
- Zarzycki T., *Interdyscyplinarny model stosunków centro-peryferyjnych. Propozycje teoretyczne*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2007, nr 1(27).
- Zastępowski M., *Uwarunkowania potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, Wyd. UMK, Toruń 2010.
- Zawadzki S.M., *Podstawy planowania regionalnego*, PWE, Warszawa 1969.
- Zawicki M., *Nowe zarządzanie publiczne*, PWE, Warszawa 2011.
- Zawora J., *Ocena zdolności inwestycyjnej gmin Podkarpacia na tle kraju – ujęcie finansowe*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu” 2013, t. 46, nr 1.
- Zioło Z., *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej. Zarys modelu*, w: *Rola przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej*, red. Z. Zioło, T. Rachwał, „Przedsiębiorczość – Edukacja” 2007, nr 3.
- Zorska A., *Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach transnarodowych w gospodarce światowej*, PWN, Warszawa 2002.
- Zych A., *Wykorzystanie czynników innowacyjności w MŚP (np. branży rolno-spożywczej)*, praca doktorska, Uniwersytet Warszawski, 2013.
- Żabiński L., *Innowacyjne produkty systemowe i ich konsumpcja. Uwarunkowania, mechanizmy rozwoju*, „Konsumpcja i Rozwój” 2013, nr 1.
- Żurek M., *Kreatywność przedmiotem badań statystycznych*, „Edukacja Ustawiczna Dorosłych. Polish Journal of Continuing Education” 2011, nr 3.

ANEKS

Załącznik 1 Kwestionariusz możliwości rozwoju kapitału kreatywnego w przedsiębiorstwie

Proszę dokonać oceny w przedsiębiorstwie według skali: 0 oznacza brak cechy, zjawiska, 1 oznacza bardzo mały wpływ, różnice minimalne, 5 bardzo duży, maksymalny wpływ, dominująca pozycja.

Charakterystyka ogólna przedsiębiorstwa	Ocena					
	0	1	2	3	4	5
1. Przedsiębiorstwo jest innowacyjne	0	1	2	3	4	5
2. Pracownicy przedsiębiorstwa są przedsiębiorczy	0	1	2	3	4	5
3. Pracownicy przedsiębiorstwa są względem siebie tolerancyjni	0	1	2	3	4	5
4. Możemy konkurować z innymi przedsiębiorstwami dzięki produktom/usługom firmy	0	1	2	3	4	5
5. W przedsiębiorstwie występują patenty, wzory użytkowe, znaki towarowe, prawa autorskie (różne aktywa niematerialne)	0	1	2	3	4	5
6. W przedsiębiorstwie występują i są wykorzystane bazy danych o klientach	0	1	2	3	4	5
7. Zasoby przedsiębiorstwa są wystarczające do prowadzenia działalności	0	1	2	3	4	5
8. Styl zarządzania w przedsiębiorstwie sprzyja kreatywności	0	1	2	3	4	5
9. Siłą przedsiębiorstwa są kreatywni ludzie	0	1	2	3	4	5
10. Wykorzystanie „specyficznych” umiejętności, zdolności pracowników, talentów w pracy przedsiębiorstwa	0	1	2	3	4	5

Ludzie	Ocena					
	0	1	2	3	4	5
1. Pracownicy w przedsiębiorstwie mogą swobodnie zgłaszać swoje pomysły, propozycje rozwiązań	0	1	2	3	4	5
2. Występuje motywowanie do kreatywności	0	1	2	3	4	5

3. Pracownicy angażują się w swoją pracę z zachowaniem etyki	0	1	2	3	4	5
4. Pracownicy w systemie ciągłym podnoszą swoje umiejętności i wiedzę	0	1	2	3	4	5
5. Komunikacja w przedsiębiorstwie jest dobra	0	1	2	3	4	5
6. W przedsiębiorstwie zatrudnionych jest wielu indywidualistów	0	1	2	3	4	5
7. Pracownicy wykazują się oryginalnością w pracy	0	1	2	3	4	5
8. Pracownicy cieszą się swoją pracą	0	1	2	3	4	5
9. W przedsiębiorstwie występują wspólne wartości, zwyczaje	0	1	2	3	4	5
10. Ludzie w przedsiębiorstwie traktują się jak rodzina	0	1	2	3	4	5

Produkt/usługa przedsiębiorstwa	Ocena					
1. Występuje 1 główny produkt/usługa dający główny przychód	0	1	2	3	4	5
2. Produkt/usługa firmy dostarcza klientowi wartości o charakterze informacji, wiedzy	0	1	2	3	4	5
3. Produkty/usługi firmy są nośnikami idei	0	1	2	3	4	5
4. Produkty/usługi firmy (np. film, książka) dostarczają klientom emocji, wrażeń, doświadczeń	0	1	2	3	4	5
5. Produkty/usługi przedsiębiorstwa są silnie związane z kulturą	0	1	2	3	4	5
6. Produkty/usługi pozwalają na komunikację z innymi ludźmi	0	1	2	3	4	5
7. Wiedza o nowych produktach i usługach na rynku ma duże znaczenie	0	1	2	3	4	5
8. Następuje modyfikacja produktu/usługi pod wpływem sugestii klientów	0	1	2	3	4	5
9. Produkty/usługi modyfikowane są pod wpływem pomysłów pracowników	0	1	2	3	4	5
10. Produkty/usługi zaspokajają potrzeby podstawowe	0	1	2	3	4	5

Relacje, współpraca	Ocena					
1. Przedsiębiorstwo opiera swoją działalność o współpracę z innymi w branży	0	1	2	3	4	5
2. Relacje między pracownikami mają charakter współpracy	0	1	2	3	4	5
3. Relacje między pracownikami a kierownictwem mają charakter współpracy	0	1	2	3	4	5
4. Relacje pracowników oferujących produkt/usługę z klientami są dobre	0	1	2	3	4	5
5. Działalność przedsiębiorstwa cieszy się uznaniem lokalnej społeczności	0	1	2	3	4	5
6. Działalność przedsiębiorstwa cieszy się uznaniem lokalnych instytucji	0	1	2	3	4	5

7. Na współpracę przedsiębiorstwa z klientem wpływają wspólne wartości kulturowe	0	1	2	3	4	5
8. Pracownicy potrafią pracować ponad podziałami	0	1	2	3	4	5
9. Pracownicy mają tożsamość z zespołem	0	1	2	3	4	5
10. Pracownicy nie boją się podejmować ryzyka	0	1	2	3	4	5

Proces	Ocena					
1. Innowacje są częścią pracy w przedsiębiorstwie	0	1	2	3	4	5
2. Zatrudnienie ekspertów sprzyja tworzeniu nowych produktów/usług	0	1	2	3	4	5
3. W procesie tworzenia produktu/usługi uczestniczy zespół pracowników	0	1	2	3	4	5
4. W przedsiębiorstwie wydatkuje się środki na badania produktów, usług, technologii	0	1	2	3	4	5
5. Występuje częsta (np. co 3 mc) aktualizacja systemu informatycznego	0	1	2	3	4	5
6. Wykorzystuje się najnowszą technologię do tworzenia produktu/usługi	0	1	2	3	4	5
7. Na ofertę mają wpływ normy, standardy obowiązujące w danej społeczności lokalnej	0	1	2	3	4	5
8. Często (co pół roku) modyfikuje się ofertę do potrzeb klientów	0	1	2	3	4	5
9. Oferta przedsiębiorstwa jest bardzo zróżnicowana	0	1	2	3	4	5
10. Wykorzystuje się pomysłowość pracowników w rozwiązywaniu problemów	0	1	2	3	4	5

Źródło: opracowanie własne.

CONDITIONS AND OPPORTUNITIES FOR ACTIVATING CREATIVE CAPITAL DEVELOPMENT, AS DETERMINANTS OF LOCAL DEVELOPMENT, BASED ON AN EXAMPLE OF MUNICIPALITIES IN THE PODKARPACKIE REGION

Summary

Creativity, as a characteristic, is highlighted in the 21st century in various socio-economic domains. It is also the main component of creative capital which in a narrow sense may be defined by professions classified as creative. Importance of this class was pointed out by R. Florida, who emphasized its effect in economic growth. Creative individuals can be encountered not only at a global level but also locally. Hence, it is possible to broaden the definition of creative capital and describe it as a resource characteristic for people who take advantage of their creativity to collaborate and function in any circumstances, including new environments. Development of narrowly understood creative capital is affected by the model characteristics of talent, tolerance and technology, or 3Ts. Creative class grows in places in which 3Ts are present. Measurement of creative capital taking into account creative class and 3Ts is frequently hampered by the parameters adopted in the model, and mainly applicable to a global level. In local systems it is necessary to modify the variables used in assessing 3T factors.

The study identifies determinants of local development and specifies opportunities for growth based on creative capital.

Complexity and multi-dimensional aspects of the issues under consideration enabled assessment related to the selected research areas. The diagnostic intention was to combine as many issues as possible into a single synthetic item. This enabled broader evaluation and comprehensive consideration of the problem of creative capital at a local level. The task was a consequence of the identified gap in research related to aggregation of creative capital and local development.

Theoretical descriptions of local development contain a large catalogue of determinants. Review of literature shows that, in theories of development, creativity occurs as a factor of indirect nature. It does not have as much importance

as other tangible or intangible factors, yet this is a characteristic which significantly affects entrepreneurs, investors and local communities in decision-making and problem-solving processes.

The case study investigated the Podkarpackie Region, or more specifically its local administrative units, i.e. municipalities. To assess 3T determinants, modification was introduced in the variables describing these categories, adequately to the available data. Such maneuver was inspired by the specificity of the local conditions and by the assumption that details of American methodology should not be uncritically adopted for the Polish reality, in particular at the local level, due to the numerous differences.

Local diversity is so large that it is necessary to look for determinants of local development based on endogenous potential, including creative capital.

In the study it was assumed that municipality constitutes local creativity system for socio-economic development. It consists of participants living in a given area, such as entrepreneurs, members of governing bodies, employees of municipal offices, as well as local community. All the participants function in certain conditions, which are a domain of their municipality.

Grouping of the municipalities in Podkarpackie, based on a clustering method and taking into account quantitative characteristics shows that the type of commune, i.e. urban, rural or mixed urban-rural, determined classification within a group. A comparison of the municipalities suggests that in the local space we can observe concentration and deconcentration of municipalities resulting from their position in groups.

It can be concluded that in assessments related to talent, technology, tolerance, collaboration and, in quantitative terms, cultural infrastructure, urban communes are in leading position when it comes to conditions fostering growth of creative capital. This is also consistent with theoretical implications suggesting that better conditions for development of creative capital can be observed in urban areas, in the case of Podkarpackie defined as urban communes.

Cause-and-effect links between the relevant determinants suggest that creative capital and development are interrelated. Variables explaining local growth suggested that creative capital was present in the development of communes.

The model concept of creative capital development in a municipality makes it possible to examine local opportunities and determinants. The model transforms the global experiences related to talent, tolerance and technology based determinants of creative capital development to the local level. Analysis shows that this can be based on local resources, such as entrepreneurship and culture. At the same time these are affected by collaboration and such factors occurring in the commune as cultural infrastructure, social atmosphere and human creativity.

Modification of the characteristics describing 3Ts enabled presentation of a reality actually occurring at the present time and at the present level of local development. This applies also to creative capital which can be activated in the municipalities of Podkarpackie, not only in urban but also in rural communes. By identifying the conditions promoting growth of creative capital in various types of municipalities clustered into types predisposing for the development of such capital, it can be concluded that the factor indeed determines local development.

WYKAZ TABEL, RYSUNKÓW, WYKRESÓW, MAP

Wykaz tabel

Tabela 1. Charakterystyka materiału badawczego	27
Tabela 2. Wykorzystanie materiału badawczego do weryfikacji przyjętych założeń	28
Tabela 3. Porównanie pojęć	40
Tabela 4. Europejski Indeks Kreatywności	54
Tabela 5. Hong Kong Creativity Index	56
Tabela 6. Lista kontrolna wskaźników indeksów i ich wymiarów	58
Tabela 7. Mocne i słabe strony indeksów	59
Tabela 8. Przegląd wybranych definicji pojęcia „kapitał kreatywny”	66
Tabela 9. Region produkcji masowej a region uczący się	96
Tabela 10. Czynniki wyróżnione w teoriach wzrostu i rozwoju gospodarczego	100
Tabela 11. Wybrane czynniki związane z kreatywnością	102
Tabela 12. Czynniki rozwoju lokalnego za E.J. Blakely’em	108
Tabela 13. Wewnętrzne i zewnętrzne czynniki rozwoju lokalnego	108
Tabela 14. Tradycyjne i nowe ujęcie sposobu sprawowania władzy lokalnej i świadczenia usług publicznych	116
Tabela 15. Różne możliwości świadczenia usług publicznych	121
Tabela 16. Definicje kreatywności w opinii respondentów (%)	168
Tabela 17. Czynniki sprzyjające kreatywności w urzędzie gminy i ich związek z oceną rozwoju gminy	177
Tabela 18. Znaczenie poszczególnych czynników na stanowisku pracy	179
Tabela 19. Najczęściej występujące problemy w urzędach gmin	182
Tabela 20. Ocena atmosfery panującej w pracy	183
Tabela 21. Determinanty kreatywności w odniesieniu do innowacyjności w opinii przedsiębiorców	186
Tabela 22. Ocena wybranych profili gmin pod względem atrakcyjności	192
Tabela 23. Związek czynników wpływających na atrakcyjność gminy i oceny rozwoju gminy	193
Tabela 24. Determinanty wpływające na rozwój gminy	194
Tabela 25. Ocena czynników wpływających na rozwój gminy z wykorzystaniem współczynnika oddziaływania	195
Tabela 26. Ranking ograniczeń rozwoju lokalnego	196
Tabela 27. Zbiór proponowanych zmiennych objaśniających	198

Tabela 28. Charakterystyka cech. Podstawowe statystyki opisowe	200
Tabela 29. Wyniki testu ANOVA Kruskala-Wallisa – rodzaj gminy a poziom badanych cech	202
Tabela 30. Ludność w wieku 25–64 lat na 1 km ²	203
Tabela 31. Małżeństwa na 1000 ludności	206
Tabela 32. Udział podmiotów działów kreatywnych w liczbie podmiotów ogółem ..	208
Tabela 33. Zestawienie gmin w układzie zmiennych wpływających na rozwój	212
Tabela 34. Średnie grupowe cech wyróżniających skupienia	215
Tabela 35. Ranking gmin ze względu na zmienne opisujące talent, technologię, tolerancję i infrastrukturę kultury	221
Tabela 36. Ranking zmiennych opisujących kategorie talentu, technologii, tolerancji i współpracy odnoszącej się do uczestnictwa w życiu gminy, w tym korzystania z infrastruktury wpływającej na warunki życia	230
Tabela 37. Matryca korelacji czynników opisujących „3T” i współpracy	234
Tabela 38. Analiza czynnikowa zmiennych opisujących kryteria technologii, talentu, tolerancji i współpracy	236
Tabela 39. Skupienia gmin według cech jakościowych	238
Tabela 40. Ranga wpływu determinanty na podstawie współczynnika oddziaływania ...	244
Tabela 41. Wyniki analizy czynnikowej dla determinant	248
Tabela 42. Opinie mieszkańców i urzędników o kreatywności w gminach	255
Tabela 43. Zależności między kreatywnością a oceną rozwoju	256
Tabela 44. Matryca wskazań kierunków rozwoju kapitału kreatywnego dla gmin	269
Tabela 45. Rola poszczególnych uczestników kreatywnego systemu w rozwoju kapitału kreatywnego	272
Tabela 46. Uwarunkowania rozwoju z uwzględnieniem aktywizacji kapitału kreatywnego – wybrane efekty prac naukowych	284

Wykaz rysunków

Rysunek 1. Schemat przebiegu procesu badawczego	17
Rysunek 2. Kreatywność jako proces	36
Rysunek 3. Kreatywność i innowacyjność – wzajemne powiązania	39
Rysunek 4. Umiejętności determinujące myślenie wielotorowe	46
Rysunek 5. Natężenie kreatywności w zawodach	51
Rysunek 6. Charakterystyki talentu, technologii i tolerancji	68
Rysunek 7. Model dynamiki środowiska innowacyjnego	69
Rysunek 8. Model łączący kreatywność, projektowanie, innowacje	70
Rysunek 9. Kierunki interpretacji pojęcia rozwoju lokalnego	80
Rysunek 10. Wielopoziomowe uczenie się regionu	96
Rysunek 11. Czynniki rozwoju lokalnego	110
Rysunek 12. Uwarunkowania lokalnej polityki społecznej	111
Rysunek 13. Nowe zarządzanie publiczne a orientacja przedsiębiorcza w zarządzaniu	124
Rysunek 14. Triada współczesnego modelu rozwoju	128

Rysunek 15. Wybrane skutki globalizacji w obszarze lokalnym	133
Rysunek 16. Lokalna sprawność działania – globalna efektywność	134
Rysunek 17. Główne elementy peryferyjności nieprzestrzennej	135
Rysunek 18. Wybrane czynniki globalne oddziałujące na lokalne	139
Rysunek 19. Uczestnicy lokalnego systemu kreatywności rozwoju społeczno-gospo- darczego	146
Rysunek 20. Przedstawiciele kapitału kreatywnego sektora gospodarczego w lokal- nym systemie kreatywności	147
Rysunek 21. Relacje między pomysłem i innowacyjnością	148
Rysunek 22. Wybrane pola kreatywności	149
Rysunek 23. Urząd gminy jako uczestnik lokalnego systemu kreatywności	150
Rysunek 24. Pola rozwoju regionu	151
Rysunek 25. Wybrane zidentyfikowane na podstawie literatury determinanty mające wpływ na powstawanie i aktywizację kapitału kreatywnego	155
Rysunek 26. Ujęcie kapitału ludzkiego jako nośnika kapitału kreatywnego	156
Rysunek 27. Komponenty kapitału społecznego	158
Rysunek 28. Obszary diagnozy dla Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego	159
Rysunek 29. Cechy wspólne kapitałów kreatywnego, ludzkiego i społecznego	160
Rysunek 30. Diagram drzewa – metoda Warda – odległ. euklidesowa	211
Rysunek 31. Schemat analityczny zmiennych zastosowanych w ocenie	227
Rysunek 32. Rola kapitału kreatywnego	265
Rysunek 33. Różnice w postrzeganiu kapitału kreatywnego na poziomie globalnym i lokalnym	266
Rysunek 34. Schemat budowy koncepcji modelu rozwoju kapitału kreatywnego w gminie	266
Rysunek 35. Koncepcyjny model kapitału kreatywnego i jego oddziaływania na roz- wój gminy	267
Rysunek 36. Wybrane uwarunkowania aktywizujące kapitał kreatywny w gminie	268
Rysunek 37. Kierunki rozwoju kapitału kreatywnego	270
Rysunek 38. Kierunki rozwoju kapitału kreatywnego po stronie urzędu gminy – zmo- dyfikowana metoda kwiatu lotosu	271
Rysunek 39. Semantyczne rozwiązanie problemu badawczego	278
Rysunek 40. Synteza uzyskanych efektów badań	283

Wykaz wykresów

Wykres 1. Możliwości wykorzystania kreatywności w urzędzie gminy	173
Wykres 2. Ocena czynników sprzyjających kreatywności w urzędach gmin	175
Wykres 3. Rozwiązania wzbogacające potencjał pracowników w urzędzie gminy	178
Wykres 4. Bariery w rozwiązywaniu problemów	183
Wykres 5. Motywatory kreatywności	184
Wykres 6. Ocena wydarzeń kulturalno-rozrywkowych przez respondentów	191
Wykres 7. Ocena rozwoju lokalnego gminy	192

Wykres 8. Charakterystyka wskaźnika pracujących na 1000 ludności w podziale na gminy	204
Wykres 9. Charakterystyka współczynnika skolaryzacji brutto w podziale na gminy	205
Wykres 10. Charakterystyka wskaźnika „podmioty wpisane do rejestru na 1000 ludności” w podziale na gminy	207
Wykres 11. Charakterystyka wskaźnika „biblioteki, kina, muzea, domy kultury na 1000 ludności” w podziale na gminy	209
Wykres 12. Charakterystyki skupienia w grupie A	216
Wykres 13. Charakterystyki skupienia w grupie B	217
Wykres 14. Charakterystyki skupienia w grupie C	218
Wykres 15. Miejsce w skupieniu a rodzaj gminy	225
Wykres 16. Miejsce w rankingu a grupa, do której należą gminy	226
Wykres 17. Zależności między otwartością na zmiany a dbałością o wspólne cele	233
Wykres 18. Rozkład reszt do modelu z lokalizacją gminy	252
Wykres 19. Rozkład reszt modelu oceny rozwoju lokalnego	254
Wykres 20. Ocena siły czynników	257
Wykres 21. Bariery kreatywności	258
Wykres 22. Wynik oceny poziomu kapitału kreatywnego w przedsiębiorstwach sektora kreatywnego	260

Wykaz map

Mapa 1. Grupowanie gmin ze względu na zmodyfikowane zmienne modelu „3T”	214
Mapa 2. Grupowanie gmin metodą rankingową	224
Mapa 3. Skupienia gmin według cech jakościowych	241

