

Redakcja naukowa:

Alojzy Z. Nowak, Mariusz Szałański

Nowoczesne Mazowsze

– jak wykorzystać potencjał regionu?



Wydawnictwo Naukowe
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego



NOWOCZESNE MAZOWSZE
– JAK WYKORZYSTAĆ
POTENCJAŁ REGIONU?

NOWOCZESNE MAZOWSZE – JAK WYKORZYSTAĆ POTENCJAŁ REGIONU?

REDAKCJA NAUKOWA:
ALOJZY Z. NOWAK
MARIUSZ SZALAŃSKI

WARSZAWA 2014



Wydawnictwo Naukowe
Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego



Recenzent naukowy: dr hab. Jacek Pasieczny

Redakcja: Jerzy Jagodziński

Projekt okładki: Agnieszka Miłaszewicz

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania
Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2014

ISBN: 978-83-63962-69-2

ISBN: 978-83-63962-70-8 (on line)

DOI: 10.7172/2014.wwz.4



Opracowanie komputerowe, druk i oprawa:
Dom Wydawniczy ELIPSA,
ul. Inflancka 15/198, 00-189 Warszawa
tel./fax 22 635 03 01, 22 635 17 85
e-mail: elipsa@elipsa.pl, www.elipsa.pl

Spis treści

Wstęp	7
Wprowadzenie	
<i>Alojzy Z. Nowak</i>	11
Rozdział 1	
<i>Władysława Zborowska</i>	
Rozwój i nowoczesność a innowacyjność gospodarki Mazowsza – szanse i zagrożenia w latach 2014–2020	15
Rozdział 2	
<i>Łukasz Łata</i>	
Funkcjonalność inteligentnych specjalizacji polskich regionów	43
Rozdział 3	
<i>Tomasz Zalega</i>	
Nowe trendy konsumpcyjne jako przejaw innowacyjnych zachowań konsumentów na Mazowszu	75
Rozdział 4	
<i>Ewa Krakowińska</i>	
Nowoczesne usługi na Mazowszu	103
Rozdział 5	
<i>Władysława Zborowska, Mariusz Szalański</i>	
Przygotowanie zawodowe studentów do pracy w aspekcie nowych wyzwań mazowieckiego rynku pracy	122
Rozdział 6	
<i>Rafał Zbyrowski</i>	
Narzędzia zautomatyzowanej wyceny jako nowy trend na warszawskim rynku mieszkaniowym	154

Rozdział 7*Paweł Kłobukowski*

- Czynniki wpływające na ilości przedsiębiorstw w województwie mazowieckim 176

Rozdział 8*Tomasz Ochowski, Michał Główka*

- Benchmarking podwójnej pętli” na przykładzie doświadczeń branży kawowej w Warszawie 196

Dyskusja panelowa

- Nowoczesne Mazowsze – mit czy rzeczywistość? 208
O autorach 233

Wstęp

Prezentujemy Państwu kolejną monografię poświęconą problematyce społeczno-gospodarczego rozwoju Mazowsza. Zgodnie z tytułem *Nowoczesne Mazowsze – jak wykorzystać potencjał regionu*, analizujemy szanse jakie stoją przed regionem w nadchodzących latach, zgodnych z nową perspektywą podziału środków unijnych w latach 2014-2020. Zastanawiamy się, jak te szanse wykorzystać w celu poprawy innowacyjności i konkurencyjności regionu, tworząc w ten sposób warunki jego zrównoważonego rozwoju. Zwracamy szczególną uwagę na kluczową rolę współpracy nauki i biznesu w tym zakresie, zwłaszcza w pokonywaniu silnego wewnętrznego zróżnicowania poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego Mazowsza.

Jest to już siódma z kolei, doroczna monografia, poświęcona problemom Mazowsza, ukazująca się w Wydawnictwie Naukowym Wydziału Zarządzania UW.

Poprzednie monografie miały następujące tytuły:

1. Region płocki w strategii rozwoju Mazowsza (2008);
2. Pozyskiwanie i wykorzystywanie środków unijnych w regionie mazowieckim (2009);
3. Czynniki i bariery rozwoju przedsiębiorstw na Mazowszu (2010);
4. Społeczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju regionu płockiego (2011);
5. 7 years of Poland's presence in the European Union. Implications for the Masovian region (2012);
6. Mikrofirmy siłą napędową gospodarki Mazowsza (2013).

Monografia składa się z dwóch tematycznie powiązanych części. Pierwsza część obejmuje zbiór artykułów przygotowanych przez pracowników naukowych Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, dotyczących próby oceny różnych aspektów nowoczesności gospodarki Mazowsza. W drugiej części zawarto zapis dyskusji panelowej, która odbyła się dnia 10 czerwca 2014 roku w ramach cyklicznego seminarium. Tym razem dys-

kusja koncentrowała się na poszukiwaniu odpowiedzi na pytanie zawarte w tytule seminarium „Nowoczesne Mazowsze – mit czy rzeczywistość” – jak wykorzystać potencjał nauki do poprawy nowoczesności i konkurencyjności całego województwa mazowieckiego.

We wprowadzeniu do monografii, Alojzy Z. Nowak, prorektor Uniwersytetu Warszawskiego odnosi się do dotychczasowych doświadczeń współpracy Uniwersytetu Warszawskiego ze środowiskami biznesu. Stwierdza, że współpraca ta rozwija się z coraz większym zrozumieniem wzajemnych potrzeb, zależności i związków. Pracownicy naukowcy coraz częściej postrzegają biznes jako odbiorcę ich „produktów” intelektualnych, które w wielu przypadkach przyjmują formę zmaterializowaną. Środowiska biznesu, jego decydenci także coraz częściej rozumieją znaczenie uczestnictwa w tworzeniu nowych pomysłów, rozwiązań prototypowych i pozyskiwaniu nowych, często oryginalnych produktów, a nie tylko polegają na zakupie licencji oraz wprowadzaniu ich do realizacji. Szanse na pogłębienie współpracy nauki ze środowiskami dostrzega także w nowej perspektywie finansowej, znanej potocznie pod nazwą Horyzont 2020.

W rozdziale pierwszym Władysław Zborowska zajmuje się oceną poziomu rozwoju i nowoczesności województwa mazowieckiego na tle Polski i pozostałych regionów. Przedstawia i uzasadnia przejawy silnego zróżnicowania wewnątrzregionalnego poziomu rozwoju gospodarczego, wyjaśnia specyfikę dualizmu gospodarczego tego regionu. Charakteryzuje potencjał innowacyjności województwa mazowieckiego oraz przejawy innowacyjności przedsiębiorstw oraz uwarunkowania wykorzystania tego potencjału w rozwoju regionu.

W rozdziale drugim Łukasz Łata opisuje inteligentną specjalizację jako nowe podejście do wspierania innowacyjności i konkurencyjności regionów, wprowadzone w ramach przyjętej w 2010 roku „Strategii na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu” (Europa 2020). Zasadniczym celem inteligentnej specjalizacji jest optymalne wykorzystanie różnorodności potencjału rozwojowego krajów i regionów Unii Europejskiej (UE) poprzez możliwie najlepsze dopasowanie rozwoju nauki i edukacji do specyficznych uwarunkowań społeczno-gospodarczych. W tym kontekście autor porównuje różne koncepcje wyboru inteligentnych specjalizacji na Mazowszu i w innych regionach, uwzględniając ich miejsce w wojewódzkich programach rozwoju gospodarczego.

W rozdziale trzecim Tomasz Zalega analizuje zmiany zachodzące we współczesnych trendach konsumpcyjnych oraz zachowania prosumpcyjne, pojmowane jako przejaw innowacyjnych zachowań konsumentów na rynku.

Prezentuje nowe wyniki badań własnych nad przejawami innowacyjnych zachowań konsumentów na Mazowszu.

W rozdziale czwartym Ewa Krakowińska przedstawia rozwój sektora nowoczesnych usług na Mazowszu. Charakteryzuje obszary działania w tym sektorze, jego specyfikę oraz ścisły związek z rozwojem technik informatycznych i działalnością innowacyjną. Przedstawia znaczenie sektora nowoczesnych usług w rozwoju kraju i Mazowsza.

W rozdziale piątym Władysława Zborowska i Mariusz Szałański prezentują przeprowadzone badania dotyczące studenckiej oceny przygotowania zawodowego do podjęcia pracy. Badania wpisują się w obserwowane zmiany na mazowieckim rynku pracy, związane z poszukiwaniem pracowników przygotowanych do pracy w rozwijających się nowoczesnych branżach przemysłowych i w usługach absorbujących innowacje i nowe technologie. Autorzy przedstawiają wyniki związane z oceną wyboru i toku studiów, kształtowaniem kompetencji i umiejętności, przygotowaniem do podjęcia własnej działalności gospodarczej oraz skutecznym poszukiwaniem zatrudnienia w firmach prywatnych i instytucjach publicznych na trudnym mazowieckim rynku pracy.

W rozdziale szóstym Rafał Zbyrowski przedstawia determinanty i skalę zmian cen na warszawskim rynku mieszkaniowym w kontekście rozwoju narzędzi zautomatyzowanej wyceny, które mogą wspomagać szacunki dokonywane przez ekspertów. Autor w badaniu uwzględnia zmiany zachodzące na warszawskim rynku mieszkaniowym spowodowane światowym kryzysem finansowym. W konkluzji określa uwarunkowania praktycznych możliwości wykorzystania narzędzi zautomatyzowanej wyceny na warszawskim rynku mieszkań.

W rozdziale siódmym Paweł Kłobukowski analizuje czynniki determinujące rozwój przedsiębiorczości w województwie mazowieckim. W tym celu stosuje modele regresji liniowej. Wyniki badań wskazują na szczególne znaczenie wykształcenia wśród czynników decydujących o rozwoju przedsiębiorczości na Mazowszu.

W rozdziale ósmym Tomasz Ochowski i Michał Główką podejmują temat zarządzania firmą, z sektora MŚP, reprezentującej branżę kawową. Artykuł stanowi swoiste post scriptum do współpracy autorów z nestorem polskich przedsiębiorców, a także badaczem przedsiębiorczości, zmarłym przed rokiem w wieku 103 lat, Kordianem Tarasiewiczem, który zarówno swe długie życie, jak i działalność gospodarczą, doradczą czy pisarską realizował prawie wyłącznie na terenie Warszawy i Mazowsza. Oryginalny wywiad z Kordianem Tarasiewiczem jest publikowany po raz pierwszy.

W drugiej części przedstawiamy zapis wcześniej wspomnianej dyskusji panelowej. W panelu udział wzięli: **dr hab. Anna Giza-Poleszczuk**, prof. UW – Proroktor ds. Rozwoju i Polityki Finansowej Uniwersytetu Warszawskiego, **doc. dr Ewa Krakowińska** – Prodzikan Wydziału Zarządzania UW, **prof. dr hab. Kazimierz Ryć** – Katedra Gospodarki Narodowej WZ UW, **prof. dr hab. Krystyna Poznańska** – Kierownik Zakładu Zarządzania Innowacjami SGH, **prof. dr hab. Zbigniew Strzelecki** – Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego, **Leszek Król** – Zastępca Dyrektora Departamentu Rozwoju Regionalnego i Funduszy Unijnych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, **Michał Luczewski** – Prezes Płockiego Parku Przemysłowo-Technologicznego, **Michał Kapczuk** – student WZ UW, Koło Naukowe Finansów WZ UW, Firma AKADOS, **mgr Bartosz Gryczko** – przedsiębiorca, Społecznościowa Agencja Graficzna Corton.pl.

Moderatorem panelu była **doc. dr W. Zborowska** z Wydziału Zarządzania UW. Uczestnicy panelu wskazali na występujące bariery utrudniające efektywną współpracę nauki i biznesu, nakreślili kierunki pożądanych zmian w tym zakresie, zaproponowali działania zmierzające do wykorzystania potencjału naukowego regionu, zwłaszcza Warszawy, do poprawy innowacyjności i konkurencyjności Mazowsza. Uczestnicy debaty odpowiadali także na liczne pytania i refleksje uczestników seminarium.

*Prof. dr hab. Alojzy Z. Nowak
Doc. dr Mariusz Szatański*

Wprowadzenie

Ostatni, globalny kryzys finansowy, którego konsekwencje mają długofalowy charakter, spowodował, iż poszczególne rządy w wielu krajach świata podejmują zróżnicowane działania, których celem jest przełamanie stagnacji gospodarczej i skutków z tym związanych, oraz nadanie nowych impulsów rozwojowych w sferze realnej gospodarki. Tradycyjne metody wychodzenia z kryzysu podejmowane przez rządy takie jak dyscyplina budżetowa oraz fiskalna, ograniczenia wydatków publicznych, podnoszenie podatków, czy pobudzanie gospodarki, luzowanie fiskalne, działania na rzecz zwiększania konsumpcji i ograniczania bezrobocia, nie są już dziś wystarczające. Tworzeniu podwalin do zrównoważonego wzrostu gospodarczego z racjonalnym wykorzystaniem miejscowych zasobów kapitałowych i ludzkich, musi towarzyszyć próba zbudowania nowego modelu rozwoju gospodarczego, w zdecydowanie większym stopniu opartego na wykorzystaniu potencjału, tkwiącego w innowacjach.

Wydaje się, że pogląd ten staje się też coraz bardziej powszechny w polskiej rzeczywistości gospodarczo-społecznej, choć w stopniu jeszcze niewystarczającym. Jednak dziś już niewiele osób kwestionuje, że gospodarka oparta na wiedzy i jej wdrażaniu, to na dłuższą metę potencjalnie najważniejszy czynnik pro modernizacyjny, podnoszący efektywność gospodarczą i zarazem konkurencyjność polskiej gospodarki.

W poprzedniej monografii, wydawanej corocznie przez Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania, poświęconej problematyce rozwoju Mazowsza, podnosiłem kwestię istotną, a mianowicie potrzebę dobrego rozpoznania tendencji, jakie występują w polityce innowacyjnej, najważniejszych państw świata. Chciałbym przypomnieć te tendencje, a więc:

Po pierwsze, następuje „odchodzenie od dotychczasowego modelu kreacji polityki innowacyjnej, opartej na jednej firmie na rzecz modelu opartego na współpracy wielu firm, działających na wielu komplementarnych obszarach przedsiębiorczości. Coraz bardziej powszechne staje się tworzenie klastrów

nowych technologii, czy konsorcjów, których współpraca opiera się nie tylko na zbliżonych poziomach naukowych, czy technologicznych, ale także na lepszym rozeznaniu specyfiki danego, lokalnego rynku, również w wymiarze kulturowym”.

Po drugie: „region staje się coraz częściej miejscem interakcji potrzebnych do zaistnienia procesów modernizacyjnych, a jego cechy i specyficzny potencjał sprzyja redukcji ryzyka innowacyjnego, ułatwia absorpcję różnego rodzaju wiedzy, daje możliwość interaktywnego uczenia się i wymiany doświadczeń”.

Po trzecie: „w coraz większym stopniu małe i średnie firmy – SME będą miały znaczący udział w innowacjach, bowiem ich głównym motorem nie jest tylko poziom wydatków na badania, ale kreatywność i możliwość wykorzystania wysokiego poziomu rozwoju nauk ścisłych, które mogą być spożytkowane przez jednostki i stosunkowo niewielkie grupy osób. Stąd rosnące znaczenie na rynku innowacyjnych firm rodzinnych”.

Po czwarte: „rosnąca złożoność oraz koszty i ryzyko innowacji będą sprawiać, że coraz bardziej wartościowe stawać się będą powiązania pomiędzy podmiotami, wykraczającymi poza zwykłe relacje rynkowe. Idzie o związki firm z wyższymi uczelniami, laboratoriami badawczymi, dostawcami usług doradczych i technicznych”.

Po piąte: „znaczącą metodą wdrażania innowacji, nastawioną na kreowanie nowych pomysłów i rozwiązań staje się koncepcja popytowego podejścia do innowacji. Opiera się ona na lepszym zrozumieniu oraz poznaniu jawnych oraz ukrytych wymagań – oczekiwań – potrzeb konsumentów. Jej realizacja następuje poprzez tworzenie skutecznych mechanizmów pozyskiwania i wykorzystania informacji płynących od konsumentów, a także bardzo często przez wykorzystywanie ich pomysłów oraz gotowych rozwiązań”.

Po szóste: „działalność innowacyjna firm w XXI wieku nie będzie wyłącznie zorientowana na maksymalizację zysku, ale także w większym stopniu na określone, zmieniające się w czasie potrzeby człowieka. Te oczekiwania mogą spełniać szczególnie małe i średnie firmy. Zatem należy oczekiwać nowej dynamiki w rozwoju takich dziedzin, w których istotne znaczenie odgrywać będą: tzw. zielone technologie, technologie medyczne, technologie informatyczne, biotechnologie i nanotechnologia”.

Po siódme: „na poziom innowacyjności firm i gospodarek wpływać będą w jeszcze większym wymiarze czynniki kulturowe, tradycje, wysoki poziom kultury organizacyjnej oraz modele rozwoju gospodarczego”.

W jaki sposób, i jak szybko, te tendencje zostaną implementowane do polskiej rzeczywistości, to pokaże czas. Jest zapowiedź rządu, iż państwo

za pomocą swoich instytucji będzie w większym stopniu i bardziej aktywnie wspierać przedsiębiorstwa (także małe i średnie) na rzecz rozwoju proinnowacyjnego, a zatem m.in. na rzecz prac i inicjatyw badawczo- rozwojowych.

Ważne z punktu widzenia całego regionu mazowieckiego, który jest przedmiotem dociekań i analiz w corocznych monografiach naukowców Wydziału Zarządzania, wydają się zapowiedzi czynników politycznych, ale i samorządowych, o potrzebie podniesienia roli regionu w modernizacji regionalnej polityki gospodarczej w oparciu o mocniejsze wykorzystanie jego własnego potencjału i zasobów intelektualnych i kapitałowych. Ma to zapewnić, tak pożądaną, większą spójność terytorialną i społeczną, także na Mazowszu.

Te deklaracje wpisują się i są zbieżne z celami zawartymi w Strategii Rozwoju Kraju 2020, dokumentu zwierającego średniookresową strategię rozwoju kraju i powiązanego z nową unijną perspektywą finansową na lata 20014-2020. Z interesującego nas punktu widzenia, dotychczas podejmowane działania mające na celu zbudowanie potencjału innowacyjnego polskiej gospodarki nie przyniosły satysfakcjonujących rezultatów. Mimo relatywnego postępu, nadal – w porównaniu z innymi krajami – Polska ma do nadrobienia znaczny dystans. We wspomnianym dokumencie, czyli Strategii Rozwoju Kraju słusznie zwraca się uwagę na to, że największymi problemami są wielkość i struktura finansowania działalności badawczo-rozwojowej, zwłaszcza w zakresie prywatnych nakładów na działalność badawczo-rozwojową, a także słaba jeszcze współpraca między sferą nauki a przedsiębiorcami. Na badania i rozwój w Polsce wydaje się rocznie około 0,7% PKB, co stanowi ok. 1/3 średniej wszystkich krajów UE. Jedyne niewielki odsetek przedsiębiorstw prowadzi działalność innowacyjną oraz korzysta z ochrony własności intelektualnej.

Potrzebne są też nowe rozwiązania i nowa praktyka w zakresie współpracy biznesu i szeroko rozumianej nauki. Należy identyfikować bariery w tej współpracy. Mam nadzieję, że w odniesieniu do Mazowsza, obecna monografia, powstała głównie z opracowań i analiz naukowców Wydziału Zarządzania UW, zwiiera wiele interesujących przemyśleń i wniosków na ten temat.

Gdybym miał spojrzeć na temat dotychczasowych doświadczeń współpracy Uniwersytetu Warszawskiego ze środowiskami biznesu, to stwierdziłbym, że współpraca ta rozwija się z coraz większym zrozumieniem wzajemnych potrzeb, zależności i związków. Pracownicy naukowcy coraz częściej postrzegają biznes jako odbiorcę ich „produktów” intelektualnych, które w wielu przypadkach przyjmują formę zmaterializowaną. Dotyczy to wprawdzie głównie wydziałów politechnicznych, ale również i wydziałów fizyki, geologii, biologii, czy informatyki. Uczelnie w kształceniu nie tylko dostosowują się do

bieżących potrzeb rynku, ale także w wielu przypadkach potrzeby te kształtują. Wynika to m.in. z refleksyjnego podejścia w badaniach naukowych. Ale także z marzeń i projektów związanych z rozwojem nauk zarządzania, techniki, nauk podstawowych.

Środowiska biznesu, jego decydenci także coraz częściej rozumieją znaczenie uczestnictwa w tworzeniu nowych pomysłów, rozwiązań prototypowych i pozyskiwaniu nowych, często oryginalnych produktów, a nie tylko polegają na zakupie licencji oraz wprowadzaniu ich do realizacji. Zjawisko to, przy odpowiednim wsparciu, daje szansę na przenikania się wiedzy kreowanej na uczelniach z potrzebami i doświadczeniami powstającymi w cyklach produkcyjnych, biznesowych i usługowych.

Współpracy świata biznesu z nauką powinny także służyć ostatnie propozycje dotyczące tworzenia i rozwoju tzw. studiów zawodowych. Słuchacze tych studiów będą bowiem zobowiązani, z jednej strony do wysłuchania tzw. wykładów praktycznych, z drugiej do uczestnictwa w praktykach w wybranych firmach. Daje to dodatkową szansę lepszego wzajemnego rozeznania i zrozumienia potrzeb i oczekiwań obu stron.

Także wymogi, dotyczące nowej perspektywy finansowej, znanej potocznie pod nazwą Horyzont 2020, mają promować powstawanie konsorcjów biznesowo-naukowych. Z dotychczasowej wiedzy i doświadczeń wynika, że największe szanse na pozyskiwanie środków finansowych w celu realizacji określonych zadań, będą miały konsorcja międzynarodowe. Jest to więc droga do internacjonalizacji współpracy pomiędzy nauką i szeroko rozumianym biznesem.

Rozwój i nowoczesność a innowacyjność gospodarki Mazowsza – szanse i zagrożenia w latach 2014–2020

Streszczenie

Współczesne gospodarki, po światowym kryzysie, stają wobec nowych wyzwań rozwojowych. Siłą napędową rozwoju będzie poprawa konkurencyjności i produktywności gospodarek krajowych przez wykorzystanie w tym celu wiedzy i innowacji, zarówno w przedsiębiorstwach jak i regionach.

W artykule prezentujemy analizę oceniającą poziom rozwoju i nowoczesności województwa mazowieckiego na tle Polski i pozostałych regionów. Przedstawiamy i uzasadniamy przejawy silnego zróżnicowania wewnątrzregionalnego poziomu rozwoju gospodarczego, wyjaśniamy specyfikę dualizmu gospodarczego tego regionu. Charakteryzujemy potencjał innowacyjności województwa mazowieckiego oraz przejawy innowacyjności przedsiębiorstw.

Wskazujemy na sposób wykorzystania tego potencjału w niwelowaniu różnic w poziomie rozwoju podregionów w kontekście Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego do 2020 roku.

1. Wstęp

Skutki współczesnego kryzysu gospodarczego pokazały konieczność innego spojrzenia na siły napędowe gospodarki w najbliższych dziesięcioleciach. W dyskusjach nad ścieżkami rozwoju gospodarczego akcentuje się konieczność podniesienia konkurencyjności i produktywności danej gospodarki. Siły sprawcze tego rozwoju tkwią w wykorzystaniu nowych czynników wzrostu, a w szczególności specyficznej roli kapitału ludzkiego – zdolności do ciągłego uczenia się, zwiększania kwalifikacji, zdobywania nowych umiejętności

i przekształcania ich w innowacje. Z tej zależności wysnuwa się wniosek, iż współczesne gospodarki będą się rozwijać w oparciu o wiedzę i innowację, co będzie nowym gwarantem poprawy ich konkurencyjności i innowacyjności. Pozytywna rola innowacji w kreowaniu rozwoju współczesnych gospodarek warunkowana będzie przede wszystkim skłonnością do innowacji, czyli poziomem ich innowacyjności. W podniesieniu poziomu innowacyjności gospodarek krajowych ważną rolę odegrają skłonność innowacyjna przedsiębiorstw, zwłaszcza z sektora MŚP i innowacyjność regionów. Podwyższenie skłonności innowacyjnej w tych obszarach umożliwi efektywne wykorzystanie innowacji zarówno w poprawie konkurencyjności gospodarek krajowych, jak i w zwiększaniu ich spójności społeczno-ekonomicznej.

W kontekst tych zależności wpisuje się problematyka zawarta w niniejszym opracowaniu.

Celem przedstawianych tu analiz jest poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, czy innowacje mogą być zastosowane w polityce regionalnej, jako czynnik poprawy konkurencyjności i spójności regionu na przykładzie województwa mazowieckiego. Mazowsze jest specyficznym regionem Polski oraz bardzo dobrze ilustrującym meandry zależności między innowacyjnością a rozwojem i nowoczesnością regionu. Specyfika Mazowska w tym zakresie wynika z jednej strony z tego, że jest to najlepiej rozwinięty region Polski pod względem poziomu i nowoczesności z najwyższym krajowym potencjałem innowacyjności. Z drugiej strony województwo mazowieckie charakteryzuje bardzo silne wewnętrzne zróżnicowanie osiągniętego poziomu gospodarczego – przejawia się to istnieniem dualizmu gospodarczego Obszaru Metropolitalnemu Warszawy z wysokim potencjałem rozwojowym, a na przeciwnym biegunie występują słabo rozwinięte peryferyjne subregiony Mazowsza.

W przedkładanym opracowaniu w kolejnych częściach:

- oceniamy poziom rozwoju Mazowsza na tle Polski i pozostałych województw;
- przedstawiamy zróżnicowanie wewnętrzne poziomu rozwoju w subregionach na tle sytuacji Mazowsza;
- stosujemy analizę struktury sektorowej gospodarki w ocenie poziomu jej nowoczesności na poziomie regionu i podregionów;
- analizujemy możliwości zastosowania innowacji w pokonaniu dysproporcji rozwojowych i zapewnienia większej spójności społeczno-ekonomicznej tego regionu w kontekście nowej Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego 2030.

Opracowanie zamyka podsumowanie, w którym zawarto najważniejsze wnioski wynikające z przeprowadzonych analiz.

2. Rozwój i nowoczesność gospodarki Mazowsza – znaczenie zróżnicowania subregionalnego.

2.1. Poziom rozwoju i nowoczesność gospodarki Mazowsza na tle Polski i innych województw

Mazowsze jest obecnie najlepiej rozwiniętym gospodarczo regionem Polski, zarówno pod względem osiągniętego poziomu oraz stopnia nowoczesności w porównaniu do innych województw.

Najważniejszym miernikiem osiągniętego poziomu rozwoju gospodarczego jest Produkt Krajowy Brutto. Mazowsze stanowi najzamożniejszy region Polski, o czym świadczy poziom PKB na 1 mieszkańca według parytetu siły nabywczej przy przyjętym założeniu, że wielkość ta dla UE-27 wynosi 100% (tablica 2.1).

Tablica 2.1

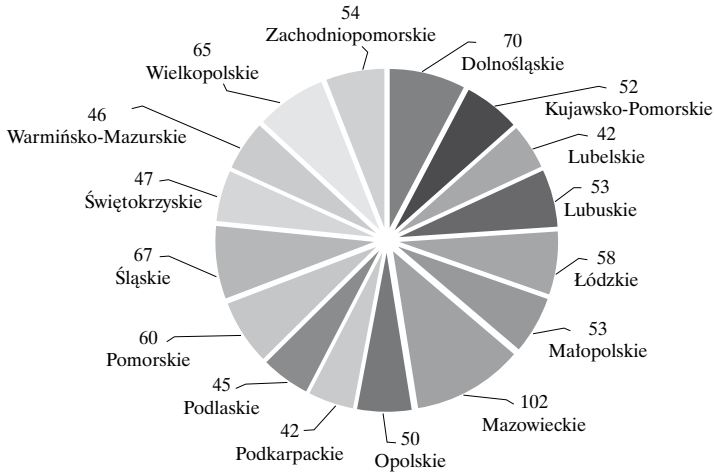
PKB na 1 mieszkańca w 2010 roku

Województwo	Według parytetu siły nabywczej UE = 100	Udział województwa w tworzeniu PKB w %	PKB <i>per capita</i>
Dolnośląskie	70	8,6	113,4
Kujawsko-Pomorskie	52	4,5	82,2
Lubelskie	42	3,8	67,9
Lubuskie	53	2,2	82,7
Łódzkie	58	6,1	92,6
Małopolskie	53	7,5	86,0
Mazowieckie	102	22,4	163,3
Opolskie	50	2,1	80,1
Podkarpackie	42	3,7	67,6
Podlaskie	45	2,2	71,8
Pomorskie	60	5,6	95,4
Śląskie	67	13,0	108,0
Świętokrzyskie	47	2,5	74,5
Warmińsko-Mazurskie	46	2,7	72,2
Wielkopolskie	65	9,3	104,1
Zachodniopomorskie	54	3,8	84,4
Polska	62	100,00	100,00

Źródło: GUS, *Rachunki regionalne 2011*, Warszawa 2012, s. 58–59.

Wykres 2.1

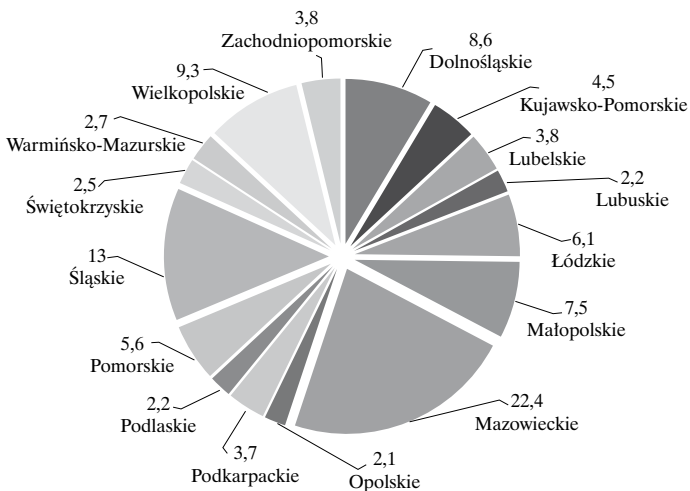
Produkt krajowy brutto na 1 mieszkańca w 2010 roku według parytetu siły nabywczej UE = 100



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, *Rachunki regionalne 2011*, Warszawa 2012, s. 58–59.

Wykres 2.2

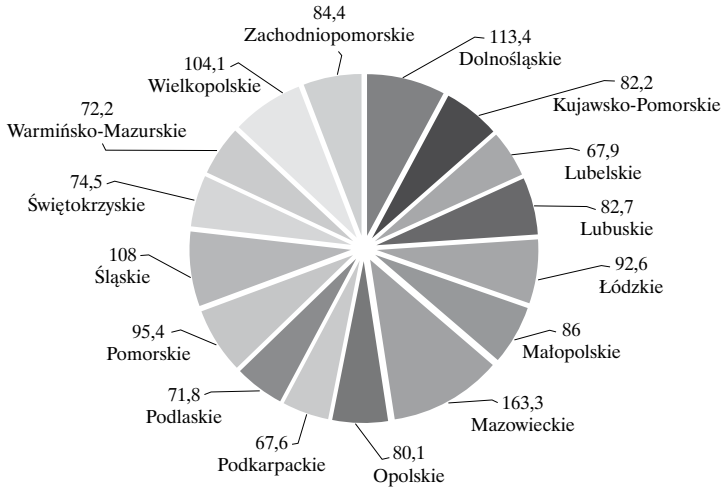
Udział województwa w tworzeniu PKB (w %)



Źródło: jak w wykresie 2.1.

Wykres 2.3

PKB w przeliczeniu na 1 mieszkańca w porównaniu do średniego poziomu Polski



Źródło: jak w wykresie 2.1.

Z danych w powyższej tabeli wynika, że spośród wszystkich województw, tylko Mazowsze ma PKB *per capita* wyższe od średniego poziomu dla 27 krajów członkowskich UE i wynosił 102% w 2010 roku.

Wyraźnie o najwyższym poziomie rozwoju województwa mazowieckiego spośród wszystkich regionów Polski świadczy jego udział w tworzeniu PKB. W 2011 roku udział województwa mazowieckiego w generowaniu produktu krajowego brutto osiągnął 22,4%, następne w kolejności województwa: śląskie i wielkopolskie odnotowały dużo niższe wartości tego miernika – odpowiednio: 13% i 9,3%.

Jeszcze większy dystans dzieli Mazowsze pod względem osiągniętego poziomu rozwoju gospodarczego wobec pozostałych regionów, gdy posłużymy się w tym celu przeciętnym poziomem produktu krajowego brutto w przeliczeniu na 1 mieszkańca.

Porównując ten miernik do średniego poziomu uzyskanego w Polsce w 2011 roku, to województwo mazowieckie osiągnęło ponad 163% tego miernika. Jeszcze tylko w kilku województwach produkt krajowy brutto przypadający na 1 mieszkańca przekroczył średnią krajową – w dolnośląskim odnotowano 113,4%, w śląskim – 108%, a w zachodniopomorskim 104,1%.

Powyższe analizy wyraźnie pozycjonują Mazowsze na pierwszym miejscu pod względem osiągniętego poziomu rozwoju gospodarczego.

W naszym badaniu zajęliśmy się także oceną miejsca województwa mazowieckiego na mapie regionów Polski pod względem osiągniętego poziomu nowoczesności. W analizie tego problemu zastosowano metodę trójsektorowego opisu przemian strukturalnych gospodarki z wyodrębnieniem sektorów:

- sektora I – rolnego – obejmującego: rolnictwo, leśnictwo i rybołówstwo,
- sektora II – przemysłowego – uwzględniającego: przemysł i budownictwo,
- sektora III – usługowego – składającego się z usług rynkowych i nierynkowych.

Najwymowniejszym symptomem unowocześnienia gospodarek w układzie regionalnym jest ocena dotycząca stopnia ich serwicyzacji, czyli miejsca usług w opisywanych zmianach strukturalnych. Usługi bowiem są sektorem gospodarczym najszybciej absorbującym innowacje, będące wynikiem postępu technologicznego. Obecnie postęp techniczny i innowacje stanowią jeden z najważniejszych czynników osiągania przewag konkurencyjnych gospodarek krajowych w Unii Europejskiej, co w dłuższej perspektywie prowadzi do modernizacji ich struktury. Dlatego w tym procesie dużą rolę odgrywa rozwój sektora usług.

Mając powyższe kryteria na uwadze, w opracowaniu analizujemy udział trzech sektorów gospodarczych w:

- a) tworzeniu wartości dodanej brutto;
- b) strukturze nakładów na środki trwałe brutto;
- c) strukturze zatrudnienia.

W Polsce w strukturze tworzenia wartości dodanej brutto (WDB) w 2011 roku dominujący udział miał sektor usług (62,4%), następnie przemysł – 33,6% oraz rolnictwo – tylko 4%.

Jednak w układzie porównawczym wszystkich regionów znaczenie poszczególnych sektorów gospodarczych w tworzeniu WDB jest bardziej zróżnicowane (tablica 2.2).

Tablica 2.2

Udział województwa mazowieckiego w tworzeniu wartości dodanej brutto (WDB) w 2011 roku według sektorów gospodarczych

Województwo	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Dolnośląskie	2,1	44,0	53,9
Kujawsko-Pomorskie	5,8	34,9	59,3
Lubelskie	8,7	27,3	64,0
Lubuskie	4,9	38,1	57,0
Łódzkie	5,2	36,2	58,6
Małopolskie	2,2	33,4	64,4

cd. tablicy 2.2

Województwo	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Mazowieckie	3,6	22,9	73,5
Opolskie	5,7	38,3	56,0
Podkarpackie	2,5	37,0	60,5
Podlaskie	10,9	27,7	61,4
Pomorskie	3,0	34,1	62,9
Śląskie	1,0	43,1	55,9
Świętokrzyskie	5,9	36,4	57,7
Warmińsko-Mazurskie	8,9	32,3	58,8
Wielkopolskie	5,6	36,1	58,3
Zachodniopomorskie	4,1	28,9	67,0
Polska	4,2	33,6	62,4

Źródło: GUS, PKB rachunki regionalne 2011, Katowice 2012, s. 63–65.

W tej analizie porównawczej województwo mazowieckie jawi się najbardziej nowoczesnym regionem kraju. Udział usług w tworzeniu WDB tego województwa przewyższa znacząco poziom krajowy – wynosi ponad 73% oraz jest najwyższym w porównaniu tego miernika w odniesieniu do pozostałych regionów. Następne, bowiem województwa w kolejności o wysokim udziale usług w generowaniu WDB – zachodniopomorskie i małopolskie odnotowały odpowiednio 64,4% i 64%.

Udział przemysłu w tworzeniu WDB na Mazowszu wynosił niecałe 23% – co było najniższą wartością w porównaniu do pozostałych województw – w większości miernik ten oscylował wokół 30%, czyli wartości średniej dla Polski. Udział rolnictwa w tworzeniu WDB województwa mazowieckiego wyniósł 3,6% – blisko średniego poziomu krajowego.

O głównym znaczeniu usług w rozwoju gospodarki Mazowsza świadczy także analiza sektorowa nakładów na środki trwałe (tablica 2.3).

Tablica 2.3

Nakłady brutto na środki trwałe w 2012 roku według województw i sektorów gospodarczych

Województwo	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Dolnośląskie	4,3	40,7	55,0
Kujawsko-Pomorskie	6,5	29,3	64,2
Lubelskie	8,3	28,6	63,1
Lubuskie	6,5	28,9	64,6
Łódzkie	4,7	36,0	59,3

cd. tablicy 2.3

Województwo	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Małopolskie	2,7	32,6	64,7
Mazowieckie	4,2	23,0	72,8
Opolskie	10,8	44,1	45,1
Podkarpackie	5,0	27,8	67,2
Podlaskie	11,1	32,1	58,8
Pomorskie	4,8	26,1	69,1
Śląskie	1,6	44,4	54,0
Świętokrzyskie	5,5	37,3	57,2
Warmińsko-Mazurskie	9,3	23,0	67,7
Wielkopolskie	8,0	35,5	56,5
Zachodniopomorskie	7,0	28,7	64,3
Polska	5,2	32,3	62,5

Źródło: GUS, *Rocznik Statystyczny Województw 2013*, Warszawa 2013, s. 95.

W Polsce w całości nakładów na środki trwałe brutto w 2011 roku najwyższy udział był w usługach – 62,5%, a następnie w przemyśle – 32,3%, a w rolnictwie tylko – 5,2%.

Na Mazowszu udział sektora usługowego w nakładach na środki trwałe brutto przewyższył średnią krajową, bo wyniósł, blisko 73% – co daje pierwsze miejsce w porównaniu do pozostałych województw. Kolejne województwa osiągały niższe wartości tego miernika – pomorskie nieco ponad 69%, a warmińsko-mazurskie niecałe 68%.

Analiza danych zawartych w powyższej tabeli wskazuje na fakt, iż dominujący udział usług w tworzeniu WDB na Mazowszu pociąga za sobą także koncentrację nakładów na środki trwałe brutto w tym sektorze gospodarczym.

Na Mazowszu mamy największy udział zatrudnienia w ogóle pracujących w kraju – 16,3% w 2011 roku (tablica 2.4).

Tablica 2.4

Pracujący w gospodarce narodowej w 2012 roku według województw i sektorów gospodarczych

Województwo	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Dolnośląskie	8,7	31,7	59,6
Kujawsko-Pomorskie	15,7	31,1	53,2
Lubelskie	38,3	17,9	43,8
Lubuskie	11,1	32,0	56,9
Łódzkie	19,2	28,5	52,3

cd. tablicy 2.4

Województwo	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Małopolskie	22,0	24,7	53,3
Mazowieckie	13,3	26,0	60,7
Opolskie	16,1	31,9	52,0
Podkarpackie	32,7	24,8	42,5
Podlaskie	31,4	20,6	48,0
Pomorskie	8,9	29,3	61,8
Śląskie	6,2	36,9	56,9
Świętokrzyskie	32,4	23,7	43,9
Warmińsko-Mazurskie	16,5	29,9	53,6
Wielkopolskie	15,7	31,8	52,5
Zachodniopomorskie	9,7	27,2	63,1
Polska	17,1	26,4	56,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie GUS, *Rachunki regionalne 2013*, Katowice 2013, s. 86-87.

Wśród ogółu pracujących w województwie mazowieckim, ponad 60% zatrudnionych było w usługach, blisko 25% w przemyśle, a nieco powyżej 13% w rolnictwie.

Nieco wyższy niż na Mazowszu odsetek zatrudnionych w usługach odnotowano w zachodniopomorskim – 63% oraz pomorskim – 62%.

Powyższe analizy potwierdzają, że Mazowsze na tle innych regionów polski wyróżniają:

- najwyższy poziomem wytwarzanego produktu krajowego brutto i w przeliczeniu na 1 mieszkańca,
- najwyższy udział w tworzeniu wartości dodanej brutto,
- dominacja sektora usług w generowaniu wartości dodanej brutto,
- koncentracja nakładów na środki trwałe brutto w sektorze usługowym,
- wysoki udział zatrudnionych w usługach w całej populacji pracujących na Mazowsza.

Wszystkie powyższe charakterystyki potwierdzają zarówno pierwszą pozycję województwa mazowieckiego w kraju, zarówno pod względem osiągniętego poziomu rozwoju gospodarczego, jak też korzystnej struktury sektorowej regionu. Przeprowadzone analizy potwierdzają najwyraźniej widoczny związek pomiędzy strukturą tworzenia wartości dodanej brutto i strukturą zatrudnienia w poszczególnych sektorach gospodarki.

Z podsumowania tej części wynika, że kondycja gospodarcza Mazowsza przedstawia się bardzo korzystnie na tle Polski i poszczególnych województw.

W następnej części zbadamy, czy i w jakim stopniu występują dysproporcje subregionalne pod względem ogólnego poziomu rozwoju oraz struktury gospodarki w województwie mazowieckim.

2.2. Subregionalne zróżnicowanie gospodarki województwa mazowieckiego

Obserwacja najważniejszego miernika poziomu rozwoju gospodarczego, jakim jest PKB i PKB *per capita*, pokazuje wyraźne dysproporcje charakteryzujące województwo mazowieckie (tablica 2.5).

Tablica 2.5

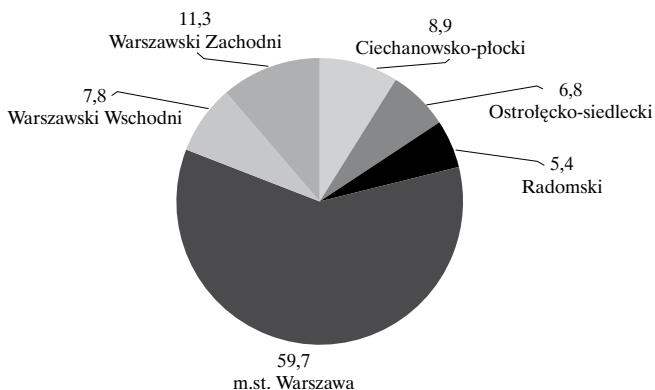
Produkt krajowy Brutto podregionów Mazowsza na tle województwa mazowieckiego w 2011 roku (w %)

Podregion	Ogółem	PKB na 1 mieszkańca
Ciechanowsko-płocki	8,9	74,7
Ostrołęcko-siedlecki	6,8	47,4
Radomski	5,4	45,7
m.st. Warszawa	59,7	184,9
Warszawski Wschodni	7,8	52,4
Warszawski Zachodni	11,3	77,2
Mazowsze	100,00	100,00

Źródło: GUS, *PKB rachunki regionalne 2012*, Katowice 2013, s. 465–466.

Wykres 2.4

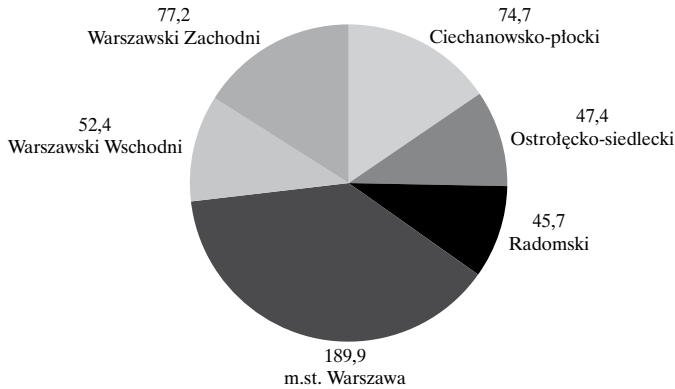
Produkt krajowy brutto ogółem podregionów Mazowsza w 2011 roku (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie GUS, *PKB rachunki regionalne 2012*, Katowice 2013, s. 465–466.

Wykres 2.5

Produkt krajowy brutto na 1 mieszkańca podregionów Mazowsza w 2011 r. (w %)



Źródło: jak w wykresie 2.4.

Tablica 2.6

Wartość dodana brutto na Mazowszu w 2011 roku według podregionów i rodzajów działalności (w %)

Podregion	Ogółem	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Ciechanowsko-płocki	8,9	24,0	18,9	5,1
Ostrołęcko-siedlecki	6,9	33,8	8,2	5,1
Radomski	5,4	16,0	7,0	4,4
m.st. Warszawa	59,7	6,2	37,5	69,5
Warszawski Wschodni	7,7	12,7	11,9	6,3
Mazowsze	100,00	100,00	16,5	9,6

Źródło: obliczenia własne na podstawie GUS, *PKB rachunki regionalne 2012*, Katowice 2013, s. 468.

Z danych zawartych w powyższej tabeli, wynika, że najwyższy poziom rozwoju gospodarczego charakteryzuje podregion m.st. Warszawa. Jego udział w generowaniu PKB na Mazowszu wynosił prawie 60%, a PKB w przeliczeniu na 1 mieszkańca stanowił prawie 185% tej wartości całego województwa. Udział pozostałych podregionów w tworzeniu PKB w województwie mazowieckim był znacznie mniejszy – następne w kolejności pod tym względem podregiony: warszawski zachodni i ciechanowsko-płocki osiągały odpowiednio 11,3% oraz 8,9%. Te same regiony były kolejnymi pod względem PKB *per capita* z wartościami prawie 75% dla subregionu ciechanowsko-płockiego i 77,7% – warszawskiego zachodniego. Najniższy poziom rozwoju

gospodarczego na Mazowszu charakteryzuje subregiony: radomski i ostrołęcko-siedlecki, dla których udział w PKB Mazowsza wynosi odpowiednio 5,4% i 6,8%, a osiągnięty PKB na 1 mieszkańca wynosi 45,7% oraz 47,7%.

Ważnym wyznacznikiem oceny stopnia nowoczesności subregionu jest porównanie udziału podregionów w generowaniu wartości dodanej brutto (WDB) według sektorów gospodarczych (tablica 2.6).

W 2011 roku prawie 60% WDB było wygenerowane przez subregion m.st. Warszawy, następne w kolejności to podregiony: warszawski zachodni – 11,4% oraz ciechanowsko-płocki – 8,9%. W układzie sektorowym zauważa się, iż 73,6% WDB Mazowsza zostało wytworzone w sektorze usługowym, 22,8% – przemysłowym, a 3,6% – rolniczym. Analiza struktury sektorowej gospodarki województwa mazowieckiego w układzie subregionalnym wskazuje na duże zróżnicowanie pod tym względem (tablica 2.7).

Tablica 2.7

Struktura sektorowa WDB w 2011 roku w podregionach województwa mazowieckiego

Podregion	Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Ciechanowsko-płocki	9,6	48,4	42,0
Ostrołęcko-siedlecki	17,7	27,4	54,9
Radomski	10,6	29,7	59,7
m.st. Warszawa	0,00	14,3	85,7
Warszawski Wschodni	5,9	34,8	59,3
Warszawski Zachodni	4,0	33,2	62,8
Mazowsze	3,6	22,8	73,6

Źródło: jak w tablicy 2.6.

Dominujący udział usług w tworzeniu WDB charakteryzuje m.st. Warszawę – blisko 86%, co znacznie przewyższa poziom tej wielkości dla Mazowsza. Udział usług w tworzeniu WDB sięgający 60% wystąpił w 2011 roku w subregionach: warszawskim zachodnim i radomskim.

Udział przemysłu w tworzeniu wartości dodanej brutto w podregionach był dosyć zróżnicowany w 2011 roku. Najwyższy poziom odnotowano w subregionie ciechanowsko-płockim – 48,4%, dwukrotnie wyższy w porównaniu do województwa mazowieckiego. Wyższe, od średniego poziomu pod względem udziału w tworzeniu WDB, wskaźniki osiągnięto w podregionach: warszawskim wschodnim – 34,8% i warszawskim zachodnim – 33,2%.

Warszawa pod tym względem plasuje się na ostatnim miejscu – udział przemysłu w generowaniu WDB to 14,3%.

W przypadku sektora rolniczego w tworzeniu WDM na Mazowszu odnotowują się 3,6%. W przekroju subregionów udział rolnictwa jest silnie zróżnicowany w tworzeniu WDB. Najwyższy udział odnotowano w regionie ostrołęcko-siedleckim – blisko 18%, następnie w radomskim i ciechanowsko-płockim – prawie 10%, a w m.st. Warszawa – 0%.

Sektor usług dominuje w tworzeniu WDB na Mazowszu, a także w niektórych podregionach – z dominacją m.st. Warszawa oraz podregionów warszawskim zachodnim i wschodnim.

Udział przemysłu w tworzeniu WDB w podregionach jest bardzo zróżnicowany w porównaniu do całego Mazowsza. Dominującymi pod tym względem są podregiony: ciechanowsko-płocki, a następnie warszawski wschodni i warszawski zachodni.

W 2011 roku na Mazowszu najniższy był udział sektora rolniczego w tworzeniu WDB – poniżej 4%. Obserwuje się silne zróżnicowanie subregionalne pod tym względem, czterokrotnie większy poziom tego wskaźnika w porównaniu do średniego poziomu w województwie mazowieckim – w subregionie ostrołęcko-siedleckim, a bliski średniej dla województwa – w podregionach warszawskim zachodnim i warszawskim wschodnim.

Przeprowadzone analizy dowodzą, że struktura tworzenia WDB na Mazowszu wykazuje znaczące dysproporcje w przekroju subregionalnym. Można w tej kwestii wskazać, że:

- najwyższy udział rolnictwa wystąpił w ostrołęcko-siedleckim, a najniższy w Warszawie,
- sektor przemysłowy wykazywał najwyższy udział w ciechanowsko-płockim, a najniższy w Warszawie,
- usługi stanowiły dominujący udział w tworzeniu WDB w Warszawie.

Następnym zagadnieniem, przedstawianym w artykule, jest analiza struktury nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw województwa mazowieckiego w 2011 roku i próba porównania z wnioskami dotyczącymi tworzenia WDB w przekroju subregionów i sektorów gospodarczych.

Dostępne dane statystyczne pozwalają przeanalizować strukturę ponoszonych nakładów inwestycyjnych w przedsiębiorstwach w podziale na dwa sektory: przemysł i usługi (tablica 2.8).

W 2011 roku na Mazowszu 66,8% nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw koncentrowało się w usługach, a 33,2% w przemyśle.

Największy udział inwestycji w przemyśle był w podregionach: ostrołęcko-siedleckim – 75,6%, radomskim – 67% i ciechanowsko-płockim – 63,1%. Zdecydowanie najniższy udział nakładów inwestycyjnych w przemyśle wystąpił w m.st. Warszawie – tylko 18,6%. W tym ostatnim subregionie najwyższy

był udział nakładów inwestycyjnych w usługach – aż 81,4%, wobec prawie o połowę niższych w pozostałych podregionach Mazowsza.

Tablica 2.8

Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na Mazowszu według podregionów i sektorów gospodarczych w 2012 roku (w %)

Podregion	Przemysł	Usługi
Ciechanowsko-płocki	63,1	36,9
Ostrołęcko-siedlecki	75,6	24,4
Radomski	67,0	33,0
m.st. Warszawa	18,6	81,4
Warszawski Wschodni	58,2	41,8
Warszawski Zachodni	44,4	55,6
Mazowsze	33,2	66,8

Źródło: obliczenia własne na podstawie US, *Rocznik Statystyczny województwa mazowieckiego 2013, podregiony, powiaty, gminy*, Warszawa 2013, s. 463–464.

Analiza struktury nakładów inwestycyjnych w podregionach pokazuje, że pokrywa się ona, w dużym stopniu, z udziałem sektorów gospodarczych w tworzeniu WDB w subregionach.

Kolejnym analizowanym problemem jest badanie struktury sektorowej zatrudnienia w subregionach województwa mazowieckiego w powiązaniu z wnioskami dotyczącymi struktury tworzenia wartości dodanej brutto w 2011 roku (tablica 2.9).

Tablica 2.9

Stopa bezrobocia i pracujący w podregionach województwa mazowieckiego w 2012 roku według sektorów gospodarczych (w %)

Podregion	Stopa bezrobocia (w %)	Odsetek pracujących w sektorach		
		Rolnictwo	Przemysł	Usługi
Ciechanowsko-płocki	18,0	33,0	26,3	40,7
Ostrołęcko-siedlecki	16,0	45,6	19,2	35,7
Radomski	24,6	34,4	21,3	44,3
m.st. Warszawa	4,3	0,5	13,8	85,7
Warszawski Wschodni	13,3	21,9	31,1	47,0
Warszawski Zachodni	8,9	19,5	25,4	55,1
Mazowsze	10,7	17,0	19,3	63,7

Źródło: obliczenia własne na podstawie US, *Rocznik Statystyczny województwa mazowieckiego 2013, podregiony, powiaty, gminy*, Warszawa 2013, s. 165–175 i 180.

Na Mazowszu występuje także duże zróżnicowanie sektorowe zatrudnienia w poszczególnych podregionach. Prawie połowa zatrudnionych w województwie mazowieckim w 2012 roku pracowała w m.st. Warszawa, w pozostałych podregionach odsetek wahał się od 8,9% do 12,3%. W województwie mazowieckim blisko 64% zatrudnionych było w usługach, 19,3% – w przemyśle, a 17% – w rolnictwie.

W rolnictwie, najwyższy udział zatrudnienia odnotowano w podregionie ostrołęcko-siedleckim – 45,6%, następnie w radomskim – 34,4% oraz ciechanowsko-płockim – 33%.

Najwięcej zatrudnionych w przemyśle było w warszawskim wschodnim – 31,1% oraz ciechanowsko-płockim – 26,3%, a najmniej w m.st. Warszawa – tylko 13,8%. W tym ostatnim podregionie odnotowano najwyższy poziom zatrudnienia w usługach – prawie 86%, następnie w warszawskim zachodnim – 55,1% oraz warszawskim wschodnim – 47%. Najniższy udział zatrudnionych w usługach był w podregionie ostrołęcko-siedleckim – 37,7%.

Z powyższej analizy wynika, że na Mazowszu koncentracje zatrudnienia mamy w m.st. Warszawa, głównie w usługach. W większości pozostałych podregionów występuje wyższy od średniego dla województwa poziom zatrudnienia w rolnictwie, natomiast znacznie mniej osób pracuje w przemyśle. Struktura sektorowa zatrudnienia, zarówno na Mazowszu, jak i w podregionach, dosyć silnie skorelowana jest ze strukturą tworzenia WDB. Analiza tej zależności na poziomie województwa wskazuje na dysproporcję polegającą na znacznie wyższym udziale zatrudnienia w rolnictwie w stosunku do udziału tego sektora w tworzeniu wartości dodanej brutto.

Na podstawie przeprowadzonych analiz można sformułować kilka wniosków uogólniających dotyczących Mazowsza. Województwo to:

- jest najlepiej rozwiniętym gospodarczo regionem Polski, jako jedyny osiągnął PKB na 1 mieszkańca przekraczający przeciętną dla UE;
- wytwarza ponad 22% PKB Polski, co oznacza, że PKB na 1 mieszkańca województwa mazowieckiego stanowi ponad 166% średniej krajowej;
- charakteryzuje się nowoczesną strukturą sektorową gospodarki – z dominacją usług w tworzeniu wartości dodanej brutto – ponad 73% udział;
- wykazuje silną korelację struktury sektorowej nakładów inwestycyjnych i zatrudnienia z tworzeniem WDB;
- charakteryzuje relatywnie małe znaczenie sektora przemysłowego w tworzeniu WDB i zatrudnieniu;
- jest wewnętrznie silnie zróżnicowane pod względem poziomu rozwoju gospodarczego i nowoczesności struktury gospodarek subregionów;

- ma dominujący subregion m.st. Warszawa – najbardziej rozwinięty, dominujący w tworzeniu WDB regionu, zatrudnieniu oraz bardzo dobrze rozwiniętym sektorem usług.

Syntetyczny wniosek wynikający z prowadzonych rozważań sprowadza się do stwierdzenia, że o pierwszej pozycji Mazowsza, jako najlepiej rozwiniętego gospodarczo regionu Polski oraz wysokiej konkurencyjności decyduje przede wszystkim subregion m.st. Warszawa. Osiągnięty wysoki poziom rozwoju gospodarczego Warszawy dotychczas nie przekładał się na możliwość niwelowania występujących różnic pod tym względem pomiędzy pozostałymi subregionami.

Dlatego jednym z najważniejszych wyzwań ekonomicznych województwa mazowieckiego, w nowej perspektywie finansowej w latach 2014–2020, jest budowanie potencjału gospodarki regionu z wykorzystaniem m.st. Warszawa, jako motoru wzrostu przez wzmocnienie jej potencjału połączone z zapewnieniem większej spójności ekonomiczno-społecznej we wszystkich podregionach. Szanse takie mają swoje odzwierciedlenie w nowej filozofii rozwoju województwa mazowieckiego w przyjętej Strategii Rozwoju Mazowsza do 2030 roku, gdzie akcentuje się wykorzystanie potencjału innowacyjności metropolii warszawskiej w zapewnieniu dyfuzji procesów rozwojowych w podregionach. Wprowadza to nowe podejście w realizacji polityki regionalnej na Mazowszu we wspomnianej przyszłej perspektywie czasowej.

W następnej zatem części opracowania poszukujemy odpowiedzi na pytanie, czy stymulowanie innowacji może poprawić konkurencyjność i zapewnić dalszy rozwój gospodarki Mazowsza i zapewnić większą spójność tego regionu.

3. Innowacje w poprawie konkurencyjności i spójności gospodarki Mazowsza w latach 2014–2020

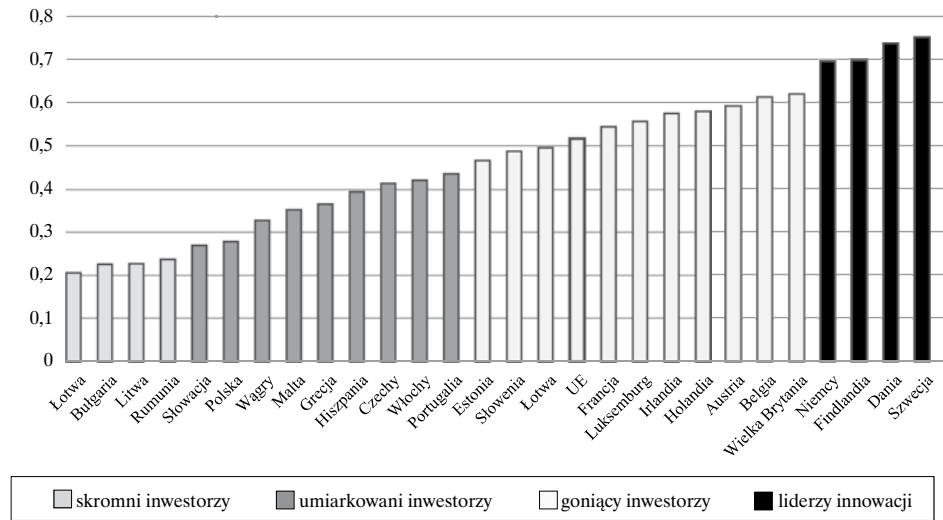
Innowacje zajmują szczególną rolę w poprawie międzynarodowej konkurencyjności gospodarek poszczególnych krajów, ale także przypisuje się im główną rolę w tworzeniu przewag konkurencyjnych regionów. Potencjał innowacyjny kraju i regionów przełoży się na konkurencyjność produktową i cenową.

Diagnoza innowacyjności polskiej gospodarki u progu planowania strategii rozwoju gospodarczego na lata 2014–2020 nie jest korzystna dla Polski, chociaż pozycja lidera Mazowsza w Polsce w tym zakresie jest niepodważalna.

O pozycji innowacyjnej danego kraju w Unii Europejskiej może świadczyć wartość syntetycznego wskaźnika publikowanego przez Komisję Europejską (wykres 3.1).

Wykres 3.1

Siła innowacyjności krajów Unii Europejskiej w 2010 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie strony http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius/ius-2010_en.pdf

Posługując się tym miernikiem uporządkowano kraje UE według ich siły innowacyjności w 2010 roku, dzieląc na cztery grupy:

- liderzy innowacji.
- goniący innowatorzy,
- umiarkowani innowatorzy,
- skromni innowatorzy.

Polska ze wskaźnikiem 0,278, wobec średniej wartości dla UE – 0,516, plasuje się w grupie umiarkowanych innowatorów, daleko za innymi krajami Europy Środkowo-Wschodniej, takimi jak: Łotwa – 0,495, Słowenia – 0,487, Estonia – 0,466, które należą do grupy goniących innowatorów. Polska plasuje się zatem na końcowej pozycji rankingu poziomu innowacyjności krajów UE.

O potencjale innowacyjnym gospodarek w dużym stopniu decyduje finansowanie z środków publicznych i prywatnych prac badawczo-rozwojowych,

których efektem jest nowa wiedza, a jej upowszechnianie przyczynia się do tworzenia własnych innowacji w gospodarce. Pomiaru tego zjawiska dokonuje się przez ustalenie wskaźnika udziału nakładów wewnętrznych na B+R, jako procent PKB – dla Polski w 2012 roku wynosił on 0,9 wobec ustalonego przez UE w 2020 roku – 3%.

Podobnie wygląda pozycja polskich regionów pod względem poziomu ich innowacyjności – według rankingu ESPON – Mazowsze, najlepiej gospodarczo rozwinięty polski region znalazł się na 65 miejscu, a kolejne – województwo podlaskie na 132.

Jednakże potencjał innowacyjny Mazowsza na tle pozostałych regionów Polski jest dalece odmienny od pozycji zajmowanej w rankingach międzynarodowych.

3.1. Ocena poziomu innowacyjności Mazowsza na tle pozostałych województw

Województwo mazowieckie zajmuje pierwszą pozycję w kraju pod względem potencjału innowacyjności, mierzonego nakładami na działalność badawczo-rozwojową (tablica 3.1).

Tablica 3.1

Nakłady na działalność badawczo-rozwojową (B+R) w 2012 r. według województw

Województwo	Na jednego mieszkańca (PLN)	Na jednego zatrudnionego w B+R (w tys. PLN)	Relacja do PKB (w %)	Udział w nakładach na B+R (w %)
Łódzkie	301,7	143,3	0,62	5,3
Mazowieckie	923,1	177,8	1,37	34,0
Małopolskie	488,9	144,4	1,06	11,4
Śląskie	281,0	166,5	0,52	9,0
Lubelskie	300,0	181,3	0,65	4,5
Podkarpackie	298,0	165,6	0,95	4,4
Podlaskie	115,8	81,7	0,41	1,0
Świętokrzyskie	95,3	220,9	0,38	0,8
Lubuskie	68,4	88,9	0,17	0,5
Wielkopolskie	393,2	179,5	0,64	9,5
Zachodniopomorskie	130,5	197,5	0,34	1,6
Opolskie	65,3	54,3	0,26	0,5
Kujawsko-Pomorskie	145,1	96,4	0,27	2,1
Pomorskie	442,2	175,7	0,73	7,0

cd. tablicy 3.1

Województwo	Na jednego mieszkańca (PLN)	Na jednego zatrudnionego w B+R (w tys. PLN)	Relacja do PKB (w %)	Udział w nakładach na B+R (w %)
Warmińsko-Mazurskie	146,0	136,0	0,48	1,5
Dolnośląskie	333,2	127,7	0,55	6,8
Polska	372,0	158,2	0,90	100,00

Źródło: GUS, *Nauka i technika w 2012 r.*, Warszawa 2013, s. 72–73 i 95–96.

Mazowsze ma najwyższy wskaźnik relacji nakładów na B+R do PKB, w 2012 roku wynosił on 1,37 wobec 0,9 dla Polski. Jedyne jeszcze dwa województwa przekroczyły nieco poziom tego miernika – małopolskie – 1,06 oraz podkarpackie – 0,95.

Wielkość nakładów na działalność badawczo-rozwojową, w przeliczeniu na 1 mieszkańca, wyniosła w tym roku 923,1 tys. PLN i była przeszło dwukrotnie wyższa wobec poziomu tej wielkości dla następnych w kolejności województw: małopolskiego i pomorskiego. Pod względem przeliczenia omawianych nakładów na 1 zatrudnionego w sektorze B+R, także Mazowsze zajmuje dalszą nieco pozycję, z wartością miernika równą 177,8 tys. PLN, wobec 158,2 tys. PLN dla Polski. Znacznie wyższe wartości tego miernika osiągnęły województwa: świętokrzyskie (220,9 tys. PLN) oraz zachodniopomorskie (197,5 tys. PLN).

Jednak Mazowsze dominuje pod względem udziału w całości środków w kraju przeznaczonych na prace badawczo – rozwojowe w 2012 osiągając 34%, następne w kolejności pod tym względem województwa: małopolskie i wielkopolskie osiągały ok. 10%.

O potencjale badawczo- rozwojowym Mazowsza może świadczyć pozycja regionu pod względem liczby jednostek oraz zatrudnionych w sektorze B+R (tablica 3.2).

Tablica 3.2

Jednostki badawcze i zatrudnienie w działalności B+R w 2012 roku według województw

Województwo	Liczba jednostek badawczych	Liczba zatrudnionych
Dolnośląskie	237	7605
Kujawsko-Pomorskie	122	3157
Lubelskie	97	3557
Lubuskie	37	788

cd. tablicy 3.2

Województwo	Liczba jednostek badawczych	Liczba zatrudnionych
Łódzkie	156	5322
Małopolskie	250	11346
Mazowieckie	693	27483
Opolskie	59	1217
Podkarpackie	111	3822
Podlaskie	46	1700
Pomorskie	157	5757
Śląskie	335	7801
Świętokrzyskie	50	550
Warmińsko-Mazurskie	56	1559
Wielkopolskie	268	6888
Zachodniopomorskie	59	2114
Polska	2733	90716

Źródło: GUS, *Rocznik Statystyczny Województw 2013*, Warszawa 2013, s. 493.

Na ogólnopolską liczbę 2733 jednostek w 2012 roku, działających w tym sektorze, przeszło jedna czwarta mieściła się na Mazowszu. Połowa tej liczby jednostek funkcjonowała w województwach: śląskim, wielkopolskim i małopolskim.

Odpowiednio w placówkach badawczo-rozwojowych województwa mazowieckiego pracowała ponad jedna trzecia osób zatrudnionych w tym sektorze w Polsce.

O pozycji regionu w ocenach poziomu ich innowacyjności decyduje także liczba przyznanych patentów oraz liczba zgłoszonych wynalazków do Urzędu Patentowego RP (tablica 3.3).

Tablica 3.3

Liczba udzielonych patentów i zgłoszonych wynalazków w 2012 roku według województw

Województwo	Liczba udzielonych patentów	Liczba zgłoszonych wynalazków
Dolnośląskie	285	458
Mazowieckie	388	975
Śląskie	213	578
Opolskie	76	85
Łódzkie	118	330
Zachodniopomorskie	85	137
Małopolskie	150	420

cd. tablicy 3.3

Województwo	Liczba udzielonych patentów	Liczba zgłoszonych wynalazków
Lubelskie	98	205
Kujawsko-Pomorskie	55	170
Pomorskie	85	241
Wielkopolskie	159	428
Świętokrzyskie	39	70
Podkarpackie	49	103
Lubuskie	10	47
Warmińsko-Mazurskie	17	83
Podlaskie	21	80
Polska	1848	4410

Źródło: GUS, *Nauka i technika 2013*, Warszawa 2013, s. 218–219.

W 2012 roku, wśród ogółu przyznanych patentów najczęściej pochodziło od wnioskodawców z województwa mazowieckiego – 21%, a następnie dolnośląskiego – 15,4% i śląskiego – 11,5%; najmniej było z lubuskiego – tylko 0,5%. Podobnie, wśród ogółu zgłoszonych w tym czasie wynalazków, ponad 22% pochodziło z województwa mazowieckiego, a następnymi w kolejności były: śląskie – 13,1% i dolnośląskie – 10,4%, najmniej wynalazków zgłoszono z lubuskiego – 1,1%.

O poziomie innowacyjności i znaczeniu w rozwoju regionu świadczy innowacyjność przedsiębiorstw. Na Mazowszu zauważa się dysproporcje pod względem stopnia innowacyjności przedsiębiorstw z sektorów przemysłu i usług (tablica 3.4).

Tablica 3.4

Przedsiębiorstwa aktywne innowacyjnie w latach 2010–2012 według województw i sektorów gospodarczych (w %)

Województwo	Przedsiębiorstwa przemysłowe	Przedsiębiorstwa usługowe
Opolskie	23,0	5,7
Podlaskie	23,8	8,3
Dolnośląskie	22,6	14,1
Śląskie	20,8	10,0
Warmińsko-mazurskie	19,1	5,5
Świętokrzyskie	18,5	8,6
Zachodniopomorskie	18,4	11,9

cd. tablicy 3.4

Województwo	Przedsiębiorstwa przemysłowe	Przedsiębiorstwa usługowe
Podkarpackie	19,3	12,6
Kujawsko-pomorskie	18,4	16,5
Małopolskie	18,8	15,1
Lubuskie	17,1	12,8
Lubelskie	17,7	12,1
Mazowieckie	17,2	19,5
Łódzkie	14,4	12,7
Wielkopolskie	12,8	11,7
Pomorskie	12,3	11,4

Źródło: GUS, *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, Warszawa 2013, s. 33–34.

Wśród przedsiębiorstw przemysłowych, aktywnych innowacyjnie w latach 2010–2012, na Mazowszu było – 17,2%, co daje temu regionowi dopiero dwunastą pozycję. Na pierwszych pozycjach plasują się pod tym względem województwa: podlaskie, opolskie, dolnośląskie i śląskie – udział aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw w sektorze przemysłowym przekracza 20%.

Natomiast województwo mazowieckie jest liderem pod względem aktywnych innowacyjnie przedsiębiorstw w sektorze usług – 19,5%. W kolejnych trzech województwach: kujawsko-pomorskim, małopolskim i dolnośląskim udział aktywnie innowacyjnych przedsiębiorstw, działających w sektorze usług, wahał się od 14,1% do 16,5%. Podobne zależności obserwujemy w strukturze nakładów na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach na Mazowszu (tablica 3.5).

Tablica 3.5

Nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach w 2012 roku według województw i sektorów gospodarczych (w mln PLN)

Województwo	Przedsiębiorstwa przemysłowe	Przedsiębiorstwa usługowe
Mazowieckie	4994,7	11207,9
Śląskie	3042,5	936,6
Łódzkie	2290,7	218,5
Dolnośląskie	1768,6	–
Małopolskie	1360,8	639,9
Podkarpackie	1182,8	260,1
Zachodniopomorskie	1012,0	38,3

cd. tablicy 3.5

Województwo	Przedsiębiorstwa przemysłowe	Przedsiębiorstwa usługowe
Świętokrzyskie	806,7	72,5
Pomorskie	749,0	487,1
Lubelskie	588,7	317,7
Kujawsko-pomorskie	539,4	–
Podlaskie	495,0	9,4
Warmińsko-Mazurskie	411,9	–
Lubuskie	292,4	18,9
Opolskie	161,8	–
Wielkopolskie	1838,0	300,1

Źródło: GUS, *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, Warszawa 2013, s. 72.

Nakłady na działalność innowacyjną przedsiębiorstw na Mazowszu są najwyższe, zarówno w sektorze przemysłowym, jak i usługowym. Następnymi w kolejności w sektorze przemysłowym są województwa: śląskie i łódzkie, a w sektorze usług – śląskie i świętokrzyskie.

Zauważone dysproporcje, przejawiające się na Mazowszu większą innowacyjnością przedsiębiorstw usługowych niż przemysłowych, wynikają z wcześniej opisanej struktury sektorowej gospodarki tego regionu, z wyraźną dominacją usług w tworzeniu PKB i WDB, co wiązało się głównie z wiodącą pozycją podregionu m.st. Warszawa pod tym względem.

Przeprowadzone analizy, co prawda dosyć ogólne, świadczą o wysokim potencjale innowacyjnym Mazowsza na tle pozostałych regionów. Można zauważyć, że na Mazowszu występuje korelacja między strukturą sektorową tworzenia WDB, a aktywnością innowacyjną i wielkością nakładów na innowacje w przedsiębiorstwach.

Znacznie niższy poziom innowacyjności charakteryzuje przedsiębiorstwa sektora przemysłowego w porównaniu do sektora usług. Rosnące znaczenie innowacji w poprawie konkurencyjności gospodarki oraz oddziaływaniu na jej wzrost w perspektywie lat 2014–2020, w przypadku województwa mazowieckiego, przy dużym potencjale innowacyjnym może przyczynić się do zniwelowania zjawiska dualizmu gospodarczego na rzecz większej spójności gospodarczej wewnątrz regionu i rozwiązywaniu ważnych kwestii społecznych, w tym zmniejszenia zróżnicowania poziomu bezrobocia w poszczególnych podregionach.

3.2. Innowacje i inteligentne specjalizacje w rozwoju gospodarki Mazowsza do 2020 roku

Innowacje stanowią ważny czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego UE w perspektywie lat 2014–2020. Rozwój gospodarki UE, zgodnie z zapisami zawartymi w Strategii Europa 2020, oparty ma być na trzech filarach:

- inteligentnym wzroście (rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacjach),
- wzroście zrównoważonym (efektywniejsze wykorzystanie zasobów i poprawa konkurencyjności),
- wzroście sprzyjającym włączeniu społecznemu (zwiększenie aktywności zawodowej, podnoszenie kwalifikacji, tworzenie miejsc pracy, walka z ubóstwem).

W realizacji celów społeczno-ekonomicznych, jako główne instrumenty, wymienia się rozwój działalności badawczo-rozwojowej i innowacji – inicjatywa Unia Innowacji.

Z zapisów Strategii Europa 2020 wynika dążenie UE do zapewnienia większej spójności gospodarczej, społecznej i terytorialnej przez wykorzystanie możliwości, jakie stwarza gospodarka oparta na wiedzy i innowacjach.

Z interesującego nas punktu widzenia głównej tezy prezentowanego opracowania, czyli możliwości wykorzystania potencjału innowacyjnego do poprawy poziomu i zapewnienia większej spójności ekonomiczno-społecznej Mazowsza, wyłania się koncepcja terytorialnie ukierunkowanego rozwoju i zastosowanie w niej nowego kształtu regionalnej polityki innowacyjnej, opartej na tzw. strategii inteligentnej specjalizacji. Koncepcja ta zwraca uwagę na uzależnienie wzrostu innowacyjności i konkurencyjności na bazie wewnętrznego potencjału regionu i branż już w nim funkcjonujących. Strategia inteligentnych specjalizacji kładzie nacisk na wykorzystanie wiedzy i wyspecjalizowanej działalności badawczo-rozwojowej w określaniu branż wiodących, dostosowanych do cech społeczno-gospodarczych regionu.

Zarysowane nowe podejście do rozwoju gospodarek, stwarza także regionowi mazowieckiemu szanse na wykorzystanie swojego potencjału innowacyjnego w pokonaniu głównego problemu, jakim jest silne wewnętrzne zróżnicowanie poziomu społeczno-gospodarczego. Wyrazem tego zjawiska jest swego rodzaju występujący dualizm gospodarczy, wyrażający się supremacją subregionu metropolitalnego warszawskiego wobec pozostałych, zwłaszcza peryferyjnych i rolniczych, subregionów pod względem różnic w poziomie osiągniętego rozwoju społeczno-gospodarczego. Mamy z jednej strony, obszary typowo rolnicze – podregiony: ciechanowsko-płocki, ostro-

łęcko-siedlecki i radomski, a z drugiej, obszary o dobrze rozwiniętych usługach: warszawski stołeczny, warszawski zachodni i warszawski wschodni, co staraliśmy się uzasadnić analizami przeprowadzonymi w poprzednich częściach opracowania. Koncepcja nowego podejścia w rozwoju społeczno-ekonomicznym regionu mazowieckiego znalazła odzwierciedlenie w Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego do 2030 roku.

Cele strategiczne przyjęte w tym dokumencie to:

- wzrost konkurencyjności regionu poprzez rozwój działalności gospodarczej oraz transfer i wykorzystanie nowych technologii,
- poprawa dostępności i spójności terytorialnej regionu oraz kształtowanie ładu przestrzennego,
- poprawa jakości życia oraz wykorzystanie kapitału ludzkiego i społecznego do tworzenia nowoczesnej gospodarki.

Realizacja głównie pierwszego celu, ale także i pozostałych, wiąże się z innym potraktowaniem potencjału gospodarczo-innowacyjnego metropolii warszawskiej w zapewnieniu zrównoważonego rozwoju regionu i stopniowym niwelowaniu występujących różnic wewnątrz regionalnych pod tym względem. Ważnym elementem w tym procesie jest wybór i realizacja tzw. Inteligentnych specjalizacji województwa mazowieckiego. Wykorzystując dominującą pozycję Obszaru Metropolitarneego Warszawy w zakresie dobrze rozwiniętego zaplecza działalności badawczo-rozwojowej oraz sektora nowoczesnych usług przyjęto, iż ten podregion będzie oferował usługi badawczo-rozwojowe dla biznesu, usługi biznesowo-finansowe, bankowe, ubezpieczeniowe, logistyczne dla firm, a także usługi IT i ICT, kreatywny biznes, przemysł wysokich technologii.

Dla pozostałych subregionów określono specjalizacje inteligentne z zakresu: rolnictwa, przemysłu rolno-spożywczego i nowoczesnego przemysłu chemicznego (biotechnologia, nanotechnologia).

Wybór inteligentnych specjalizacji w wąskim zakresie jest dosyć trudny w tym regionie ze względu na wiele, dobrze rozwiniętych sektorów w podregionie stołeczno-warszawskim, a zróżnicowanym rozwojem poszczególnych branż w pozostałych podregionach.

Z przedstawionych propozycji wynika, że przewiduje się na Mazowszu wdrażanie innowacji zarówno w już dobrze rozwiniętym sektorze usług, ale także przywiązuje się dużą wagę do rozwoju nowoczesnych branż przemysłu. Podejście takie umożliwia dyfuzję innowacji z podregionu wzrostu – metropolii warszawskiej do innych podregionów – taka polityka sprzyja także tworzeniu w pozostałych subregionach nowych miejsc pracy, tak aby zahamować odpływ pracowników do Warszawy.

Pozytywne oddziaływanie potencjału innowacyjnego Warszawy na rozwój innych subregionów województwa mazowieckiego wymusza wzrost innowacyjności przedsiębiorstw. Podniesienie poziomu innowacyjności przedsiębiorstw Mazowsza wymaga zatem:

- podniesienia kompetencji przedsiębiorstw w korzystaniu z nowych technologii,
- dalszego zacieśniania współpracy między przedsiębiorstwami regionu i ich kontaktami z nauką,
- promowania korzystania przez przedsiębiorstwa z nowoczesnych usług biznesowych w kontekście poprawy efektywności ich funkcjonowania.

Wśród działań, zawartych w Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego do 2030 roku, służących wyrównywaniu dysproporcji poziomu rozwoju gospodarczego subregionów warto zwrócić uwagę na wyodrębnienie dwóch obszarów strategicznej interwencji; są to obszary:

- problemowe – ostrołęcko-siedlecki, płocko-ciechanowski i radomski,
- biegun wzrostu – Obszar Metropolitalny Warszawy(OMW).

Obszary problemowe wymagają podejmowania działań na rzecz poprawy ich znaczenia gospodarczego oraz przygotowanie do zdolności absorpcji pozytywnych impulsów ekonomicznych z lepiej rozwiniętych podregionów, przede wszystkim z mazowieckiego bieguna wzrostu – OMW. Natomiast polityka wobec OMW ma na celu wykorzystanie jego potencjału ekonomicznego i innowacyjnego w tworzeniu mechanizmów rozprzestrzeniania procesów rozwojowych na tereny słabiej rozwinięte.

Wydaje się, że zarysowane działania dotyczące absorbowania innowacji w regionie, służące zapewnieniu większej spójności społeczno-ekonomicznej, przyczynią się do niwelacji istnienia wieloletniego dysonansu między osiągniętym wysokim poziomem rozwoju i nowoczesności gospodarki subregionu m.st. Warszawa, a podregionami plasującymi się znacznie mniej korzystnie pod tym względem.

4. Podsumowanie

Współczesne gospodarki upatrują szans rozwojowych w poprawie konkurencyjności i produktywności. Kluczowe znaczenie w tym zakresie odgrywa gospodarka oparta na wiedzy i innowacyjności. Podniesienie skłonności do innowacji staje się głównym wyznacznikiem strategii rozwoju gospodarek poszczególnych krajów. W poprawie innowacyjności gospodarek krajowych istotną rolę odgrywa wzrost innowacyjności przedsiębiorstw i regionów. Inno-

wacyjność ma kluczowe znaczenie w rozwoju regionów i zapewnieniu ich większej spójności społeczno-ekonomicznej.

Przeprowadzone analizy dotyczące zależności między dalszym rozwojem i modernizacją gospodarki Mazowsza wyraźnie wskazują, że polityka gospodarcza regionu może sprzyjać dyfuzji innowacji z obszarów o wysokim potencjale gospodarczym do subregionów słabiej rozwiniętych. Przyniesione wyniki badań potwierdzają, że Mazowsze jest najlepiej rozwiniętym gospodarczo regionem Polski. W tym województwie wytwarza się 22% PKB Polski, najlepiej jest rozwinięty sektor usług – w tym nowoczesnych usług biznesowych, który wytwarza ponad 73% wartości dodanej brutto regionu. W usługach znajduje zatrudnienie ponad 60% zatrudnionych. Jest to region, który posiada najwyższy potencjał innowacyjny, głównie w wyniku koncentracji jednostek B+R, wyższych uczelni i zatrudnienia w tym sektorze – w Warszawie. Badania dowodzą utrzymywanie się silnie wewnętrznego zróżnicowania poziomu rozwoju gospodarczego w układzie subregionalnym. Pierwsza pozycja Mazowsza, jako najlepiej rozwiniętego regionu dysponującego także największym potencjałem innowacyjności, wynika z dominacji pod tymi względami subregionu m.st. Warszawa, a drugi biegun, o znacznie niższym poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego, tworzą podregiony peryferyjne: ostrołęcko-siedlecki, radomski, ciechanowsko-płocki. Wysoki poziom rozwoju gospodarczego Warszawy do tej pory nie przekładał się na zniwelowanie znaczących różnic w poziomie rozwoju pozostałych podregionów. Przeciwdziałanie temu zjawisku staje się jednym z najważniejszych wyzwań polityki gospodarczej regionu na lata 2014–2020. Potencjał innowacyjny Warszawy będzie wykorzystany w upowszechnianiu procesów rozwojowych w podregionach w celu wzmocnienia potencjału gospodarczego Mazowsza, ale także zapewnienie większej spójności społeczno-ekonomicznej wewnątrz regionu.

BIBLIOGRAFIA

- GUS (2013). *PKB – rachunki regionalne 2012*, Katowice.
- GUS (2013). *Rocznik Statystyczny Województw 2013*, Warszawa.
- GUS (2013). *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, Warszawa.
- GUS (2013). *Nauka i technika 2012*, Warszawa.
- Hausner, J. (2012). *Kurs na innowacje. Jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryfu?*, Fundacja GAP, Kraków.
- Herbst, J. (2012). *Przemiany rynku pracy i struktury gospodarki w województwie mazowieckim w kontekście rozwoju technologii informacji i komunikacji. Raport, Trendy Rozwojowe Mazowsza*, Warszawa.
- Hołub-Iwan, J. (2013). *Regionalne systemy innowacyjne w Polsce – doświadczenia i perspektywy*, PARP, Warszawa.

- Instytut Badań Strukturalnych (2012). *Mazowsze w makro perspektywie*, Warszawa.
- Komisja Europejska (2010). *Europa 2020*, Bruksela.
- Komisja Europejska (2012). Inteligentna specjalizacja. *Panorama inforegio*, nr 44, Bruksela.
- Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji (2013). *Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności*, Warszawa.
- Ministerstwo Gospodarki (2013). *Strategia innowacyjności i efektywności gospodarki. Dynamiczna Polska*, Warszawa.
- Ministerstwo Rozwoju Regionalnego (2012). *Raport Polska 2011. Gospodarka-społeczeństwo-regiony*, Warszawa.
- Ministerstwo Rozwoju Regionalnego (2013). *Przegląd Regionalny Polski 2012*, Warszawa.
- Piętka-Kosińska, K. i Szypuła, M. (2012). *Mazowsze na tle kraju*, CASE – Doradcy, Warszawa.
- Rada Ministrów RP (2012). *Strategia Rozwoju Kraju do 2020 roku*, Warszawa.
- Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego (2013). *Strategia rozwoju Województwa Mazowieckiego do 2030 roku. Innowacyjne Mazowsze*, Warszawa.
- Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego (2008). *Regionalna Strategia Innowacji dla Mazowsza na lata 2007–2015*, Warszawa.
- Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego (2013). *Analiza zmian w działalności podmiotów gospodarki narodowej na Mazowszu w kontekście realizacji RIS Mazovia*, Warszawa.
- Urząd Statystyczny (2013). *Portret Województwa Mazowieckiego 2010–2012*, Warszawa.
- Urząd Statystyczny (2013). *Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego 2013 – podregiony, powiaty, gminy*, Warszawa.
- Wojewódzki Urząd Pracy (2013). *Regionalne prognozy gospodarcze*, Warszawa.

Funkcjonalność inteligentnych specjalizacji polskich regionów

Streszczenie

Celem opracowania jest prezentacja badań nad inteligentnymi specjalizacjami (IS), wyłonionymi przez część polskich województw. Wynika z nich, że proces ich definiowania jest oparty na szerokiej debacie publicznej władz regionalnych z partnerami gospodarczymi (samorząd gospodarczy, instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy) oraz naukowymi. Proces jest w istocie przedsiębiorczym odkrywaniem własnych silnych stron i został mocno osadzony w rzeczywistości regionalnej. W tym procesie, władze regionalne pełnią rolę moderatora. Strategia (IS) pozwoliła regionom na przeprowadzenie „inventaryzacji” własnych zasobów rozwojowych, transferu wiedzy, oraz wyłonienie tych, które będą wspierane w najbliższych latach.

1. WSTĘP

Inteligentna specjalizacja jest nowym podejściem do wspierania innowacyjności i konkurencyjności, wprowadzonym w ramach przyjętej w 2010 roku „Strategii na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu” (Europa 2020). Zasadniczym celem inteligentnej specjalizacji jest optymalne wykorzystanie różnorodności potencjału rozwojowego krajów i regionów Unii Europejskiej (UE) poprzez możliwie najlepsze dopasowanie rozwoju nauki i edukacji do specyficznych uwarunkowań społeczno-gospodarczych (Słodowa-Hełpa, 2013).

Sama idea inteligentnych specjalizacji została sformułowana w 2008 roku przez grupę ekspertów „Wiedza dla wzrostu”, której przewodniczył unijny

komisarz ds. badań Janez Potočnik. Założenia wypracowanej wówczas koncepcji nawiązują m.in. do takich teorii jak (Miłek, 2013):

- teoria produktu podstawowego Harolda Innesa, według której drogą do rozwoju regionalnego jest stopniowa specjalizacja produkcyjna, czyli skupienie się na określonej grupie towarów, które mogą być najbardziej konkurencyjne na rynkach zewnętrznych. Upatruje ona źródła rozwoju regionalnego w działalności eksportowej.
- koncepcja elastycznej produkcji, w której podkreśla się rolę specjalizacji. Polega ona na elastycznej produkcji małych i średnich przedsiębiorstw, które są zdolne do szybkiej zmiany w produkcji, co pozwala im wypracować specjalizację. To z kolei przekłada się na łatwiejsze znalezienie niszy rynkowej i wysoką konkurencję w danej dziedzinie,
- teoria dystryktu przemysłowego Alfreda Marshalla, czyli obszaru, na którym koncentrują swoją lokalizację wyspecjalizowane zakłady przemysłowe. Sama struktura gospodarki regionalnej oparta jest na sektorze małych i średnich przedsiębiorstw, które produkują głównie na rynek regionalny,
- koncepcja klastra, którą przedstawił Michael E. Porter. Polega ona na kooperacji przedsiębiorstw z danego sektora z uniwersytetami oraz jednostkami badawczo-rozwojowymi, instytucjami wsparcia biznesu. Taki model współpracy sprzyja tworzeniu specjalizacji. Zgodnie z tą teorią wraz z procesem globalizacji można zaobserwować wzrost specjalizacji krajów w wytwarzaniu określonych produktów czy usług- specjalizacja w obszarze produkcji.
- strategia rozwoju endogenicznego, w myśl której rozwój oparty jest na wewnętrznych zasobach i potencjale. Ten rozumiany jest jako dodatkowe możliwości rozwojowe regionu, które mogą tkwić w czynnikach produkcji, potencjale inwestycyjnym, czy innowacyjności środowiska regionalnego.

Poprzez wykorzystanie wiedzy oraz wyspecjalizowanej działalności badawczo-rozwojowej, dopasowanej do cech społeczno-gospodarczych, regiony mają osiągać doskonałość w specyficznych dziedzinach, które umożliwią im konkurowanie na arenie międzynarodowej poprzez:

- wskazanie, na podstawie analizy mocnych i słabych stron oraz możliwości i tendencji rozwojowych, kilku priorytetów inwestycyjnych w perspektywnych obszarach specjalizacji i budowanie na tej podstawie przewagi,
- mobilizowanie talentów dzięki łączeniu potrzeb z możliwościami sektora badawczo-rozwojowego i biznesu oraz wykorzystanie wiedzy i wyspecja-

- lizowanej działalności badawczo-rozwojowej, dopasowanej do cech społeczno-gospodarczych danego regionu,
- nakierowanie na rozwijanie klastrów i tworzenie przestrzeni dla zróżnicowanych powiązań międzysektorowych napędzających procesy dywersyfikacji w warunkach większego uczestniczenia w sieciach ponadregionalnych,
 - włączanie w procesy proinnowacyjne nie tylko instytucji naukowych, firm i władz publicznych, ale także odbiorców, czyli użytkowników innowacji (Ślódowa-Hełpa, 2013).

Zatem inteligentna specjalizacja nie tylko określa kluczowe obszary rozwoju danego kraju i/lub regionu, ale pozwala jednocześnie koncentrować wsparcie na określonych priorytetach rozwojowych. Dla sektora prywatnego z kolei, specjalizacje powinny być źródłem informacji i zachętą do podjęcia działań komplementarnych z interwencją władz publicznych.

2. Inteligentne specjalizacje w unijnych i polskich dokumentach strategicznych

2.1. Inteligentne specjalizacje w dokumentach europejskich

Koncepcja inteligentnej specjalizacji sformułowana w 2008 roku została wprowadzona do głównego dokumentu strategicznego Unii Europejskiej na lata 2010-2020, którym jest „Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu” (*Europa 2020*). Podstawą Strategii „Europa 2020” są trzy współzależne i wzajemnie uzupełniające się ze sobą priorytety:

- 1) **rozwój inteligentny** (*smart growth*) – rozwój gospodarki oparty na wiedzy i innowacji, podejmuje takie działania jak: podniesienie jakości edukacji, wspieranie transferu innowacji i poprawy działalności badawczej. Do realizacji tego priorytetu konieczne są środki finansowe, przedsiębiorczość, a także uwzględnianie potrzeb społeczeństwa;
- 2) **rozwój zrównoważony** (*sustainable growth*) – wsparcie gospodarki, która efektywniej korzysta z zasobów oraz jest bardziej konkurencyjna;
- 3) **rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu** (*inclusive growth*) – wsparcie gospodarki o wysokim wskaźniku zatrudnienia, spójności społecznie i terytorialnie.

W Strategii „Europa 2020” znajdujemy następujący zapis: „na poziomie krajowym państwa członkowskie będą musiały zreformować krajowe (i regio-

nalne) systemy prowadzenia działalności B+R+I, aby sprzyjały one rozwijaniu doskonałości i inteligentnej specjalizacji”¹.

Wraz ze Strategią „*Europa 2020*”, Unia Europejska wyznaczyła siedem inicjatyw przewodnich. Inteligentna specjalizacja została wskazana w jednej z nich, którą nazwano „Unią Innowacji”. Dokument ten w kilku miejscach przywołuje tematykę inteligentnych specjalizacji, np. „regiony powinny kierować środki w oparciu o inteligentną specjalizację i koncentrować się na swoich mocnych stronach, w których mogą osiągnąć wybitne wyniki”², „począwszy od 2010 roku państwa członkowskie powinny istotnie poprawić wykorzystanie istniejących funduszy strukturalnych na projekty w dziedzinie badań i innowacji, aby wdrażać strategię inteligentnej specjalizacji”³, „państwa członkowskie powinny zacząć przygotowania programów funduszy strukturalnych na okres po 2013 roku, kładąc większy nacisk na innowacje i inteligentną specjalizację”⁴.

2.2. Inteligentne specjalizacje na poziomie krajowym

Na poziomie krajowym podstawowym narzędziem realizacji Strategii „*Europa 2020*” są Krajowe Programy Reform (KPR). Ostatnią aktualizację tego dokumentu, Rada Ministrów przyjęła w kwietniu 2014 roku. Programy te są uaktualniane co roku przez rządy państw członkowskich Unii Europejskiej i przekazywane do Komisji Europejskiej. W KPR państwa członkowskie powinny przedstawić m.in.: średniookresowy scenariusz makroekonomiczny, krajowe ambicje w zakresie realizacji pięciu wiodących celów strategii „*Europa 2020*”, określenie głównych przeszkód dla wzrostu i zatrudnienia oraz działania dla ich przezwyciężenia. KPR powinny też zawierać harmonogram realizacji reform oraz ocenę ich skutków budżetowych. Przy opracowaniu Krajowego Programu Reform na rzecz realizacji strategii „*Europa 2020*” oraz jego corocznych aktualizacji brano pod uwagę zarówno bieżącą sytuację makroekonomiczną, jak i prognozy oraz priorytety gospodarcze rządu. Jednocześnie wykorzystane zostały doświadczenia zdobyte przy tworzeniu i realizacji dwóch poprzednich KPR w ramach Strategii Lizboń-

¹ Komisja Europejska, *Europa 2020*, http://ec.europa.eu/europe2020/index_en.htm, str. 15, dostęp 01.06.2014.

² Komisja Europejska, *Innovation Union a Europe 2020 initiative*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0546:FIN:PL:PDF#page=2>, str. 23, dostęp 01.06.2014.

³ Ibidem.

⁴ Ibidem.

skiej, poprzedniczki strategii „Europa 2020”. Nowy, polski Krajowy Program Reform stanowi element systemu zarządzania krajową polityką rozwoju, a zaproponowane w nim reformy, w powiązaniu z realizacją długo- i średniookresowej strategii rozwoju kraju oraz dziewięcioma zintegrowanymi strategiami krajowymi, umożliwią koncentrację na obszarach priorytetowych z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego Polski, prowadząc jednocześnie do realizacji celów strategii „Europa 2020”⁵.

Bezpośrednio do inteligentnej specjalizacji na poziomie krajowym odnosi się „Program Rozwoju Przedsiębiorstw”, przyjęty przez Radę Ministrów 8 kwietnia 2014 roku. Jego integralną częścią jest „Krajowa Inteligentna Specjalizacja” (KIS). Dokument ma charakter otwarty i będzie podlegał aktualizacjom, zgodnie ze zmieniającymi się warunkami społeczno-gospodarczymi.

Efektom opracowania KIS jest wskazanie krajowych inteligentnych specjalizacji stanowiących priorytety w zakresie polityki naukowej i innowacyjnej do roku 2020. 18 inteligentnych specjalizacji określono w ramach następujących działów: zdrowe społeczeństwo, biogospodarka rolno-spożywcza i środowiskowa, zrównoważona energetyka, surowce naturalne i gospodarka odpadami oraz innowacyjne technologie i procesy przemysłowe⁶:

ZDROWE SPOŁECZEŃSTWO

1. *Technologie inżynierii medycznej, w tym biotechnologie medyczne*
2. *Diagnostyka i terapia chorób cywilizacyjnych oraz w medycynie spersonalizowanej*
3. *Wytwarzanie produktów leczniczych*

BIOGOSPODARKA ROLNO-SPOŻYWCZA, LEŚNO-DRZEWNA I ŚRODOWISKOWA

4. *Innowacyjne technologie, procesy i produkty sektora rolno-spożywczego i leśno-drzewnego*
5. *Zdrowa żywność (o wysokiej jakości i ekologiczności produkcji)*
6. *Biotechnologiczne procesy i produkty chemii specjalistycznej oraz inżynierii środowiska*

⁵ Ministerstwo Gospodarki RP, *Krajowy Program Reform*, <http://www.mg.gov.pl/Bezpieczenstwo+gospodarcze/Strategia+Europa+2020/Krajowy+Program+Reform>, dostęp 02.06.2014 r.

⁶ Ministerstwo Gospodarki RP, <http://www.mg.gov.pl/Wspieranie+przedsiębiorczosci/Polityki+przedsiębiorczosci+i+innowacyjnosci/Krajowe+inteligentne+specjalizacje>, dostęp 02.06.2014.

ZRÓWNOWAŻONA ENERGETYKA

7. *Wysokosprawne, niskoemisyjne i zintegrowane układy wytwarzania, magazynowania, przesyłu i dystrybucji energii*
8. *Inteligentne i energooszczędne budownictwo*
9. *Rozwiązania transportowe przyjazne środowisku*

SUROWCE NATURALNE I GOSPODARKA ODPADAMI

10. *Nowoczesne technologie pozyskiwania, przetwórstwa i wykorzystania surowców naturalnych oraz wytwarzanie ich substytutów*
11. *Minimalizacja wytwarzania odpadów, w tym niezdalnych do przetworzenia oraz wykorzystanie materiałowe i energetyczne odpadów (recykling i inne metody odzysku)*
12. *Innowacyjne technologie przetwarzania i odzyskiwania wody oraz zmniejszające jej zużycie*

INNOWACYJNE TECHNOLOGIE I PROCESY PRZEMYSŁOWE (W UJĘCIU HORYZONTALNYM)

13. *Wielofunkcyjne materiały i kompozyty o zaawansowanych właściwościach, w tym nanoprocesy i nanoproducty*
14. *Sensory (w tym biosensory) i inteligentne sieci sensorowe*
15. *Inteligentne sieci i technologie geoinformacyjne*
16. *Elektronika oparta na polimerach przewodzących*
17. *Automatyzacja i robotyka procesów technologicznych*
18. *Optoelektroniczne systemy i materiały*

Program Rozwoju Przedsiębiorstw jest dokumentem wykonawczym Strategii Innowacyjności i Efektywności Gospodarki (SIEG) „Dynamiczna Polska 2020”, przygotowanej przez Ministerstwo Gospodarki w 2013 roku. Jest to kluczowy dokument dla wzrostu innowacyjności polskiej gospodarki. Podstawowym elementem Strategii są inteligentne specjalizacje. SIEG jest jedną z dziewięciu strategii sektorowych, przygotowanych przez ministerstwa w ramach Średnio (do roku 2020) i Długookresowej (do 2030 roku) Strategii Rozwoju Kraju. Strategicznymi dokumentami na poziomie krajowym, które odnoszą się do badań oraz innowacji na rzecz inteligentnych

specjalizacji są: Krajowy Program Badań oraz Foresight technologiczny przemysłu InSight 2030. Krajowy Program Badań (KPB) wskazuje strategiczne kierunki badań naukowych oraz prac rozwojowych. Celem KPB jest koncentracja publicznych środków finansowych na tych kierunkach badań oraz projektach rozwojowych, które są priorytetowe z punktu widzenia społeczeństwa oraz konkurencyjności polskiej gospodarki na rynkach międzynarodowych. Z kolei Foresight technologiczny przemysłu InSight 2030 to projekt, w ramach którego zdefiniowano obszary i technologie przemysłowe, których rozwój do 2030 roku będzie z jednego strony napędzał gospodarkę naszego kraju, a z drugiej przyczyniał do podniesienia konkurencyjności i innowacyjności polskiego przemysłu.

Strategie sektorowe, które mają przyczynić się do osiągnięcia celów rozwojowych kraju w średnio i długookresowym okresie oraz przygotowane programy wykonawcze do strategii stanowią kierunkowskazy dla programowania polityki rozwojowej polskich województw. Właśnie w dokumentach rozwojowych regionów odnajduje się bezpośrednie odniesienie do strategii inteligentnych specjalizacji w danym województwie. Zdefiniowane inteligentne specjalizacje regionów odnajdujemy w Strategii Rozwoju Województwa, która jest dokumentem nadrzędnym wobec innych dokumentów na poziomie regionu lub w Regionalnej Strategii Innowacji, której zadaniem jest wspieranie władz regionu w procesie identyfikacji i późniejszego wspierania procesów innowacyjności, zachodzących w danym województwie.

Osobną kategorią, która pojawiła się na mapie polskiej polityki regionalnej stanowią Strategie Rozwoju Makroregionu. Przykłady tych – zazwyczaj inicjowanych przez sąsiadujące ze sobą województwa dokumentów są przytoczone na końcu niniejszego referatu. Również w tych dokumentach znajdujemy bezpośrednie lub pośrednie odniesienie do strategii inteligentnych specjalizacji, które autor nazywa „inteligentnymi specjalizacjami +”, przede wszystkim z uwagi na ich ponadregionalny charakter. Mają one z jednej strony sprzyjać budowaniu przewagi konkurencyjnej dla danego obszaru, który jest silnie zakorzeniony w więcej niż jednym regionie, z drugiej zaś sprzyjają pojawieniu się nowych specjalizacji, których pojawienie się uwarunkowane jest połączeniem zasobów dwóch lub więcej regionów.

Powyższe zależności przedstawia poniższy schemat nr 1.



Źródło: opracowanie własne.

3. Inteligentne specjalizacje w Polsce

Prace nad wyłonieniem inteligentnych specjalizacji regionalnych koordynują w Polsce samorzady województw. W każdym z zaprezentowanych w referacie przykładów, władze regionalne w ramach procesu wyłaniania inteligentnych specjalizacji przyjęły zasadę partnerstwa. Polegała ona na współpracy władz samorządu województwa z podmiotami reprezentującymi różnorodne środowiska oraz instytucje w ramach otwartej debaty publicznej, prowadzonej z wieloma podmiotami działającymi na terenie danego województwa oraz spoza niego tj.:

- samorządem gospodarczym i środowiskami gospodarczymi;
- środowiskami naukowymi;
- ekspertami wewnętrznymi i zewnętrznymi;
- ciałami doradczymi zarządów województw.

Przyjrzyjmy się, w jaki sposób wybrane polskie województwa podeszły to wdrażania koncepcji strategii inteligentnych specjalizacji oraz spodziewanym efektem przeprowadzonych prac.

3.1. „Networkingowe” Mazowsze

Województwo mazowieckie prace nad identyfikacją inteligentnej specjalizacji zainicjowało w drugiej połowie 2012 roku i prowadziło je równolegle do prac związanych z programowaniem unijnego wsparcia w perspektywie finansowej 2014-2020. Swoje prace władze samorządowe oparły na wskazówkach zawartych w *Przewodniku Strategii Badań i Innowacji na rzecz inteligentnej specjalizacji (RIS 3)*. Składały się one z kilku etapów:

- diagnoza i identyfikacja obszarów o największym potencjale endogenicznym,
- priorytetyzacja obszarów podejmowanych działań,
- współpraca z podmiotami zainteresowanymi wzrostem i rozwojem innowacyjności w regionie,
- badanie ankietowe na temat inteligentnej specjalizacji województwa.

Pierwsza faza prac nad wyłonieniem inteligentnej specjalizacji województwa mazowieckiego polegała na przeglądzie dostępnych wyników badań, raportów oraz dokumentów, które odnosiły się do uwarunkowań i czynników rozwoju społeczno-ekonomicznego regionu i kraju oraz barier ograniczających innowacyjność. Diagnoza opierała się między innymi na badaniach zleconych przez Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie.

Przeprowadzone dla weryfikacji diagnozy spotkania robocze pozwoliły na sformułowanie wstępnych założeń, dotyczących podejścia do inteligentnej specjalizacji w województwie mazowieckim:

- specjalizacja nie jest branżą;
- specjalizacja nie jest technologią;
- specjalizacja nie jest produktem lub usługą;
- specjalizacja jest zbiorem obszarów na styku różnych sektorów gospodarki, technologii i procesów usługowych, w celu możliwie największego zaangażowania potencjału rozwojowego we wzmacnienie aktywności w obszarach kluczowych dla rozwoju województwa;
- specjalizacja zostanie określona w oparciu o kilka kluczowych branż, technologii, i procesów, nie będzie jednak operowała zamkniętym katalogiem podmiotów lub rodzajów działalności; będzie określała kierunek, a nie sposób osiągnięcia celu.

W oparciu o przeprowadzone rozpoznanie i proces konsultacji wytypowano cztery „funkcjonalne” obszary inteligentnej specjalizacji Mazowsza:

1. **bezpieczna żywność** definiowana jako produkty spożywcze wysokiej jakości, wytworzone zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju, bezpieczne zarówno dla końcowego odbiorcy, jak i dla środowiska w całym cyklu produkcji i dystrybucji);
2. **inteligentne systemy zarządzania** czyli zaawansowane rozwiązania infrastrukturalne, umożliwiające w szczególności zwiększanie efektywności surowcowej i energetycznej oraz poprawę jakości życia, także w kontekście bezpieczeństwa ludzi. Inteligentne systemy zarządzania charakteryzują się wysokim stopniem adaptacyjności, prowadzą do wzrostu automatyzacji i umożliwiają skuteczny monitoring zachodzących procesów);
3. **nowoczesne usługi dla biznesu**, to z kolei obszar, który angażuje usługową specjalizację regionu i skłania do koncentracji wsparcia na obszarach działalności zapewniających kapitał, infrastrukturę i zasoby wiedzy dla usprawniania procesów realizowanych przez podmioty funkcjonujące na terenie województwa;
4. **wysoka jakość życia** zdefiniowana jako inwestowanie w rozwój kapitału społecznego i zwiększanie poziomu zaufania społecznego, będącego podstawą do wykształcenia w społeczeństwie skłonności do adoptowania nowych rozwiązań, pomysłów, tj. innowacji, mających kluczowe znaczenie dla rozwoju gospodarczego regionu; wykorzystanie potencjału sektora usług w połączeniu z instrumentami stymulowania innowacji społecznych, co ma umożliwić działania zwiększające dostępność i adekwatność usług społecznych oraz produktów podnoszących jakość środowiska funkcjonowania człowieka, w szczególności w obszarze edukacji (wychowanie nowego społeczeństwa, pobudzanie kreatywności i przedsiębiorczości), zdrowia (w tym zdrowego trybu życia, nowoczesnych leków i metod leczenia), bezpieczeństwa, pracy i spędzania czasu wolnego.

Diagnoza i konsultacje prowadzone przez władze województwa potwierdziły, że wysoka dywersyfikacja działalności gospodarczej na Mazowszu utrudnia ukierunkowanie interwencji, ale jednocześnie gwarantuje pewien poziom stabilności gospodarczej regionu⁷. Ta duża różnorodność gospodarcza i naukowa regionu skłoniła władze do wyboru specjalizacji, które stano-

⁷ Załącznik nr 1 do Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza 2014-2020 wraz z inteligentną specjalizacją regionu (dokument w opracowaniu).

wią punkty styczne wyłonionych procesów, technologii i obszarów. Tworzą one pewnego rodzaju sieć, w której koncentracja powiązań wyznacza inteligentną specjalizację regionu⁸.

Tę „sieciowość” w podejściu do strategii inteligentnej specjalizacji na Mazowszu potwierdzają przede wszystkim przykłady powiązań każdej z czterech wyłonionych inteligentnych specjalizacji regionu, opisanych w *Załączniku nr 1 do Regionalnej Strategii Innowacji dla Województwa Mazowieckiego 2013-2020 „Inteligentna Specjalizacja Województwa Mazowieckiego”*.

W ramach specjalizacji „Bezpieczna żywność” wyszczególniono następujące przykłady powiązań:

- żywność wysokiej jakości:
 - opakowania (sektor rolno-spożywczy, sektor chemiczny, nanotechnologie),
 - oprzyrządowanie do zapewnienia i weryfikacji jakości (sektor rolno-spożywczy, sektor chemiczny, sektor medyczny, nanotechnologie, fotonika, elektronika),
 - organizmy żywe wykorzystywane w procesie produkcji (sektor rolno-spożywczy, biotechnologia),
- minimalizowanie wpływu na środowisko (zrównoważony rozwój):
 - środki i techniki ochrony upraw, środki weterynaryjne (sektor rolno-spożywczy, sektor chemiczny, sektor medyczny, biotechnologia),
 - zagospodarowanie produktów ubocznych produkcji i przetwórstwa rolno-spożywczego (sektor rolno-spożywczy, sektor energetyczny, sektor chemiczny, biotechnologia, nanotechnologie, B2B),
- bezpieczeństwo odbiorcy:
 - substancje aktywne biologicznie, żywność funkcjonalna (sektor rolno-spożywczy, sektor medyczny, sektor chemiczny, biotechnologia),
- cykl produkcji:
 - systemy monitorowania upraw/hodowli (sektor rolno-spożywczy, sektor IT, technologie informacyjno-komunikacyjne, fotonika, elektronika, chemia),
 - automatyzacja produkcji (sektor rolno-spożywczy, sektor IT, technologie informacyjno-komunikacyjne, fotonika, elektronika).

Wartym zauważenia jest, zgodnie z ideą wdrażania strategii inteligentnych specjalizacji, kierunkowe ujęcie zmian, jakie powinny nastąpić w regionie. Dla każdej z inteligentnych specjalizacji wskazano cel, zdefiniowano proces zmian, określono wyzwania regionalne oraz potencjał.

⁸ Ibidem.

Potencjał	Rozwinięta baza produkcyjna w zakresie podstawowych produktów rolnych, a w szczególności owoców, warzyw, mięsa oraz mleka. Znaczna liczba zakładów przetwórstwa rolno-spożywczego. Zaplecze naukowe (m.in. Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Centrum Nowych Technologii „Ochota”).
Wyzwania regionalne	Silna konkurencja ze strony zagranicznych zakładów przetwórstwa rolno-spożywczego, dominacja podstawowej produkcji rolnej.
Proces zmiany	Modernizacja poprzez wsparcie innowacji i wdrożenie kluczowych technologii wspomagających w sektorze funkcjonującym w regionie.
Cel	Wdrożenie i utrwalenie standardów produkcji i przetwórstwa zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju i wysokiej efektywności energetycznej. Wzmocnienie pozycji konkurencyjnej regionu i regionalnych marek sektora rolno-spożywczego na rynku krajowym i za granicą.

Źródło: Załącznik nr 1 do Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza 2014-2020 wraz z inteligentną specjalizacją regionu (dokument w opracowaniu).

Powyższe przykłady powiązań rzeczywiście nie stanowią zamkniętego kręgu określonych branż, co więcej w każdym z zaprezentowanych przykładów możemy znaleźć bezpośrednio lub pośrednio powiązanie z pozostałymi trzema inteligentnymi specjalizacjami wyłonionymi na Mazowszu (inteligentne systemy zarządzania, nowoczesne usługi dla biznesu oraz wysoka jakość życia). Zdefiniowane specjalizacje, które w istocie rzeczy są pożądanymi kierunkami rozwoju wzajemnie przenikają się i uzupełniają co rokuje nadzieję, na rzeczywistą transformację gospodarczą, która jest istotą inteligentnej specjalizacji.

Inteligentne specjalizacje Mazowsza zostały zapisane w Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza 2014-2020. Odwołania do specjalizacji znalazły się również w Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020. **Zgodność ze specjalizacją będzie jednym z kryteriów oceny projektów zgłaszanych do dofinansowania w ramach Programu.** Województwo mazowieckie na realizację działań bezpośrednio związanych z inteligentną specjalizacją przeznaczy około 604 mln euro, co stanowi ok. 30 proc. całkowitej alokacji na Program. Chociaż inteligentna specjalizacja jest nowym podejściem do wspierania innowacyjności i konkurencyjności, które wprowadzono w 2010 roku, to w ramach „Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013” (RPO WM 2007-2013) wspierano działania stymulujące innowacyjność i przedsiębiorczość. Te pozbawione jednak były ukierunkowania tematycznego, charakterystycznego dla inteligentnej specjalizacji (w nawiasach kwotowa alokacja środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego):

- Działanie 1.1 Wzmocnienie sektora badawczo-rozwojowego (81 209 611 euro),
- Działanie 1.2 Budowa sieci współpracy nauka – gospodarka (7 756 676 euro),
- Działanie 1.3 Kompleksowe przygotowanie terenów pod działalność gospodarczą (59 999 951 euro),
- Działanie 1.4 Wzmocnienie instytucji otoczenia biznesu (52 426 162 euro),
- Działanie 1.5 Rozwój przedsiębiorczości (170 189 153 euro),
- Działanie 1.6 Wspieranie powiązań kooperacyjnych o znaczeniu regionalnym (16 675 000 euro),
- Działanie 1.7 Promocja gospodarcza (45 667 782 euro),
- Działanie 1.8 Wsparcie dla przedsiębiorstw w zakresie wdrażania najlepszych dostępnych technik (BAT) (6 129 049 euro),
- Działanie 2.3 Technologie komunikacyjne i informacyjne dla MSP (8 722 504 euro),
- Działanie 4.3. Ochrona powietrza, energetyka (57 171 150 euro).

Źródło: Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2013.

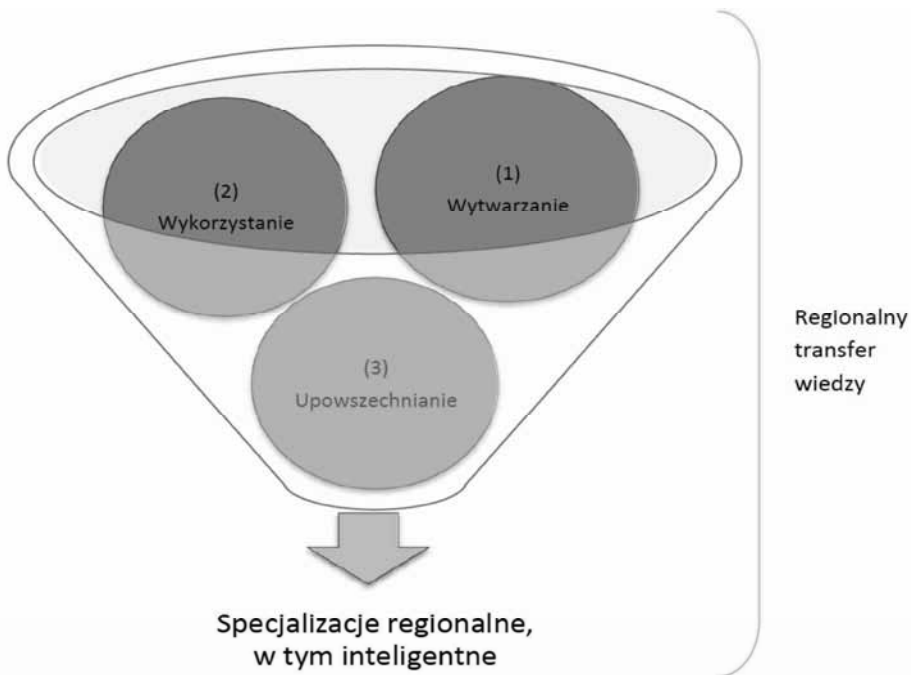
3.2. Opolski „Trójstyk Regionalny”

Inne podejście do wyłonienia inteligentnych specjalizacji wybrało województwo opolskie. Prace nad identyfikacją specjalizacji regionalnych prowadzono zgodnie z autorską metodą macierzy logicznej, opartą o kryteria oceny procesu transferu wiedzy i procesu poznawczego. Zastosowano analizy regionalnego transferu wiedzy, odnosząc się do poszczególnych jego faz, tj. wytwarzania, wykorzystania i upowszechniania rozwiązań innowacyjnych.

W oparciu o proces transferu wiedzy, który oparty jest na trzech fazach, stworzono model macierzy badawczo-analitycznej, która umożliwia identyfikację specjalizacji regionalnych, w tym specjalizacji inteligentnych⁹. W tym ujęciu, aby zidentyfikować inteligentne specjalizacje założono, że występują one wówczas, gdy określona technologia lub jej produkt występuje w każdej z trzech faz regionalnego transferu wiedzy. Stąd inteligentne specjalizacje regionu to takie, których określone technologie i/lub ich produkty są lub stają się jednocześnie:

⁹ *Regionalna Strategia Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020*, Opole, 24.03.2014 r.

1. obiektem badań w regionalnym sektorze badań i rozwoju (B+R) – zlokalizowane w regionie instytuty, laboratoria, uczelnie),
2. przedmiotem pilotażowych projektów wdrożeniowych w przedsiębiorstwie zlokalizowanym w regionie,
3. upowszechnianie jako przedmiot transakcji kupna – sprzedaży na rynku regionalnym i ponadregionalnym¹⁰.



Źródło: Projekt Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020 z 24.03.2014 r. (s. 105).

Innymi słowy, w województwie opolskim przyjęto, że w sytuacji, gdy technologia spełnia wspomniane trzy kryteria, uznaje się ją za inteligentną specjalizację. W przypadku, kiedy spełnia dwa warunki określa się ją jako potencjalną inteligentną specjalizację. Spełnienie tylko jednego kryterium kwalifikuje technologie do specjalizacji regionalnych, chodzi tu o wytwarzanie lub wykorzystanie. Podejście wykorzystane przy wyłanianiu inteligentnych specjalizacji województwa opolskiego obrazuje uproszczony model wyłaniania specjalizacji regionalnych, w tym specjalizacji inteligentnych.

¹⁰ Ibidem.

	Faza wytwarzania	Faza wykorzystania	Faza upowszechniania	Stopień spełnienia kryteriów
Technologii dostępne w regionie	+	+	+	specjalizacja inteligentna
	+	-	+	potencjalna specjalizacja inteligentna
	+	+	-	
	-	+	+	
	-	+	-	specjalizacja
	+	-	-	
	-	-	-	brak specjalizacji

Źródło: Projekt Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020 z 24.03.2014 r. (s. 107).

Przyjęta w województwie opolskim metodologia identyfikacji specjalizacji inteligentnych zapewniła:

- siłę gospodarczą zidentyfikowanych aktywów regionalnych, dzięki występowaniu trwałych powiązań wertykalnych,
- możliwość uzyskiwania trwałych przewag konkurencyjnych rozwoju regionu,
- obiektywizację sposobu identyfikacji obecnych i potencjalnych specjalizacji typu „smart”,
- identyfikację obszarów regionalnej działalności badawczej i ekonomicznej, które przekroczyły krytyczną wielkość koncentracji rzeczowo-finansowej oraz ludzkiego kapitału rozwoju.

W toku prowadzonych prac i analiz zidentyfikowano obszary rozwoju regionu, które uznano za kluczowe i potencjalnie kluczowe. Obszary rozwoju, znajdujące się w grupie kluczowych i potencjalnie kluczowych były podstawą do określenia specjalizacji regionalnych województwa opolskiego. Aby wyznaczyć technologie dostępne w regionie, wpływające na rozwój zidentyfikowanych obszarów oraz zapewniających dynamiczny rozwój regionu, do kluczowych obszarów rozwoju przyporządkowano odpowiadające im zakresy działalności.

Przyjęty podział grup technologii jest podziałem umownym. Zidentyfikowane technologie często integrują zarówno w zakresy działalności, jak i w obszary rozwoju regionu. Z powyższego wynika, że wykorzystanie i upowszechnienie technologii jest impulsem do rozwoju województwa (*specjalizacje inteligentne*). Jednocześnie trzeba brać pod uwagę, że lista specjalizacji

inteligentnych nie jest zamknięta. Zmieniająca się rzeczywistość gospodarcza powoduje, że grupy technologii w ramach specjalizacji w województwie opolskim powodują, że specjalizacje będą regularnie monitorowane.

Tabela 1

**Rodzaje priorytetów, w tym innowacji społecznych typu ‘smart specialisation’
w województwie opolskim**

	Grupy technologii, produktów i procesów w ramach obszarów rozwoju	Wyszczególnienie
A. Specjalizacje inteligentne	Technologie chemiczne (zrównoważone)	Otrzymywania i przetwórstwo materiałów polimerowych
		Technologie chemiczne organiczne
		Chemia specjalistyczna
		Produkty chemiczne na bazie surowców odnawialnych
	Zrównoważone technologie budownictwa i drewna	Technologie budownictwa niskoenergetycznego
		Technologie cementu i betonu
		Technologie drewna
	Technologie przemysłu maszynowego i metalowego	Technologie układów napędowych
		Technologie projektowania i wytwarzania maszyn i urządzeń
		Technologie metali
	Technologie przemysłu energetycznego (w tym OZE)	Technologie wytwarzania paliw
		Technologie silników
		Technologie wysokich napięć
Technologie rolno-spożywcze	Technologie produkcji roślinnej	
	Technologie produkcji i przetwarzania żywności w szczególności przetwarzanie mleka	
B. Potencjalnie specjalizacje inteligentne	Procesy i produkty ochrony zdrowia i środowiska (<i>Life and environmental science</i>)	Produkty ochrony zdrowia
		Zintegrowany przestrzennie regionalny produkt turystyczny
		Proces organizacyjny systemu transportu intermodalnego przyjaznego środowisku

Źródło: Projekt Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020 z 24.03.2014 r.

Województwo opolskie będzie opierało finansowanie specjalizacji na środkach z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego na lata 2014-2020 (RPO WO 2014-2020). Na zidentyfikowane specjali-

zacje regionalne region przeznaczy kwotę 86 mln euro, co stanowi 9,11% alokacji RPO WO 2014-2020. Konieczność identyfikacji specjalizacji inteligentnych wynika ze zmiany podejścia Komisji Europejskiej do polityki spójności w perspektywie 2014-2020. Zatem w perspektywie 2007-2013 specjalizacje inteligentne nie miały zastosowania. Jednak w ramach Osi priorytetowej 1 „Wzmocnienie atrakcyjności gospodarczej regionu” Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Opolskiego na lata 2007-2013 (RPO WO 2007-2013) dodatkowo premiuwane były projekty, realizowane przez przedsiębiorstwa w branżach wskazanych przez „Foresight Województwa Opolskiego”. Mając na uwadze, iż w procesie identyfikacji specjalizacji regionalnych, w tym inteligentnych, wykorzystano wyniki Foresight regionalnego, można uznać, iż był on wstępem do specjalizacji. Projekty związane z branżami wskazanymi w Foresight dofinansowane były w ramach poddziałań: 1.3.1 *Wsparcie sektora B+R oraz innowacji na rzecz przedsiębiorstw* w ramach, którego do dyspozycji zapisano ponad 7,5 mln euro ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz 1.3.2 *Inwestycje w innowacje w przedsiębiorstwach* RPO WO 2007-2013, na które przeznaczono ponad 53 mln euro środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

3.3. Lubuskie „startery” gospodarcze

Co prawda województwo lubuskie jeszcze nie wybrało własnych inteligentnych specjalizacji, te mają być zapisane w zaktualizowanej jeszcze w tym roku **Lubuskiej Strategii Innowacji (LRSI)**, to jednak warto przyrzeć się podejściu tego regionu do wdrażania strategii inteligentnych specjalizacji. Prace nad tym procesem rozpoczęto już w 2012 roku. Specjalizacje lubuskiego nie będą definiowane jako wąska grupa podmiotów oraz branż, a raczej jako obszary, w których występują pożądane zjawiska w zakresie innowacyjności lub odznaczają się potencjałem do wzrostu. Świadczy o tym m.in. dyskusja, jaką prowadzono na forum Lubuskiej Rady Innowacji¹¹.

Wyłonienie specjalizacji powinno – zgodnie z komunikatem prasowym zamieszczonym na stronach Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubuskiego (<http://lubuskie.pl/news/14744/27/Rada-innowacji-o-potencjalach-Lu>

¹¹ Lubuska Rada Innowacji jest organem opiniodawczo-doradczym Zarządu Województwa Lubuskiego w zakresie: strategicznych i bieżących działań w obszarze innowacji, inicjowania przedsięwzięć na rzecz rozwoju innowacyjności oraz wspierania Samorządu Województwa Lubuskiego w monitorowaniu i ewaluacji Lubuskiej Regionalnej Strategii Innowacji na lata 2010-2015 (źródło: <http://www.innowacje.lubuskie.pl/wsparcie-innowacji,item10175,11186.html>, dostęp 24.05.2014 r.).

buskiego/ – nastąpić poprzez zestawienie obecnie dominujących w regionie branż kluczowych z tzw. „starterami” gospodarczymi, czyli branżami, które mają największy potencjał, by w przyszłości stać się branżami kluczowymi.

Do kluczowych branż województwa lubuskiego zaliczono:

1. produkcja pojazdów samochodowych – 11,6 proc. pracujących w regionie,
2. produkcja mebli – 10,8 proc. pracujących,
3. produkcja wyrobów z metali – 9,9 proc. pracujących,
4. produkcja artykułów spożywczych – 9,3 proc. pracujących,
5. produkcja wyrobów z drewna, korka i wikliny – 8,9 proc. pracujących,
6. produkcja papieru i wyrobów z papieru – ok. 3 proc. pracujących,
7. górnictwo ropy i gazu oraz działalność usługowa wspomagająca górnictwo i wydobywanie surowców.

Z kolei do „starterów” gospodarczych zaliczono:

1. technologie i usługi środowiskowe,
2. technologie i usługi dla zdrowia człowieka,
3. technologie informacyjne i komunikacyjne,
4. potencjał dla rozwoju przemysłu energetycznego,

Wydaje się, że „startery” gospodarcze, które wyłoniły się w województwie lubuskim mogą być w dużej mierze efektem rozwoju kluczowych branż w tym regionie. Za takim rozumowaniem może przemawiać również fakt, że jako główne kryterium uznania danej branży za kluczową przyjęto odsetek zatrudnionych w niej osób. Trudno wyobrazić sobie rozwój danej branży oraz technologii bez udziału człowieka. Czyżby wybór inteligentnych specjalizacji województwa lubuskiego oparty był w głównej mierze o potencjał zasobów ludzkich regionu?

Tabela 2

Potencjalne wzajemne powiązania i oddziaływania kluczowych branż województwa lubuskiego ze „starterami” gospodarczymi regionu

Kluczowa branża województwa lubuskiego	Powiązane „startery” gospodarcze
Produkcja pojazdów samochodowych	Technologie i usługi środowiskowe Technologie informacyjne i komunikacyjne
Produkcja mebli	Technologie i usługi środowiskowe Technologie i usługi komunikacyjne
Produkcja wyrobów z metali	Technologie i usługi środowiskowe Technologie i usługi komunikacyjne

cd. tabeli 2

Kluczowa branża województwa lubuskiego	Powiązane „startery” gospodarcze
Produkcja artykułów spożywczych	Technologie i usługi środowiskowe Technologie i usługi dla zdrowia człowieka
Produkcja wyrobów z drewna, korka i wikliny	Technologie i usługi środowiskowe Technologie informacyjne i komunikacyjne
Produkcja papieru i wyrobów z papieru	Technologie i usługi środowiskowe Technologie informacyjne i komunikacyjne
Górnictwo ropy i gazu oraz działalność wspomagająca górnictwo i wydobycie surowców	Technologie i usługi środowiskowe Potencjał dla rozwoju przemysłu energetycznego Technologie informacyjne i komunikacyjne

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych województwa lubuskiego.

Również w województwie lubuskim, przynajmniej w początkowej fazie, rozwój specjalizacji finansowany będzie głównie ze środków funduszy europejskich, przede wszystkim z Regionalnego Programu Operacyjnego – Lubuskie 2020. Region spodziewa się, że najmocniejsze efekty w rozwoju specjalizacji będą możliwe do osiągnięcia w wyniku interwencji Osi Priorytetowej 1 – *Gospodarka i Innowacje*, w ramach której działania związane z realizacją działań proinnowacyjnych przewidziano poprzez wdrażanie Priorytetu Inwestycyjnego 1.2 Pobudzenie aktywności przedsiębiorstw w zakresie prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej oraz działalności innowacyjnej, na który zaplanowano alokację w wysokości ponad 32,66 mln euro (3,61 proc. całej puli środków). Pośredni udział w rozwoju specjalizacji będą miały inne działania w ramach Osi Priorytetowej 1, na które przeznaczono ok. 143,4 mln euro.

3.4. „Funkcjonalne” warmińsko-mazurskie

W województwie warmińsko-mazurskim zidentyfikowano trzy funkcjonalne specjalizacje: „ekonomia wody”, „drewno i meblarstwo” oraz „żywność wysokiej jakości”. Inteligentne specjalizacje określono w głównym dokumencie strategicznym województwa – *Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego województwa warmińsko-mazurskiego do roku 2025*, będącej nadrzędną nad wszystkimi regionalnymi strategiami sektorowymi. Wszelkie aktualizacje i przygotowanie dokumentów strategicznych i operacyjnych zdeterminowane są obecnie zapisami ww. Strategii. Przykładem jest przyjęta przez Zarząd Województwa w grudniu 2013 r. *Strategia Marki Województwa Warmińsko-Mazurskiego*, uwzględniająca także zapisy dotyczące inteligentnych specjali-

zacji. Jest to dokument komplementarny i wykonawczy względem Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego województwa warmińsko-mazurskiego.

Chociaż projekty przedsięwzięć promocyjnych nie są bezpośrednio adresowane do trzech zdefiniowanych w „Strategii rozwoju” tzw. inteligentnych specjalizacji (ekonomia wody, żywność wysokiej jakości, drewno i meblarstwo), to grupy docelowe działań wynikających ze „Strategii Marki” dają możliwość priorytetowego traktowania ich ramach tych podgrup, które są związane z inteligentnymi specjalizacjami. Grupy docelowe promocji nie są bowiem określone ściśle branżowo, pozostawiają zatem swobodę kierowania przedsięwzięć promocyjnych w ramach tych grup docelowych do jednostek, instytucji i ich grup, które są szczególnie istotne dla rozwoju regionu, w oparciu o sektory dominujące i perspektywiczne¹².

Należy przy tym zauważyć, że przy projektowaniu wąsko zdefiniowanych, lecz elastycznych względem sektorów gospodarki, grup docelowych w „Strategii Marki” stały te same przesłanki, które są uważane za konieczne do spełnienia dla zaistnienia inteligentnych specjalizacji regionu: „skupianie wsparcia strategicznego na kluczowych regionalnych priorytetach, wyzwaniach i zapotrzebowaniu na rozwój oparty na wiedzy w regionie”, „bazowanie na mocnych stronach regionu, jego konkurencyjności i potencjale rozwojowym”¹³.

Władze województwa nazwały trzy wyłonione inteligentne specjalizacje Warmii i Mazur funkcjonalnymi. Funkcjonalność specjalizacji Warmii i Mazur odnajdujemy w szczegółowym opisie każdego z trzech obszarów oraz ich elementów składowych uszczegółowionych w „Strategii rozwoju”

- **Ekonomia wody** (ang. *water economy*) – specjalizacja bazuje na największych w Polsce zasobach wód powierzchniowych, wokół których rozwinęła się turystyka oraz szereg rodzajów działalności, które mają również duży potencjał innowacyjny. Warmia i Mazury są znane z produkcji jachtów, łodzi, a także usług związanych z tą branżą. Istotnym czynnikiem rozwoju specjalizacji będzie silna pozycja zaplecza naukowego w obszarze produkcji żywności, ale powinno być wsparte w zakresie współpracy z producentami maszyn i urządzeń (wydziały techniczne). Rozwój specjalizacji wychodzi naprzeciw potrzebom ochrony środowiska, w czym region chce uzyskać znaczenie międzynarodowe¹⁴.

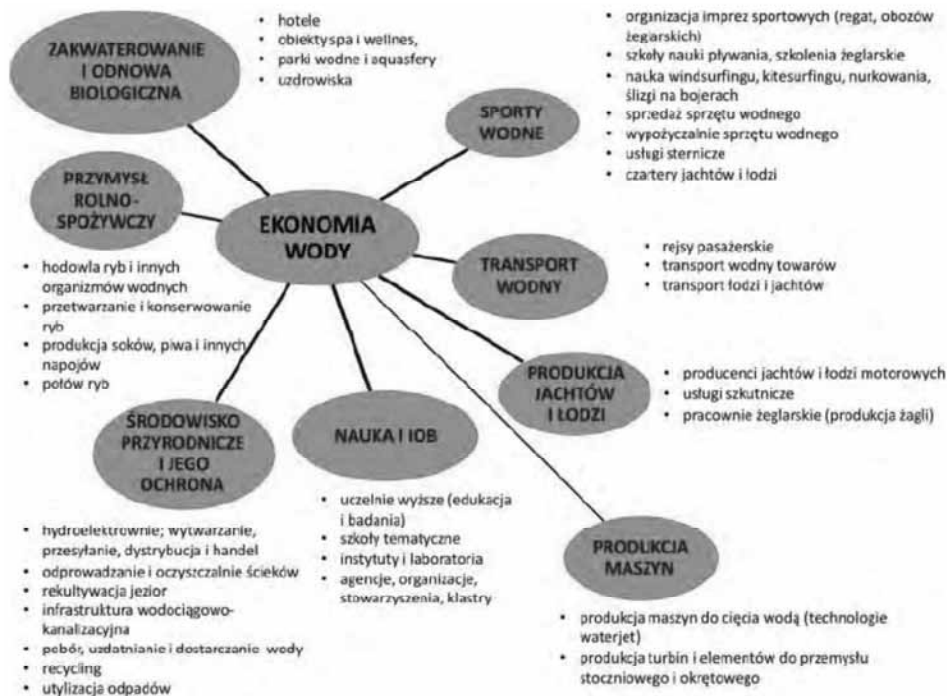
¹² *Strategia Marki Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014+*, Poznań-Olsztyn-Warszawa, czerwiec 2012-wrzesień 2013, str. 15.

¹³ *Strategia rozwoju Województwa Warmińsko-Mazurskiego do roku 2025*, samorząd województwa warmińsko-mazurskiego, Olsztyn 2013, str. 69.

¹⁴ *Ibidem*, str. 71.

Schemat 7

Ekonomia wody – przykładowe elementy specjalizacji



Źródło: *Strategia rozwoju Województwa Warmińsko-Mazurskiego do roku 2025*, samorząd województwa warmińsko-mazurskiego, Olsztyn 2013, s. 71.

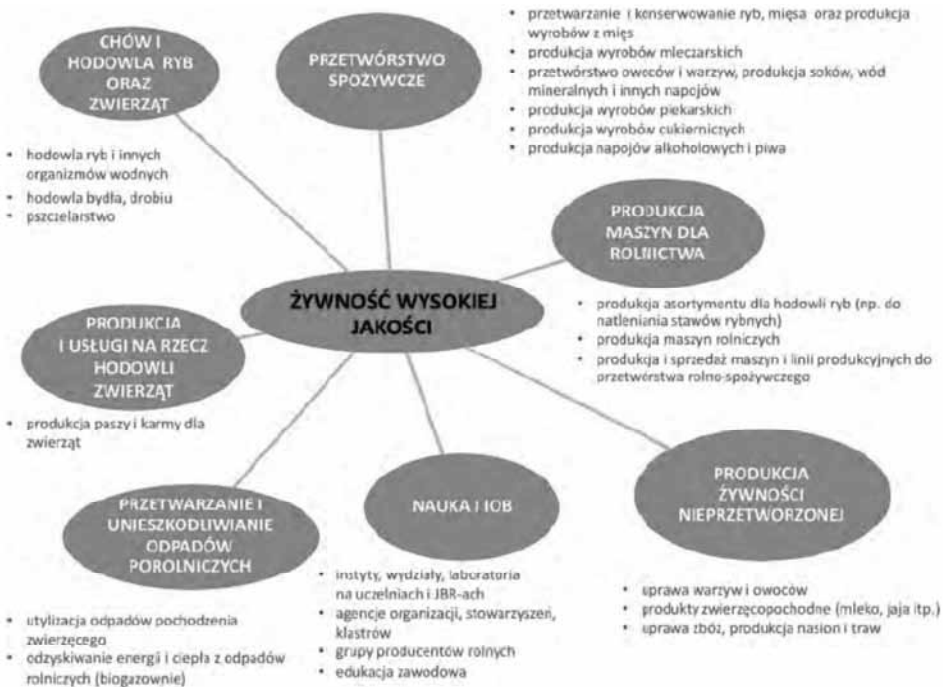
- **Żywność wysokiej jakości** (ang. *high quality food*) – jest to specjalizacja bazująca na tradycyjnej już silnej pozycji rolnictwa w regionie (jeden z najwyższych wskaźników produktywności w Polsce). Wokół produkcji żywności region rozwinął bardzo silną specjalizację naukową, w której osiąga obecnie znaczące sukcesy międzynarodowe, która jest jednocześnie zapleczem badawczo-naukowym dla pojedynczych firm i klastrów. Specjalizacja ta opiera się na przemyśle rolno spożywczym i dynamicznym rozwoju rolnictwa lokalnego i tradycyjnym przetwórstwie żywności opartej o regionalne surowce i krótkie łańcuchy sprzedaży oraz produkcji żywności o projektowanych funkcjach. Odpowiada ona na potrzeby konsumentów związane z promowanym zdrowym stylem życia¹⁵.

¹⁵ Ibidem, str. 72.

Co ciekawe, w trakcie wyłaniania specjalizacji dostrzeżono, że podobna specjalizacja może zostać wskazana przez kilka polskich regionów. Charakter warmińsko-mazurskiego i możliwość współpracy w tym obszarze z województwem podlaskim daje możliwość wykreowania specjalizacji ponadregionalnej, w ramach makroregionu Polski Wschodniej.

Schemat 8

Żywność wysokiej jakości – przykładowe elementy specjalizacji



Źródło: *Strategia rozwoju Województwa Warmińsko-Mazurskiego do roku 2025*, samorząd województwa warmińsko-mazurskiego, Olsztyn 2013, s. 72.

- **Drewno i meblarstwo** (ang. *timber and furniture*) – również ta specjalizacja jest silnie osadzona na tradycjach regionu, w którym sektor meblarski i szerokie wykorzystanie drewna rozwijało się jeszcze przed transformacją z 1989 r. Region posiada znaczące kompetencje w zakresie dostarczania surowców i półproduktów, ale przede wszystkim zlokalizowane są tu fabryki dostarczające produkty finalne. Ważnym elementem budowy spe-

cializacji będzie dalszy rozwój usług projektowych oraz budowanie marki województwa¹⁶.

Schemat 9

Drewno i meblarstwo – przykładowe elementy specjalizacji



Źródło: *Strategia rozwoju Województwa Warmińsko-Mazurskiego do roku 2025*, samorząd województwa warmińsko-mazurskiego, Olsztyn 2013, s. 72.

Władze województwa spodziewają się, że wyłonione inteligentne specjalizacje Warmii i Mazur przyczynią się do wzrostu konkurencyjności tego regionu. Wzrost ten poprzez rozwój inteligentnych specjalizacji stanowi jeden z celów operacyjnych „Strategii rozwoju społeczno-gospodarczego województwa warmińsko-mazurskiego do roku 2025”. Głównym narzędziem realizacji „Strategii” ma być Regionalny Program Operacyjny Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020 (RPO WiM). W projekcie Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020 wsparcie zaplanowane zostało w taki sposób, by wszystkie przed-

¹⁶ Ibidem.

siewzięcia mogące oddziaływać na sferę gospodarczą regionu koncentrowały się na rozwoju regionalnych inteligentnych specjalizacji. Oznacza to, że inteligentne specjalizacje będą wspierane horyzontalnie w całym Programie. Głównymi Priorytetami inwestycyjnymi skierowanymi na rozwój gospodarczy (a tym samym także specjalizacje) są wg projektu *RPO WiM 2014-2020* z dn. 8 kwietnia 2014 r.:

Priorytet Inwestycyjny 1.1 (*„Udoskonalanie infrastruktury badań i innowacji i zwiększanie zdolności do osiągnięcia doskonałości w zakresie badań i innowacji oraz wspieranie ośrodków kompetencji, w szczególności tych, które leżą w interesie Europy – 42,99 mln euro (2,49% RPO WiM).*

Priorytet Inwestycyjny 1.2 (*„Promowanie inwestycji przedsiębiorstw w badania i innowacje, rozwijanie powiązań i synergii między przedsiębiorstwami, ośrodkami badawczo-rozwojowymi i sektorem szkolnictwa wyższego, w szczególności promowanie inwestycji w zakresie rozwoju produktów i usług, transferu technologii, innowacji społecznych, ekoinnowacji, zastosowań w dziedzinie usług publicznych, tworzenia sieci, pobudzania popytu, klastrów i otwartych innowacji poprzez inteligentną specjalizację, oraz wspieranie badań technologicznych i stosowanych, linii pilotażowych, działań w zakresie wczesnej walidacji produktów, zaawansowanych zdolności produkcyjnych i pierwszej produkcji, w szczególności w dziedzinie kluczowych technologii wspomagających, oraz rozpowszechnianie technologii o ogólnym przeznaczeniu” – 51,79 mln euro (3,00% RPO WiM).*

Suma: 94,78 mln euro (5,49% RPO WiM).

Preferencje dla projektów realizowanych w obszarach inteligentnych specjalizacji uzyskają także beneficjenci następujących Priorytetów Inwestycyjnych:

Priorytet Inwestycyjny 3.1 (*„Promowanie przedsiębiorczości, w szczególności poprzez ułatwianie gospodarczego wykorzystywania nowych pomysłów oraz sprzyjanie tworzeniu nowych firm, w tym również poprzez inkubatory przedsiębiorczości” – 61,68 mln euro (3,57% RPO WiM)*

Priorytet Inwestycyjny 3.2 (*„Opracowanie i wdrażanie nowych modeli biznesowych dla MŚP, w szczególności w celu umiędzynarodowienia” – 40,06 mln euro (2,32% RPO WiM)*

Priorytet Inwestycyjny 3.3 (*„Wspieranie tworzenia i poszerzania zaawansowanych zdolności w zakresie rozwoju produktów i usług” – 105,0 mln euro (6,08% RPO WiM)*

Priorytet Inwestycyjny 3.4 (*„Wspieranie zdolności MŚP do wzrostu na rynkach regionalnych, krajowych i międzynarodowych oraz do angażowania się w procesy innowacji”*) – 8,76 mln euro (0,51% RPO WiM).

Suma: 111,55 mln euro (12,48% RPO WiM).

Ponadto na rozwój inteligentnych specjalizacji wpływ będą miały projekty realizowane w Priorytetach Inwestycyjnych:

Priorytet Inwestycyjny 10.1 (*„Ograniczenie i zapobieganie przedwczesnemu kończeniu nauki szkolnej oraz zapewnianie równego dostępu do dobrej jakości wczesnej edukacji elementarnej oraz kształcenia podstawowego, gimnazjalnego i ponadgimnazjalnego, z uwzględnieniem formalnych, nieformalnych i pozaformalnych ścieżek kształcenia, umożliwiających ponowne podjęcie kształcenia i szkoleń*) – 40,75 mln euro (2,36% RPO WiM).

Priorytet Inwestycyjny 10.3 (*„Wyrównywanie dostępu do uczenia się przez całe życie o charakterze formalnym, nieformalnym i pozaformalnym wszystkich grup wiekowych, poszerzanie wiedzy, podnoszenie umiejętności i kompetencji siły roboczej oraz promowanie elastycznych ścieżek kształcenia, w tym poprzez doradztwo zawodowe i potwierdzanie nabytych kompetencji”*) – 25,22 mln euro (1,46% RPO WiM).

Priorytet Inwestycyjny 10.3 bis (*„Lepsze dostosowanie systemów kształcenia i szkolenia do potrzeb rynku pracy, ułatwianie przechodzenia z etapu kształcenia do etapu zatrudnienia oraz wzmacnianie systemów kształcenia i szkolenia zawodowego i ich jakości, w tym poprzez mechanizmy prognozowania umiejętności, dostosowania programów nauczania oraz tworzenia i rozwoju systemów uczenia się poprzez praktyczną naukę zawodu realizowaną w ścisłej współpracy z pracodawcami”*) – 18,64 mln euro (1,08% RPO WiM).

Priorytet Inwestycyjny 2.2 (*„Rozwój produktów i usług opartych na TIK, handlu elektronicznego oraz zwiększanie zapotrzebowania na TIK”*) – 15 mln € (0,87% RPO WiM).

Suma: 84,76 mln euro (5,77% RPO WiM).

Ogółem na wsparcie inteligentnych specjalizacji województwa warmińsko-mazurskiego w ramach RPO WiM przeznaczono 291,09 mln euro co stanowi 23,74% RPO WiM.

Inteligentne specjalizacje województwa warmińsko-mazurskiego są silnie zakorzenione w gospodarce regionu od wielu lat. Mając na uwadze dużą

obecność tych sektorów w regionie można przyjąć, iż wsparcie skierowane do gospodarki w latach 2007-2013 silnie oddziaływało na ich rozwój. Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego nie dysponuje jednak danymi o wielkości środków skierowanych do podmiotów działających w obszarach inteligentnych specjalizacji, jako odrębnej grupy. W ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Warmia i Mazury na lata 2007-2013 wsparcie przedsiębiorczości realizowane było głównie w ramach Osi priorytetowej nr I *Przedsiębiorczość*. Według stanu na 27 marca 2014 r., w ramach tej osi podpisano 1091 umów o wartości ogółem 2,2 mld zł, z czego dofinansowanie UE wyniosło 860 mln zł. Pomimo, iż identyfikacja specjalizacji nastąpiła w roku 2012, koncepcja budowania przewag konkurencyjnych regionu na niszach specjalizacyjnych nie jest nowa. Takie podejście zostało zastosowane już w roku 2008, kiedy rozpoczęto aktualizację Regionalnej Strategii Innowacyjności (RSI) Województwa Warmińsko-Mazurskiego do roku 2020. W RSI budowanie innowacyjnej specjalizacji regionalnej uznane zostało za jeden z celów operacyjnych umożliwiających osiągnięcie celu strategicznego zdefiniowanego jako „transformacja gospodarki w kierunku specjalistycznych produktów i usług opartych na wiedzy”. Wskazano również następujące branże wykazujące potencjał budowania przewagi konkurencyjnej regionu: turystyczna, ICT, meblarska i spożywcza (ich obszary w znacznym stopniu pokrywają się z polami działalności objętymi inteligentnymi specjalizacjami). Branże wskazane jako strategiczne w RSI traktowane były priorytetowo w konkursach o dofinansowanie projektów związanych z innowacyjnością zarówno w RPO WiM 2007-2013 jak i w regionalnym komponencie Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013.

3.4. Inteligentne specjalizacje +

Opisując inteligentne specjalizacje województwa warmińsko-mazurskiego zaznaczono, że władze tego regionu w przypadku jednej ze specjalizacji, którą jest „Żywność wysokiej jakości” wskazały możliwość budowania specjalizacji ponadregionalnej, wspólnie z województwem podlaskim, w ramach makroregionu Polski Wschodniej. Takie podejście jest zgodne z koncepcją inteligentnej specjalizacji, która powinna stymulować współpracę różnych partnerów nie tylko i wyłącznie w ramach danego regionu. Przykładem ponadregionalnej współpracy jest „Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020. Aktualizacja” (Warszawa 2013). Polska Wschodnia to obszar obejmujący 5 województw: Lubelskiego, Podkarpackiego, Podlaskiego, Świętokrzyskiego oraz Warmińsko-Mazurskiego.

Ten makroregion jest obszarem o najniższym poziomie rozwoju gospodarczego w Polsce i jednym z najsłabszych w Unii Europejskiej. Stąd już w 2008 roku Rada Ministrów przyjęła strategię wobec tego obszaru i była to pierwsza do 2013 roku rządowa strategia skierowana do grupy województw. Została ona zaktualizowana w 2013 roku.

Jednym z trzech, głównych obszarów na rzecz Polski Wschodniej jest **podnoszenie poziomu innowacyjności** makroregionalnej gospodarki w oparciu o specjalizacje ponadregionalne, przy jednoczesnym wzmacnianiu potencjału sektora nauki i badań. Polska Wschodnia odznacza się wyraźną specyfiką w zakresie struktury branżowej przemysłu. Specyfika ta wynika z dużo większej roli niż przeciętnie w kraju produkcji artykułów spożywczych, a następnie przemysłu gumowego i tworzyw sztucznych, drzewnego oraz meblarskiego. Większe niż średnio w kraju jest znaczenie produkcji maszyn i urządzeń. Wśród przemysłów „rzadkich” makroregion wyróżnia się dużą rolą w Polsce w zakresie przemysłu lotniczego oraz tytoniowego¹⁷.

Wspomniane powyżej obszary i przemysły, zgodnie z zapisami strategii dla Polski Wschodniej należy konsekwentnie wspierać, ponieważ stanowią one istotną szansę na podniesienie poziomu innowacyjności gospodarek makroregionu i w efekcie umożliwią poprawę jego pozycji rozwojowej i konkurencyjnej.

Strategia dla Polski Wschodniej nie jest jedynym takim dokumentem. W styczniu 2014 roku Rada Ministrów przyjęła „Strategię Rozwoju Polski Południowej do roku 2020”, dokument wyznaczający cele i kierunki działań, jakie należy podjąć, by Polska Południowa stała się silnym i konkurencyjnym obszarem zarówno w kraju, jak i w Europie. Makroregion Polski Południowej obejmuje województwa małopolskie i śląskie¹⁸. Inicjatywa została zapoczątkowana przez władze województw: małopolskiego i śląskiego już w 2010 roku. Dokument zakłada trzy cele strategiczne. W każdym z nich znajdujemy bezpośrednio lub pośrednio odwołanie do już istniejących lub mogących się wyłonić na przestrzeni kilku lat specjalizacji o charakterze makroregionalnym.

¹⁷ *Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020. Aktualizacja*, Warszawa 2013, s. 33.

¹⁸ *Strategia Polski Południowej 2020*, https://www.mir.gov.pl/rozwoj_regionalny/polityka_regionalna/polska_pd/strony/podstawowe_informacje.aspx, dostęp: 25.05.2014 r.

Tabela 3

**Kierunki działań odwołujące się do inteligentnych specjalizacji w ramach
Strategii Rozwoju Polski Południowej do roku 2020**

Cel strategiczny	Kierunki działań odwołujące się do inteligentnych specjalizacji	Spodziewane efekty
<p>Europol śląsko-krakowski obszarem koncentracji innowacyjności i kreatywności, wyznaczającym trendy rozwojowe i wpisującym się w sieć najdynamiczniej rozwijających się metropolii europejskich.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wykorzystanie potencjałów uczelni oraz jednostek badawczo-rozwojowych na rzecz wykreowania silnego i rozpoznawalnego centrum naukowego. 2. Wykreowanie i wspieranie inteligentnych specjalizacji regionalnych gospodarek w oparciu o potencjał obydwu aglomeracji miejskich. 3. Tworzenie struktur pozwalających na efektywny transfer zasobów. 	<p>Tworzone i wdrażane nowatorskie idee wprowadzające nowe wartości w procesy rozwoju.</p>
<p>Polska Południowa przestrzenią partnerskiej współpracy na rzecz efektywnego wykorzystania możliwości rozwojowych</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wspólne tworzenie sieciowych produktów łączących podmioty i obszary makroregionu 	<p>Trwale zintegrowanie przestrzeni obu regionów, stworzenie silnych relacji pomiędzy obszarami województw, wspólne gospodarowanie posiadanymi zasobami, umożliwiające ich dodawanie lub komplementarne wykorzystywanie.</p>
<p>Polska Południowa miejscem przyciągającym ludzi, podmioty i inicjatywy wzmacniające potencjały makroregionu</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tworzenie pakietowych produktów turystycznych wykorzystujących potencjał obydwu województw. 2. Przyciąganie i organizacja wydarzeń o znaczeniu krajowym i międzynarodowym. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Udogodnienia i korzyści, jak również wynikające z nich możliwości rozwoju zadecydują o tym, że podmioty z obydwu województw ściślej wiązać będą swoją przyszłość z makroregionem realizując swoje aspiracje i plany. 2. Atrakcyjność Polski Południowej wpłynie na wzrost zainteresowania ze strony potencjalnych mieszkańców, studentów i naukowców, a także inwestorów i turystów.

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Strategii Rozwoju Polski Południowej do roku 2020*. Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju, Warszawa 2014.

Trzecią, przyjętą przez Radę Ministrów strategią makroregionalną w Polsce jest dokument pn. „Strategia Rozwoju Polski Zachodniej 2020” (SRPZ). Jest to „najmłodsza” z trzech ponadregionalnych strategii. Decyzja o jej zaakceptowaniu zapadła 30 kwietnia 2014 roku. Inicjatywa jej powstania wyszła od pięciu województw: dolnośląskiego, lubuskiego, opolskiego, wielkopolskiego i zachodniopomorskiego. Dokument został opracowany przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju w ścisłej współpracy z urzędami marszałkowskimi. Główną osią makroregionu jest Odra.

Głównym celem SRPZ jest wzrost konkurencyjności Polski Zachodniej w wymiarze europejskim poprzez efektywne wykorzystanie potencjałów makroregionu, co bezpośrednio nawiązuje do strategii inteligentnych specjalizacji. Z trzech celów szczegółowych Strategii, dwa wprost odnoszą się do idei i strategii inteligentnych specjalizacji.

W ramach celu 2: Budowa oferty gospodarczej makroregionu (dążenie do dalszego wzmocnienia siły gospodarczej makroregionu poprzez współpracę i sieciowanie przede wszystkim we wiodących branżach przemysłowych Polski Zachodniej) będą to następujące działania:

- wspieranie wypracowywania i implementowania nowoczesnych rozwiązań w wiodących branżach gospodarczych makroregionu,
- rozwój i profesjonalizacja działalności ośrodków innowacji i przedsiębiorczości, w szczególności w zakresie wsparcia wiodących branż gospodarczych makroregionu,
- tworzenie i rozwój ponadregionalnych produktów turystycznych.

Warto zwrócić uwagę na wsparcie przewidziane dla tych ośrodków innowacji i przedsiębiorczości, które będą działały na rzecz wiodących branż makroregionu.

Z kolei cel 3 – wzmocnienie potencjału naukowo-badawczego makroregionu (zakłada działania w zakresie wykorzystania i wzmocnienia zaplecza badawczo-rozwojowego i transferu wiedzy dla budowania gospodarki opartej na wiedzy) przewiduje m.in. następujące działania:

- inicjowanie i wspieranie współpracy naukowo-badawczej ośrodków z Polski zachodniej,
- wzmocnienie mechanizmów transferu wiedzy między nauką i biznesem w celu komercjalizacji wyników badań.

4. Wnioski

Ze wstępnych i ograniczonych (ilościowo) badań nad inteligentnymi specjalizacjami (IS) wyłonionymi przez część polskich województw wynika, że proces ich definiowania był i jest oparty (przypomnijmy, że województwo lubuskie wciąż pracuje nad własnymi IS) na szerokiej debacie publicznej władz regionalnych z partnerami gospodarczymi (samorząd gospodarczy, instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorcy) oraz naukowymi. Proces ten był i jest przedsiębiorczym odkrywaniem własnych silnych stron i został osadzony w rzeczywistości regionalnej. W tym procesie, władze regionalne pełnią rolę moderatora.

Strategia IS pozwoliła regionom na przeprowadzenie „inwentaryzacji” własnych zasobów rozwojowych, transferu wiedzy, do którego dochodzi w regionie, oraz wyłonienie tych, które będą wspierane w najbliższych latach.

1. Inteligentne specjalizacje wskazane przez regiony opisane w referacie pozostają otwartymi obszarami mającymi charakter funkcjonalny (branż, technologii, produktów i procesów), co może sprzyjać pojawianiu się na gospodarczej mapie województw nowych obszarów potencjalnej siły i przewagi konkurencyjnej. Można zatem przyjąć, że inteligentne specjalizacje nie są celem polityki rozwojowej polskich województw, ale jej narzędziem. Specjalizacje wyznaczają wspólny kierunek dla działań podejmowanych przez różne podmioty.
2. Konieczność identyfikacji inteligentnych specjalizacji wynika ze zmiany podejścia Komisji Europejskiej do polityki spójności w perspektywie finansowej na lata 2014-2020, stąd prawie wszystkie regiony (za wyjątkiem województwa warmińsko-mazurskiego, które swoją strategię rozwoju odnosi do roku 2025) opisały swoje specjalizacje w dokumentach strategicznych (Regionalne Strategie Innowacji lub Strategie Rozwoju Województw) w perspektywie czasowej do roku 2020. Tym samym ściśle powiązано również finansowanie rozwoju IS poprzez fundusze europejskie dostępne przede wszystkim w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (RPO) na lata 2014-2020. W przypadku województwa mazowieckiego zgodność zgłaszanych projektów w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego będzie jednym z kryteriów ich oceny.
3. Mimo, że inteligentne specjalizacje są nowym podejściem w polityce regionalnej Unii Europejskiej i ich rozwój w Polsce będzie finansowany przy udziale środków europejskich na lata 2014-2020 to można uznać, że perspektywa finansowa 2007-2013 mimo, że wsparcie finansowe nie miało

charakteru interwencji tematycznej (co jest cechą charakterystyczną inteligentnej specjalizacji) mogła stanowić wstęp do rozwoju innowacyjności i przedsiębiorczości w obszarach, które polskie województwa uznały za inteligentne specjalizacje, a nawet bezpośrednio w obszary nazywane dzisiaj inteligentnymi specjalizacjami.

4. Strategie makroregionalne przygotowane przez polskie województwa odwołują się i są ukierunkowane bezpośrednio i pośrednio do koncepcji inteligentnych specjalizacji. Odwołanie bezpośrednie polega przede wszystkim na:
 - a) budowaniu przewagi konkurencyjnej makroregionu w kraju i na rynkach międzynarodowych w oparciu o wyłonione specjalizacje,
 - b) tworzeniu nowych specjalizacji – np. wykreowanie i wspieranie inteligentnych specjalizacji regionalnych gospodarek w oparciu o potencjał obydwu aglomeracji miejskich zapisane w „Strategii Rozwoju Polski Południowej do roku 2020”

Odwołanie pośrednie ujęte we wspomnianych dokumentach strategicznych charakteryzuje się poprzez:

- a) transfer wiedzy i zasobów pomiędzy regionami objętymi strategiami makroregionalnymi, co może sprzyjać wyłanianiu się nowych obszarów specjalizacji,
- b) wzmacnianie sektora B+R, które stanowi naturalne zaplecze dla rozwoju inteligentnych specjalizacji.

5. Podsumowanie

Funkcjonalne podejście polskich województw do strategii inteligentnych specjalizacji to pozytywne zjawisko, które po pierwsze pozwoli współpracować różnym partnerom na rzecz zwiększania konkurencyjności regionów, po drugie specjalizacje nie są zamkniętym katalogiem, co sprzyjało będzie wyłanianiu kolejnych potencjalnych inteligentnych specjalizacji lub rozszerzeniu dotychczasowych o nowe branże, technologie lub procesy, po trzecie otwarty katalog specjalizacji wymusi niejako na ich właścicielach konieczność regularnego monitorowania zachodzących zmian w strukturze regionalnych gospodarek i korygowanie ewentualnych błędów. Sam proces wyłaniania inteligentnych specjalizacji pokazał, że w niektórych obszarach regiony mają wspólne cele i interesy, stąd pojawiła się wola współdziałania, która daje szansę na efektywniejsze wykorzystywanie własnych zasobów i rozwijanie silnych stron.

BIBLIOGRAFIA

- Milek, D. (2014). *Potencjały rozwoju i specjalizacje polskich województw*, Geoprofit, Warszawa.
- Milek, D. (2013). *Specjalizacje Regionalne a Strategia Europa 2020, Zarządzanie i Finanse, 1/2*, Uniwersytet Gdański.
- Komisja Europejska, *Innovation Union a Europe 2020 initiative*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0546:FIN:PL:PDF#page=2>, dostęp 01.06.2014.
- Krajowy Program Reform, Ministerstwo Gospodarki RP, <http://www.mg.gov.pl/Bezpieczenstwo+gospodarcze/Strategia+Europa+2020/Krajowy+Program+Reform>, dostęp 02.06.2014.
- Projekt Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Opolskiego do roku 2020 z 24.03.2014 r.
- Stodowa-Hełpa, M. (2013). Inteligentna specjalizacja polskich regionów – wyzwania, możliwości i dylematy, *Roczniki Nauk Społecznych*, 5(41).
- Strategia Polski Południowej 2020*, https://www.mir.gov.pl/rozwój_regionalny/polityka_regionalna/polska_pd/strony/podstawowe_informacje.aspx, dostęp: 25.05.2014 r.
- Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego Polski Wschodniej do roku 2020. Aktualizacja* (2013). Warszawa.
- Strategia rozwoju Województwa Warmińsko-Mazurskiego do roku 2025* (2013). Samorząd województwa warmińsko-mazurskiego, Olsztyn.
- Załącznik nr 1 do Regionalnej Strategii Innowacji dla Mazowsza 2014-2020 wraz z inteligentną specjalizacją regionu (dokument w opracowaniu).

Nowe trendy konsumpcyjne jako przejaw innowacyjnych zachowań konsumentów na Mazowszu

Streszczenie

Celem rozważań w artykule jest przeanalizowanie zmian zachodzących we współczesnych trendach konsumpcyjnych oraz zachowań prosumpcyjnych, pojmowanych jako przejaw innowacyjnych zachowań konsumentów na rynku. W pierwszej części tekstu przeprowadzono analizę kluczowych trendów konsumpcyjnych diagnozowanych w pierwszej dekadzie XXI w., a także omówiono innowacyjność konsumentów oraz uwarunkowania rozwoju i przejawy prosumpcji. W drugiej części opracowania skoncentrowano się na uchwyceniu innowacyjnych zachowań konsumentów na Mazowszu w kontekście wyników badań własnych. Podsumowanie rozważań i ważniejsze wnioski kończą niniejszy tekst.

1. Wstęp

Przełom XX i XXI w. cechuje się intensywnymi i głębokimi przemianami zachowań konsumentów na rynku, dotyczącymi różnych aspektów ich codziennego życia. Zmiany te są w dużej mierze konsekwencją wielu determinant, takich jak: procesy globalizacji gospodarki oraz kultury, procesy integracji (m.in. powstania Unii Europejskiej, będącej Jednolitym Rynkiem ze swobodnym przepływem ludzi, kapitału oraz towarów i usług), procesy sprzyjające mobilności konsumentów, postęp techniczny, procesy urbanizacji, rozwój i upowszechnienie się Internetu oraz telefonii komórkowej, a także polityka zrównoważonego rozwoju. Wymienione procesy stanowią podstawę tzw. społeczeństwa postindustrialnego (Bell, 1974), społeczeństwa

wiedzy (Drucker, 1985) bądź społeczeństwa „trzeciej fali” (Toffler, 2006)¹. Przyczyniają się także do zmian w zachowaniach konsumentów na rynku określanych mianem „nowej konsumpcji”, a także oddziałują na powstanie tzw. kontrtrendów (np. upowszechnienie Internetu sprzyja rozwojowi zarówno homogeniacji jak i heterogenicacji konsumpcji). Należy pamiętać, że współcześni konsumenci (zwłaszcza ci świadomi i lepiej wykształceni) kreują własną tożsamość i coraz częściej chcą aktywnie uczestniczyć nie tylko w samym konsumowaniu, ale także w tworzeniu produktów, stając się prosumentami, czyli „współproducentami” produktów i usług.

Celem rozważań jest przeanalizowanie najważniejszych „nowych” trendów konsumenckich oraz przejawów zachowań prosumpcyjnych, pojmowanych jako innowacyjne zachowania konsumentów. W pierwszej części artykułu w sposób syntetyczny przeprowadzono analizę trendów konsumpcyjnych diagnozowanych w pierwszym dziesięcioleciu XXI w., a także omówiono uwarunkowania rozwoju i przejawy prosumpcji, istotę i tendencje zmian w procesie innowacji oraz dostrzegalne symptomy innowacyjności w zachowaniach współczesnych konsumentów. W drugiej części tekstu, w oparciu o badania własne, skoncentrowano się na uchwyceniu innowacyjnych zachowań konsumentów na Mazowszu w kontekście wyników badań. Syntetyczna konstatacja wieńczy niniejsze opracowanie.

2. Alternatywne trendy w zachowaniach konsumpcyjnych współczesnych konsumentów

Trendy konsumpcyjne, a zwłaszcza „nowe” trendy w zakresie konsumpcji stanowią podstawę innowacyjności, ponieważ są bogatym źródłem bodźców do tworzenia nowych produktów. Przez „nowe” lub „alternatywne” trendy konsumenckie rozumiemy obiektywne i długoterminowe kierunki ogólnych wyborów, zachowań i preferencji konsumentów, będące konsekwencją przemian społeczno-politycznych, prawnych, kulturowych, demograficznych i technologicznych, permanentnie dokonujących się w otoczeniu rynkowym. Stanowią one bogate źródło bodźców do tworzenia nowych produktów (Zalega, 2013a: 26). Ważnymi graczami w procesie powstania nowych

¹ Terminy społeczeństwo industrialne, społeczeństwo wiedzy lub społeczeństwo „trzeciej fali” są synonimami gospodarki opartej na wiedzy (*Knowledge Based Economy*), pojęcia po raz pierwszy wprowadzonego do literatury przez Lestera Thurowa w latach 90. XX w., w odniesieniu do sektora firm wykorzystujących nowoczesne technologie, szczególnie techniki informacyjne.

trendów są kreatorzy trendów i tzw. trendsetterzy (*trendsetters*). Ci pierwsi stanowią nieliczną i elitarną grupę rekrutującą się spośród wynalazców, innowatorów, pionierów i odważnych przedsiębiorców, niestroniących od ryzyka wprowadzania na rynek nowych produktów i modeli biznesowych. Natomiast trendsetterzy, czyli prekursorzy i propagatorzy alternatywnych trendów, są grupą dużo liczniejszą i pochodzą z różnych grup społecznych i zawodowych (Penn i Kinney Zalesne, 2009: 13–15; Mróz, 2013: 119). To właśnie trendsetterzy, jako pierwsi akceptują nowy produkt lub styl, zaczynając go używać i propagować, dzięki czemu stają się najważniejszym ogniwem w procesie krystalizowania się nowych trendów konsumpcyjnych. W ramach tendencji bazowych diagnozowanych pod koniec pierwszej dekady XXI w. wymienia się najczęściej: dekonsumpcję, świadomą konsumpcję, konsumpcję współpracującą, smart shopping, domocentryzm, social media oraz prosumpcję.

Dekonsumpcja zwana również antykonsumeryzmem lub konsumpcją asekuracyjną jest pojmowana jako świadome i celowe ograniczenie wolumenu konsumowania produktów i usług do racjonalnych poziomów z punktu widzenia jednostki. Oznacza zatem odpowiedzialność konsumentów za swoje decyzje i wybory. Należy pamiętać, że dekonsumpcja jest pojęciem niezwykle szerokim, ponieważ może oznaczać ograniczenie aspektów ilościowych na rzecz jakościowych, ograniczenie konsumpcji materialnej na rzecz niematerialnej, ograniczenie konsumpcji do rozmiarów racjonalnych z powodu rozczarowania i znużenia bądź obniżenia rangi konsumpcji w systemie wartości lub dla ratowania środowiska naturalnego. Z tego też względu konsumpcja asekuracyjna determinowana jest czynnikami obiektywnymi i subiektywnymi. Do pierwszych z nich zaliczyć należy: proces globalizacji i detradycjonalizacji, procesy migracji, wydłużenie życia ludzkiego i zacieranie cezur między jego fazami, postęp cywilizacyjny, intensyfikację działalności innowacyjnej, zmiany w sferze obrotu towarowego i zmiany w sposobach funkcjonowania instytucji handlowych oraz bezpośrednią integrację państwa w sferę konsumpcji. Natomiast wśród czynników subiektywnych warunkujących proces dekonsumpcji wskazać należy na: rosnącą świadomość potrzeby ograniczenia konsumpcji, obniżanie się rangi konsumpcji w systemie wartości, znużenia i rozczarowania wysoką konsumpcją, wzrost zainteresowania walorami środowiska przyrodniczego (sprzeciw wobec rosnącej ilości odpadów pokonsumpcyjnych) oraz chęć zmiany stylu życia (Clark, 2000: 86–108; Norris, 2000: 155–172). W literaturze przedmiotu wyróżnia się na ogół cztery kluczowe wymiary dekonsumpcji, do których należą:

- ograniczenie konsumpcji ze względu na wzrost niepewności sytuacji gospodarstw domowych,

- ograniczenie ilości konsumowanych dóbr na rzecz ich jakości,
- zmniejszenie konsumpcji w sferze materialnej na rzecz serwicyzacji konsumpcji,
- ograniczenie konsumpcji ze względów racjonalnych.

Z tymi procesami konsumowania jest związana ekokonsumpcja, zwana również konsumpcją ekologiczną lub zrównoważoną konsumpcją. Ekokonsumpcja polega na celowym dążeniu jednostek do minimalizacji niekorzystnych efektów wynikających ze spożycia dóbr i usług konsumpcyjnych i inwestycyjnych poprzez racjonalizację i eksploatację czynników wytwórczych (zasobów) oraz zmniejszenie wytwarzania odpadów poprodukcyjnych i pokonsumpcyjnych. Konsumpcję zrównoważoną (ekokonsumpcję), podobnie jak zrównoważony rozwój, powinny cechować trwałość i zrównoważenie. Trwałość oznacza, że utrwała się kształt procesów konsumpcji zapewniających maksymalizację użyteczności konsumentów w nieograniczonej perspektywie czasowej. Innymi słowy, ekokonsumpcja oznacza optymalne, świadome i odpowiedzialne korzystanie z dostępnych zasobów naturalnych, dóbr i usług na poziomie jednostek, gospodarstw domowych, wspólnot i społeczności lokalnych, środowisk biznesowych, samorządów terytorialnych, rządów krajowych i struktur międzynarodowych, zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Należy pokreślić że podstawą zrównoważonej konsumpcji jest ograniczenie marnotrawstwa i produkcji odpadów oraz zanieczyszczeń, a także wybór dóbr i usług, które w największym stopniu spełniają określone kryteria etyczne, społeczne i ekologiczne. Przykładem konsumpcji ekologicznej może być zdrowa żywność, nabywanie toreb wielorazowego użytku, transport i turystyka niepowodująca degradacji środowiska naturalnego. Z ekokonsumpcji wynikają dwa trendy konsumenckie, takie jak: świadoma konsumpcja i konsumpcja współpracująca. Świadoma konsumpcja zwana także „etyczną konsumpcją” lub „odpowiedzialną konsumpcją”, jest rozumiana jako podejmowanie wyborów konsumenckich w oparciu o wiedzę na temat ich społecznych, ekologicznych i politycznych konsekwencji. W praktyce świadoma konsumpcja oznacza zdobywanie informacji na temat produktów i usług – praktyk stojących za nimi firm, procesu produkcji, możliwości utylizacji – i w oparciu o nie, dokonywanie możliwie społecznie i ekologicznie odpowiedzialnych wyborów (www.fed.home.pl/teg/images/m1_swia_doma_konsumpcja_fin.pdf dostęp 10.08.2012). Innymi słowy, konsumpcja świadoma dotyczy zachowań konsumenta racjonalnego, który jest zorientowany na zdrowie, ekologię, zrównoważony rozwój i gospodarkę opartą o wiedzę. Jednakże z tym trendem konsumpcyjnym mamy do czynienia nie tylko wtedy, kiedy kupujemy produkty i usługi przyjazne dla ludzi i środowiska,

ale także wtedy, gdy zostawiamy portfel w kieszeni i szukamy lepszych rozwiązań. Świadczy o tym, że powoli zmieniamy się w społeczeństwo konsumpcyjne, gdzie „mieć” coraz częściej staje się „być”. Należy wszakże pamiętać, że świadoma konsumpcja eksploruje rozwiązania takie, jak redukcja użycia, współdzielenie i używanie ponowne produktów. Ponadto w etycznej (świadomej) konsumpcji ważne jest także branie pod uwagę całego życia produktu, nie tylko tego jak powstał, ale również tego co się z nim stanie, kiedy przestanie być potrzebny. Produktami związanymi ze wspomnianym trendem są wyroby rękodzielnicze i o niskim stopniu przetworzenia, cała grupa produktów określanych mianem *slow food*², czyli: *slow life*, *slow travel*, *slow parenting* i *slow city*. W ostatnim okresie za sprawą współczesnego kryzysu gospodarczego, wymiennie ubrań i *up-cycling* (przetwarzanie odpadów w coś o jeszcze większej wartości) w wielu krajach świata ponownie wróciły do mody. Z kolei konsumpcja współpracująca zwana również *sharing’iem*, *mesh’em*, „konsumpcją kolaboratywną”, „ekonomią wspólnego użytkowania” lub „ekonomią dzieloną” opiera się o ideę współdzielenia i tzw. *produkt service approach*, czyli skupienie się na funkcji produktu, bez konieczności posiadania go na własność. Innymi słowy, nie potrzebujemy płyty DVD, tylko filmu który możemy z niej obejrzeć. Po przeczytaniu książki możemy wymienić ją na inną. Rozwiązania z nurtu konsumpcji współpracującej sięgają od zwykłej sąsiedzkiej wymiany przysług, przez różnego typu biblioteki, po coraz bardziej rozpowszechnione w Europie rowery miejskie (system, który pozwala mieszkańcom krótkoterminowo korzystać z rowerów ustawionych na specjalnych stanowiskach w wybranych punktach miasta), czy systemy współdzielenia samochodów (np. ZipCar) (http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=B99FA4D5106242D08CE07FC8D77DFC5E dostęp 08.05.2012). Można zatem powiedzieć, że konsumpcja kolaboratywna jest modelem konsumpcji który polega m.in. na pożyczaniu, wymianie, umowach barterowych lub płatnym dostępie do dóbr, stojącym w opozycji do własności (Botsman i Rogers, 2012: 15–16; Gansky, 2010: 56), nie tylko pozwala ograniczyć konsumpcję indywidualną i niepotrzebne zakupy, ale również wzmacnia integrację i więzi społeczne. Francuski socjolog M. Maseffoli, komentując istotę konsumpcji kolaboratywnej, zwraca uwagę na to, że sfera gospodarcza (...) zmienia się pod wpływem przemian w stylach życia i świecie wartości mieszkańców ponowoczesności. Wzrasta permanentnie wrażliwość ekologiczna,

² *Slow food* przeciwstawia się szybkiemu, wygodnemu, ale jednocześnie niezdrowemu i nieracjonalnemu życiu. Innymi słowy, *slow food* propagując powolny styl życia którego symbolem jest ślimak, propaguje prawo do smaku który zgubiliśmy w cywilizacji konsumpcji, odnosi się do decyzji konsumentów, które są cechują się racjonalnością.

znaczenie bliskości (...) elementarnych doznań związanych z jedzeniem, ubieraniem się i mieszkaniem. To z kolei prowadzi do odkrywania dawnych form wymiany ekonomicznej, które zamiast do transakcji na rynku odwołują się do idei barteru lub daru. (...) Obserwujemy eksplozję praktyk ekonomicznych, w których zaspokajanie potrzeb łączy się z gestami solidarności i zaangażowaniem emocjonalnym. Wystarczy wspomnieć sieci umożliwiające dzielenie się samochodami czy noclegami; (...) rośnie znaczenie aktywności gospodarczej rozumianej (...) jako szeroko pojęta wymiana dóbr, usług, słów i uczuć (*Polityka* 10–16.04.2013). Należy wspomnieć, że istnieją różne formy konsumpcji kolaboratywnej, które dotyczą konkretnych dóbr bądź usług. Wśród najistotniejszych z nich można wymienić (Wardak, Zalega, 2013: 10):

- *clotheswap, toyswap* – bezgotówkowa wymiana ubrań lub zabawek;
- *cohousing* – połączenie zupełnie samodzielnych mieszkań przestrzenią wspólną, użytkowaną przez wszystkich mieszkańców jaką może być, na przykład: kuchnia, pralnia lub plac zabaw;
- *couchsurfing* – platforma poprzez którą można zaoferować darmowy nocleg ludziom z całego świata bądź znaleźć kogoś kto przenocuje nas podczas podróży;
- *crowdfunding* – społeczne zbieranie funduszy na realizację określonego celu, na przykład otworzenie biznesu bądź wydanie książki; osoby, którym pomysł się podoba mogą wspierać pomysłodawcę niewielkimi kwotami;
- *coworking* – wynajmowanie pomieszczeń w których można wykonywać swoją pracę; ta forma konsumpcji kolaboratywnej jest bardzo popularna wśród freelancerów oraz osób pracujących zdalnie dla firmy;
- *carpooling* – współdzielenie jazdy samochodem za opłatą w celu zmniejszenia kosztów dojazdu do celu;
- *roomsharing* – wynajmowanie swojego pokoju w określonych terminach za pomocą serwisów internetowych, wynajem taki jest zwykle krótkookresowy np. 2-3 dni i najczęściej korzystają z niego turyści.

Kolejnym trendem konsumenckim diagnozowanym pod koniec pierwszej dekady XXI w. jest smart shopping, czyli sprytnie zakupy. Trend ten zdaniem G. Lipovetksy'ego (2006: 30) jest reakcją na hiperkonsumpcję okresu prosperity przełomu XX i XXI wieku. H. Mano i M.T. Elliott (1997), definiują „sprytnie zakupy” jako skłonność konsumentów do inwestowania znacznego czasu i wysiłku w poszukiwanie i wykorzystanie informacji dotyczących promocji w celu uzyskania oszczędności. Zdaniem T. Zalegi (2013b: 48), „sprytnie zakupy” polegają na inwestowaniu własnego czasu w poszukiwanie informacji o promocjach, porównywaniu cen różnych produktów (m.in. dzięki korzystaniu z przeglądarek internetowych), łapaniu okazji, „nieprze-

placaniu” i nie kierowaniu się emocjami podsycanymi przez reklamy oraz oszczędzaniu pieniędzy. Innymi słowy, idea „sprytnych zakupów” propaguje racjonalne planowanie budżetu domowego poprzez kupowanie rzeczy niezbędnych w niskiej cenie oraz tych, które rzeczywiście zamierzaliśmy kupić. Wynika to głównie z tego, że „sprytnych konsumentów” cechują dwa rodzaje aktywności, a mianowicie, wyszukiwanie informacji i organizowanie zakupów. Internet wraz z mobilnymi urządzeniami stanowią idealne narzędzia, dzięki którym „sprytni konsumenci” mogą sprawniej zorganizować oszczędne zakupy. Dzięki Internetowi są w stanie dotrzeć do pojemnych baz danych o produktach (usługach) i opinii na ich temat, sklepów internetowych, serwisów zakupów grupowych, wyszukiwarek ofert promocyjnych, porównywarek cen, serwisów aukcyjnych. Dla uprawiających „sprytnie zakupy” istotne znaczenie ma stosunek jakości produktu do jego ceny, a także skład, funkcjonalność i niezbędność jego posiadania. Stąd też ten trend jest najbardziej popularny wśród osób lepiej wykształconych, którzy w pełni świadomie podejmują decyzje o zakupie produktów lub usług. Osoby słabiej wykształcone mają z reguły większy problem z prawidłową analizą i oceną ofert, które przez producentów są celowo konstruowane w zawiły i mało czytelny sposób. W konsekwencji osoby te wybierają produkty tańsze, ale niższej jakości lub w ogóle rezygnują z zakupów. Należy jednak pamiętać, że kupując niedrogo produkty nietrwałe, konsumenci muszą wymieniać je częściej, więc oszczędności są pozorne.

Kolejnym trendem konsumenckim diagnozowanym w pierwszej dekadzie XXI w. jest social media, czyli media społecznościowe. Trend ten można zdefiniować jako kanały komunikacji umożliwiające interakcje pomiędzy użytkownikami sieci za pomocą takich technologii, jak: blogi, fora i grupy dyskusyjne, VoIP, e-maile, mikroblogi, Wiki, podcasty, audio i videocasty oraz komunikatory. Przykładem mediów społecznościowych są serwisy, takie jak: Blip, Facebook, Twitter, Youtube, Nk.pl, Wikipedia. Wyróżnikiem mediów społecznościowych w porównaniu z tradycyjnymi jest proces tworzenia treści. Jak twierdzi T. Smith (2009: 16), użytkownicy są w tym przypadku zarówno dostawcami (twórcami), jak i konsumentami treści, w przeciwieństwie do mediów tradycyjnych, w których role te są wyraźnie rozdzielone. Inną cechą mediów społecznościowych jest fakt, że w zdecydowanej większości zapewniają one bezpłatny dostęp do oferowanych treści. Ponadto ten trend konsumpcyjny wyróżnia całkowita skalowalność, co oznacza, że przekaz może być adresowany do dowolnie małej i dowolnie dużej grupy odbiorców (Chinowski, 2012: 187). Popularność mediów społecznościowych we współczesnym zglobalizowanym świecie sprawia, że trend ten

trzeba rozpatrywać jako niezwykle istotny czynnik wpływający na styl i tryb życia współczesnych gospodarstw domowych oraz na podejmowane przez nie decyzje konsumpcyjne. Nowoczesne technologie informacyjne, zwłaszcza komputery, Internet, smartfony, tablety i telefony komórkowe, stanowią jedno z ważnych źródeł uświadomienia potrzeb konsumentom dzięki temu, że pozwalają na uzyskanie informacji o różnych produktach, sprzyjają ujawnianiu się nowych potrzeb (poprzez dostrzeżenie nowych produktów w Internecie), a także wpływają na zmianę oczekiwań w stosunku do produktu (Zalega, 2013c: 65). Wszystko to sprawia, że dostęp współczesnych gospodarstw domowych do informacji o produktach jest szeroki, zaś samo uzyskanie informacji jest możliwe na odległość i w jednym miejscu. Mobilny dostęp do Internetu sprawia, że coraz więcej osób może angażować się w działania w mediach społecznościowych bez względu na czas i lokalizację. Uczestnicy serwisów społecznościowych nawiązują lub odnawiają kontakty, prezentują własną twórczość, komentują wydarzenia, wymieniają informacje i prowadzą życie towarzyskie. Dla wielu osób przeżywanie świata w życiu wirtualnym jest ciekawsze niż w realnym. Częściowo dzieje się tak dlatego, ponieważ społeczności wirtualne oferują dostęp do osób i form aktywności nieosiągalnych w inny sposób.

Trendem konsumenckim niezwykle nabierającym na sile w ciągu ostatnich kilku lat jest domocentryzacja (kokonizacja)³ konsumpcji. Trend ten polega na przenoszeniu konsumpcji z instytucji publicznych do domu, który jednocześnie staje się miejscem zaspokajania potrzeb kulturalnych, edukacyjnych, rekreacyjnych w zakresie ochrony zdrowia itp., realizowanych wcześniej poza jego obrębem (np. w kinach, kawiarniach, centrach handlowych). Domocentryzm jest w dużym stopniu konsekwencją: lepszego wyposażenia gospodarstw domowych w sprzęt informacyjno-rozrywkowy wysokiej klasy (telewizory LCD i plazmowe, kino domowe, Video-on-Demand, Pay-per-View itp.), rozwoju atypowych form zatrudnienia (zwłaszcza telepracy i pracy w niepełnym wymiarze godzin) i skrócenia czasu pracy, permanentnie postępującego procesu globalizacji, indywidualizacji stylów życia i ucieczki w prywatność, starzenia się społeczeństw, upowszechnienia Internetu i telefonii bezprzewodowej, a także poprawy wyposażenia gospodarstw domowych w środki transportu oraz nowoczesne nośniki informacji i przekazu kulturowego (tablety i e-czytniki zmieniają sposób korzystania z dóbr kultury). Domocentryzacja konsumpcji przyczynia się do koncentracji konsu-

³ Angielski zwrot *cocooning* został zaproponowany po raz pierwszy przez Faith Popcorn w 1990 r.

mentów na własnym domu i najbliższej rodzinie, i jak to określił A. Hines (2009: 19), na zaszcyciu się konsumentów w domu i na swoistym celebrowaniu domatorstwa. Można zatem postawić tezę, że powrót do ogniska domowego wynika prawdopodobnie z odrzucenia koncepcji hiperindywidualizmu, co w naturalny sposób prowadzi do rehabilitacji rodziny i przywrócenia jest wartości nadrzędnej. Wspomniana ucieczka w prywatność jest rozpowszechniona zwłaszcza wśród tych osób, które mają możliwość wykonywania pracy zawodowej w domu (np. telepraca). Należy również zaznaczyć, że poprzez rozwój domocentryzmu gospodarstwa domowe więcej środków pieniężnych przeznaczają na usługi, przyczyniając się w ten sposób do rozwoju serwicyzacji konsumpcji (wzrostu udziału usług w sferze konsumpcji) i jej dematerializacji (konsumpcja wartości niematerialnych, takich jak: informacja, wiedza, działania na rzecz poprawy samopoczucia i zdrowia członków gospodarstwa domowego). Rozwój domocentryzmu prowadzi także do wykształcenia prosumenta, czyli innowacyjnego konsumenta, dla którego praca i konsumpcja oznaczają wzajemne przenikanie czasów i miejsc.

Zaprezentowane w opracowaniu nowe trendy w sferze konsumpcji nie wyczerpują złożoności czynników determinujących zachowania nabywcze konsumentów w zakresie szeroko pojmowanej innowacyjności. Wynika to chociażby z faktu, że niektóre z zaprezentowanych trendów są dopiero w początkowej fazie rozwoju (np. konsumpcja kolaboratywna, dekonsumpcja i smart shopping), zaś inne są już wyraźnie zauważalne (świadoma konsumpcja i media społecznościowe). To najbliższa przyszłość pokaże, które z nich mają charakter przejściowy, a które są zapowiedzią istotnych przeobrażeń, i to nie tylko w poziomie i strukturze konsumpcji, ale także w zachowaniach nabywczych konsumentów.

3. Prosument i zachowania prosumpcyjne

Prosument to kreatywny, innowacyjny i aktywny konsument który upowszechnia własną wiedzę o dobrych i złych doświadczeniach związanych z produktami lub usługami wśród konsumentów, wpływając w ten sposób na podejmowane przez nich decyzje zakupowe, a także wywierając wpływ na jakość wytwarzanych dóbr i usług. Można więc powiedzieć, że prosument jest trendsetterem, czyli osobą wyznaczającą nowe trendy, za którymi podążają inni konsumenci. Kreatywny i innowacyjny konsument posiada wiedzę wynikającą z własnego doświadczenia, motywację do twórczego działania oraz umiejętność twórczego myślenia, i dlatego chce być współtwórcą, a nie

tylko biernym odbiorcą. W porównaniu z tradycyjnym konsumentem, prosument wykazuje się szerszą percepcją informacji medialnej, pochodzącą z wielu źródeł jednocześnie, nie czując przy tym przeciążenia ilością informacji. Prosument jest także konsumentem który niezwykle aktywnie działa na rynku dóbr i usług. Aktywność ta przejawia się na wiele różnych sposobów. Jednostka może sama wytwarzać niektóre produkty (ich ekwiwalenty) bądź świadczyć część usług, przejmując tym samym zadania przedsiębiorstw oraz samemu spełniając zaistniałe potrzeby. W tym przypadku prosument występuje w roli producenta. Ponadto podmiot gospodarujący jakim jest konsument może aktywnie współtworzyć produkt lub markę, a także promować je wśród innych ludzi. Przyjmuje on wówczas postawę profesjonalnego konsumenta. Można zatem powiedzieć, że innowacyjny konsument staje się producentem, inwestorem, gdyż przebieg procesu konsumpcji charakteryzuje się podobnym przebiegiem jak proces produkcji. Występujące podobieństwa wskazał jako pierwszy G.S. Becker, przyjmując za punkt wyjścia określenie, że produkcja jest swoistą transformacją jednych zasobów w inne. Pojawiające się na początku procesu produkcji surowce, półprodukty, narzędzia i ludzka praca zmieniają się w czasie trwania procesu w gotowy produkt i odpady poprodukcyjne, będące tzw. „produktami negatywnymi” (Becker, 1990: 236–238). Natomiast P. Halicki (2007: 34) podkreśla, że prosumentem jest aktywny konsument, który gromadzi informacje o firmach, markach, oczekuje spersonalizowanych produktów, możliwości wpływu na produkt oraz interaktywnego charakteru konsumpcji, poprzez który dostarcza firmom informacji o postrzeganiu produktu i bierze udział w jego rozwoju. Z kolei D. Tapscott (2010: 140) wskazuje, że prosumentami jest głównie pokolenie sieci, które traktuje świat nie jako miejsce konsumpcji, ale jako miejsce tworzenia. Dlatego też nie są to bierni konsumenci, ale twórcy, których cechuje potrzeba wolności i swoboda wyboru, potrzeba dopasowywania rzeczy do swoich potrzeb (kastomizacja) i ich indywidualizacja, skłonność do podejmowania wspólnych decyzji, potrzeba dialogu, rozrywki i zabawy oraz szybkie tempo i innowacyjność. Z przytoczonych definicji prosumenta wywodzi się samo pojęcie „prosumpcji”. Jest to bowiem połączenie dwóch angielskich słów: *production* (produkcja) i *consument* (konsument), i oznacza wzajemne przenikanie się produkcji i konsumpcji (Hajduk, Zalega, 2013). Prosumpcję definiuje się najczęściej jako zjawisko splatania się procesów konsumpcji i produkcji, aż do zatarcia granic między nimi (Jung, 1997: 145), w związku z czym, konsumenci stają się jednocześnie producentami. Można powiedzieć, że prosumpcja jest także wyrazem sprzeciwu ze strony konsumentów wobec masowej produkcji, ujednoliconej i zestandaryzowanej. Innowacyjny konsu-

ment chce być traktowany indywidualnie, chce aby komunikować się z nim, a nie ze wszystkimi, gdyż nie wszyscy mają takie same potrzeby, upodobania i preferencje. Otrzymuje on nie gotowe tożsamości jak wcześniej, przygotowane przez producentów, ale również elementy, z których buduje własną tożsamość, staje się twórcą własnego wyobrażenia o sobie (Toffler, 2006: 580). Prosumpcja zwana także inteligentną lub innowacyjną konsumpcją, może być rozpatrywana zarówno w wymiarze korzyści, jak i kosztów. W pierwszym przypadku działania prosumpcyjne mają na celu maksymalizację satysfakcji z nabytego dobra. Tego typu zachowania przejawiają się m.in. poprzez różnorodne modyfikacje produktów przeprowadzane przez samych użytkowników, czy aktywny udział w rozwoju danych dóbr, przy współpracy z ich wytwórcami. Opisanie zabiegów pozwalają konsumentowi na przystosowanie produktów do własnych, indywidualnych preferencji. Z drugiej strony, prosument może skierować swoje wysiłki w stronę minimalizacji kosztów związanych z zakupionym towarem. Do środków realizacji tego celu zalicza się czynne poszukiwania alternatyw dla wybranych dóbr, z wykorzystaniem różnych metod pozyskiwania obiektywnych i subiektywnych informacji rynkowych. Ponadto znaczącą rolę w tym miejscu odgrywa samozaopatrzenie. Jednostka może zdecydować się na samodzielne wytworzenie produktów (ich ekwiwalentów) lub wykonanie konkretnych czynności (w rozumieniu usług) i w ten sposób zaspokoić swoje potrzeby po niższych kosztach. Tą formę zachowań prosumpcyjnych nazywa się prosumpcją racjonalizatorską. Generuje ona znaczne koszty wynikające np. z przeniesienia części zadań producenta na konsumenta (np. transport), wysiłku intelektualnego (kreatywność, tworzenie nowych zastosowań produktów) czy samodzielnego doskonalenia dóbr. Przytoczone zachowania prosumentów wręcz idealnie wpisują się w nowy trend konsumpcyjny zwany hiperpersonalizacją, który wykorzystuje cały wachlarz technik informatycznych oraz transfery aktywności biznesowej do personalizacji oferty rynkowej, dopasowanej do indywidualnych preferencji konsumentów.

Rozwój prosumpcji jest konsekwencją rozwoju edukacji, zmiany organizacji pracy z uwagi na zanik tradycyjnego podziału na czas pracy i czas wolny, wzrostu czasu wolnego i potrzeby jego atrakcyjnego zagospodarowania. Niewątpliwie czynnikiem rozwoju prosumpcji w ostatnich latach jest kryzys gospodarczy, który zmusza konsumentów do podejmowania większej aktywności, wytwarzania produktów we własnym zakresie, czy też ograniczania korzystania z usług na rzecz wykonywania ich samemu. Wówczas taka forma prosumpcji wiąże się z konsumpcją naturalną, wytwarzaniem produktów we własnym zakresie. Ponadto na rozwój prosumpcji ma także wpływ wirtuali-

zacja życia oraz łatwiejszy dostęp do nowych technologii, tj. Internet czy telefon komórkowy. Dzięki wykorzystaniu nowych technologii konsumenci mogą kontaktować się zarówno z innymi konsumentami, jak i z samymi firmami, dzieląc się swoimi opiniami o produktach i markach. Można zatem powiedzieć, że dzięki tym działaniom prosumenci stają się siłą napędową innowacyjności firm ukierunkowanych na wykorzystanie ich potencjału, uczestnicząc w procesie ciągłego poszukiwania w społeczeństwie postindustrialnym.

Nie istnieją jednoznaczne dowody na to, że prosumpcja jest zdeterminowana przez jednostkowe cechy podmiotu gospodarującego. Nie w pełni wiadomo także, jak duży wpływ na obecność działań prosumpcyjnych w zachowaniach konsumenta ma jego otoczenie. Najbardziej prawdopodobne wydaje się jednoczesne oddziaływanie zarówno czynników wewnętrznych (osobowościowych) jak i zewnętrznych. Do tych pierwszych należy zaliczyć m.in. skłonność do ryzyka, kreatywność, otwartość na współpracę, innowacyjność czy umiejętności interpersonalne. Do determinant środowiskowych należą bodźce społeczne, takie jak wpływy różnorodnych grup społecznych, np. rodziny odpowiedzialnej za wpojenie jednostce podstawowych wartości moralnych i pewnych wzorców postępowania. Istotną rolę odgrywa również wiek, przynależność do określonej klasy społecznej oraz status. Ponadto należy wspomnieć o czynnikach ekonomicznych, takich jak: wielkość dochodów, trendy makroekonomiczne, sytuacja gospodarcza w kraju i na świecie, ceny i oferta rynkowej, itd.

4. Pojęcie i istota innowacji

Od pewnego czasu pojęcie innowacji przeżywa prawdziwy renesans. Innowacje są definiowane w literaturze przedmiotu na wiele sposobów. Najczęściej innowacje kojarzone są przez wielu z postępem i nowoczesnością, a ich dyfuzja do sfery praktycznego funkcjonowania przyczynia się do rozwoju gospodarczego. Jednakże sama nowoczesna technologia nie jest innowacją samą w sobie. Dopiero jej zastosowanie do zbudowania nowego procesu biznesowego lub produktu stanowi innowację. Należy pamiętać, że kluczowym celem innowacji jest nie tylko poprawa racjonalności gospodarowania wszystkich podmiotów zaangażowanych w proces dostarczania produktów z miejsca ich wytworzenia do miejsca ich ostatecznego przeznaczenia, ale również poprawa jakości życia społeczeństwa (Knee, 2002: 19).

Termin innowacja pochodzi od późnołacińskiego słowa *innovatio* oznaczającego „odnowienie” bądź od łacińskiego *innovare* znaczącego „odna-

wiać”. W potocznym rozumieniu innowacja oznacza coś nowego i innego od dotychczasowych rozwiązań, co na ogół kojarzy się z potrzebą zmianą na lepsze. Słownik wyrazów obcych definiuje innowację jako „wprowadzenie czegoś nowego, rzecz nowo wprowadzoną, nowość lub reformę” (Kopaliński, 2002: 306). Innowacje utożsamiane są z pewną ideą, nowatorską myślą, czy pomysłem, jak również z rzeczowym efektem i konkretną zmianą w działalności gospodarczej lub też w sensie czynnościowym z procesem o charakterze zależności przyczynowo-skutkowych, które mają na celu przygotowanie i wprowadzenie do praktyki nowatorskiego rozwiązania (Makarski, 2013: 212). Do nauk ekonomicznych pojęcie innowacji wprowadził J. Schumpeter (1960: 64), który pojmował je jako wszelkie możliwe zmiany w produkcji i dystrybucji towarów, wyróżniając trzy następujące po sobie fazy w procesie zmian: pomysł (*invention*), wprowadzenie innowacji (*innovation*) i jej rozpowszechnienie (*diffusion*). Innymi słowy, za innowacje uznał wprowadzenie do produkcji nowych lub udoskonalonych produktów, uruchomienie nowego rynku zbytu, zastosowanie nowych form zakupu lub sprzedaży oraz zastosowanie nowych surowców i półfabrykatów. Schumpeterowskie ujęcie innowacji stanowiło punkt wyjścia do dalszych rozważań dotyczących znaczenia innowacyjności w gospodarce. Według C.K. Prahalada i M.S. Kirshnana (2010: 12), innowacje to kształtowanie oczekiwań konsumentów, ale także permanentne reagowanie na ich zmieniające się wymagania, zachowania i doświadczenia. Należy to czynić, sięgając po najlepsze talenty i zasoby dostępne gdziekolwiek na świecie, czyli zasoby wielu do zaspokojenia potrzeb jednostki. Z kolei w marketingu innowacje pojmowane są jako dobro, usługa lub pomysł, postrzegane przez kogoś jako nowe. Sam pomysł mógł istnieć od dawna, jednak stanowił innowację dla osoby postrzegającej go jako nowy (Kotler, 2012). Z kolei P.F. Drucker (1992: 42) dopuszczał traktowanie jako innowacji każdej nowości. Jego zdaniem „innowacja nie musi być techniczna, nie musi być nawet czymś materialnym”. W tym ujęciu innowacja jest w większym stopniu terminem ekonomicznym lub społecznym niż czysto technicznym. Natomiast R.W. Griffin pojmował innowację jako kierowany wysiłek organizacji na rzecz opanowania nowych produktów i usług bądź nowych zastosowań produktów i usług już istniejących na rynku (Griffin, 1996).

Z zaprezentowanych definicji innowacji wynika, że są one efektem czegoś nowego, co ma prowadzić do uzyskania korzyści, zarówno przez konsumentów, firmy jak i całą gospodarkę. Na potrzeby ujednoczenia terminu innowacji, w Unii Europejskiej została przyjęta definicja Oslo Manual (2005: 31), podręcznika wydawanego przez OECD, w którym definiuje się innowację jako „(...) wprowadzenie nowego lub znaczącego udoskonalenia produktu

(towaru lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej, nowej organizacji gospodarczej, nowej organizacji wewnątrz firmy lub relacji egzogenicznych firmy”.

5. Symptomy innowacyjności w zachowaniach konsumentów

Zachowania rynkowe konsumentów są synonimem terminu postępowanie, który oznacza działanie, podejmowanie określonych czynności, obchodzenie się z kimś lub czymś w pewien sposób (*Słownik współczesny języka polskiego*, 1998: 114). Zachowanie człowieka można zatem rozumieć jako rozmaite reakcje na różnego rodzaju bodźce wewnętrzne i uwarunkowania zewnętrzne. Oznacza to, że zachowania są złożonym efektem reakcji jednostek na różnego rodzaju uwarunkowania, zarówno ekonomiczne, społeczne, jak i psychologiczne. Problem zachowań jest powiązany z wieloma aspektami życia człowieka i z tego też względu pojęcie zachowania się konsumenta w szerszym stopniu odnosi się do zachowania się człowieka we wszystkich sferach jego aktywności.

W literaturze przedmiotu istnieje cały wachlarz definicji terminu „zachowanie się konsumenta”, które objaśniają istotę zachowań konsumpcyjnych na gruncie różnych dyscyplin i różnych teorii w badaniach. W wielu pracach zachowanie się konsumenta definiowane jest jako pewien zorganizowany ciąg reakcji na bodźce, które z kolei motywują konsumenta do zaspokojenia odczuwanych potrzeb (Zalega, 2012: 29). Pełniejszą definicję zaproponował J. Szczepański, który pojmował zachowanie się konsumenta jako „ogół czynności, działań i sposobów postępowania jednostki, mających na celu zdobycie środków zaspokojenia potrzeb i ogół sposobów obchodzenia się z tymi środkami” (Szczepański, 1977: 23). Podobnie ujęli zachowanie się konsumenta L.G. Schiffman i L.L. Kanuk (1994: 6) określając je jako działania związane z poszukiwaniem, zakupem, użytkowaniem i oceną dóbr i usług, które mają zdolności zaspokajania potrzeb. Również J.F. Engel, R.D. Blackwell i P.W. Minard (1995: 6) definiują zachowanie się konsumenta jako ogół działań silnie skorelowanych z uzyskaniem, użytkowaniem i dysponowaniem dobrami i usługami, łącznie z decyzjami poprzedzającymi, jak i warunkującymi te działania. Jeszcze szerzej zachowanie się konsumenta rozumieją G. Antonides i F. van Raaij (2003: 24), którzy uważają, że obejmuje ono czynności psychiczne i fizyczne (łącznie z ich motywami i przyczynami) jednostek i małych grup (konsumentów). Czynności te są silnie skorelowane z pozyskiwaniem informacji o produktach, kupowaniem, użytkowaniem

oraz pozbywaniem się produktu. Ponadto czynności te są związane z produkcją gospodarstwa domowego – środki konsumpcji mogą pochodzić z sektora rynkowego, publicznego oraz gospodarstwa domowego. Zachowania konsumpcyjne umożliwiają konsumentowi osiągać wyznaczone cele oraz urzeczywistniać swoje wartości. Oznacza to, że pozwalają one osiągać konsumentowi zadowolenie i dobrobyt, z uwzględnieniem skutków krótko- i długofalowych oraz konsekwencji jednostkowych i społecznych. Zachowania konsumpcyjne obejmują zatem całokształt działań zmierzających do pozyskania i wykorzystania środków konsumpcji w celu zaspokojenia różnorodnych potrzeb konsumpcyjnych, uwzględniając również trafność tych decyzji. Z definicji tej wynika, że na treść zachowań konsumpcyjnych składają się odczuwane przez konsumenta potrzeby oraz sposoby zdobywania środków konsumpcji, ich wybór i wykorzystanie.

Procesy globalizacji, szybki rozwój Internetu i nowoczesnych technologii informacyjnych wywierają istotny wpływ na zachowania konsumentów. Zachowania te są uwarunkowane znaczną liczbą determinant o zróżnicowanym charakterze. Konsumenti coraz szybciej wykazują postawy dostosowawcze w odniesieniu do zmian zachodzących na rynku dóbr i usług. Poszerzony dostęp do informacji współczesnych konsumentów, a zwłaszcza umiejętność jej prawidłowego odczytania i przetworzenia w racjonalną decyzję, są miarodajnym testem umiejętności właściwych zachowań konsumentów na innowacyjnym rynku. Jak dowodzą S. Im, B.L. Bayus i Ch.H. Mason (2003), zachowania te są uwarunkowane dużą liczbą determinant o zróżnicowanym charakterze. Jednym z kryteriów umożliwiających scharakteryzowanie zachowań nabywczych, jest podział ze względu na rodzaj sytuacji rynkowej w jakiej znajduje się konsument, oraz sposób postrzegania przez niego różnic między dostępnymi na rynku markami. To właśnie na ich podstawie wyróżnia się: złożone zachowania zakupowe konsumenta, zachowania zmniejszające dysonans, poszukiwanie różnic między markami oraz nawykowe zachowanie konsumenta. Ze złożonymi zachowaniami zakupowymi mamy do czynienia wówczas, gdy konsument jest w znacznym stopniu zaangażowany w zakup dobra (usługi) i jest w stanie wyraźnie dostrzec różnice pomiędzy wieloma alternatywnymi wariantami zaspokojenia odczuwanej potrzeby. H. Assael (2004: 30–31) wyróżnia cztery czynniki jakie muszą zaistnieć aby doszło do powstania złożonych zachowań zakupowych:

- charakter produktu – złożone zachowanie konsumenta dotyczy dóbr o wysokiej cenie (samochód), o dużym stopniu skomplikowania technicznego (tablet) oraz produktów odwołujących się do ego nabywcy (kosmetyki, ubrania);

- brak presji czasu (możliwość dłuższego zastanowienia się podczas robienia zakupów);
- dostępność wystarczającej ilości informacji potrzebnej do oceny konkurujących ze sobą marek;
- zdolność nabywcy do właściwego przetwarzania posiadanych informacji (postawa innowacyjna).

Na bazie zgromadzonych informacji, doświadczeń własnych i najbliższego otoczenia, stanowiących zasób rynkowej wiedzy, konsument podejmuje decyzje zakupowe. Ze względu na ich charakter, L. Garbarski (2011: 82) rozróżnia cztery rodzaje decyzji:

- rozważne – wymagające pełnej i rzetelnej informacji na temat produktu i najczęściej dotyczą zakupu kosztownych i skomplikowanych technicznie produktów;
- nierutynowe – wymagają od konsumenta przeprowadzenia oceny dostępnych możliwości zaspokojenia potrzeby;
- nawykowe – nie zabierają konsumentowi zbyt wiele czasu, ponieważ bazuje on na rutynie i przyzwyczajeniu, i związane jest z niewielkim ryzykiem (najczęściej dotyczy zakupu artykułów żywnościowych);
- impulsywne – są konsekwencją nagłych zapotrzebowań, wynikających z inicjatywy i odczucia konsumenta lub atrakcyjnej promocji w punktach sprzedaży.

Stosunek konsumentów do innowacji rynkowych, a zatem ich zdolność do zakupu nowych produktów i usług jest konsekwencją specyficznej cechy osobowości, którą można nazwać innowacyjnością (*innovativeness*). Przez innowacyjność można rozumieć cechę osobowości jednostki która stanowi strukturę względnie trwałych cech człowieka, predestynujących go do podejmowania określonych zachowań. Innowacyjność, jako jedna ze składowych tak rozumianej osobowości skłaniać będzie jednostkę posiadającą tę cechę do wcześniejszego niż przeciętnie akceptowania nowości, a w konsekwencji kierowania swoich zachowań ku innowacjom (Gutkowska, 2011: 108). Innowacyjni konsumenci niewątpliwie kreują rynek dla nowych marek i nowych produktów, początkowo przez manifestowanie ich użytkowania przed naśladowcami, a następnie poprzez popularyzowanie pozytywnego do nich nastawienia.

6. Innowacyjne zachowania konsumentów w kontekście wyników badań

W celu zebrania pełnych i aktualnych informacji na temat przejawów innowacyjności w zachowaniach konsumentów na Mazowszu, w badaniu

bezpośrednim zastosowano metodę wywiadu kwestionariuszowego. Metoda ta okazała się pomocna zarówno w opisie występujących zjawisk, jak i sprawdzeniu występowania określonych relacji między nimi a świadomością badanych. Przed przystąpieniem do badań zasadniczych przeprowadzono badania próbne na zbiorowości 17 gospodarstw domowych mieszkających w Warszawie. Ten pilotażowy wywiad kwestionariuszowy miał na celu sprawdzenie doboru i komunikatywności pytań zamieszczonych w kwestionariuszu ankietowym oraz prawidłowości układu ankiety. W efekcie tych badań dokonano poprawek w układzie kwestionariusza, rezygnując z niektórych pytań i wprowadzając w ich miejsce nowe, a także modyfikując niektóre z nich. Należy również wspomnieć i o tym, że przy konstrukcji kwestionariusza wywiadu, wykorzystano wypróbowane techniki stosowane powszechnie w badaniach rynkowych i marketingowych. Kwestionariusz wywiadu składał się z 28 pytań zasadniczych, głównie zamkniętych, w tym 7 o charakterze metryczkowym. Poszczególne grupy pytań zawarte w kwestionariuszu były ściśle skorelowane z kolejnymi etapami procesu decyzyjnego gospodarstw domowych w okresie kryzysu gospodarczego.

Struktura próby została tak dobrana, aby była identyczna ze strukturą badanej zbiorowości w wybranych ośrodkach miejskich. W ten sposób eliminuje się tzw. błąd pokrycia, który powstaje wówczas, gdy z winy przeprowadzającego ankietę niektóre grupy badanej populacji nie mogły dostosować się do próby, z uwagi na źle dobrane przez ankietera miejsce przeprowadzenia badania. Mając to na uwadze, autor badań przeprowadził badania odwiedzając duże dzielnice mieszkaniowe oddalone od ścisłego centrum miasta, zgodnie z mapką z wyznaczonym dla siebie obszarem badań.

Materiał empiryczny zawarty w pracy pochodzi z badań bezpośrednich przeprowadzonych w formie kwestionariusza ankietowego na próbie 536 gospodarstw domowych w okresie od sierpnia do września 2013 r. w pięciu miastach Mazowsza o zróżnicowanej liczbie ludności oraz wielkości. Zgodnie z przyjętymi założeniami badawczymi, w próbie znalazły się osoby powyżej 18. roku życia, które posiadały samodzielność finansową i podejmowały suwerenne decyzje nabywcze na rynku. W doborze próby zastosowano procedurę doboru celowo – kwotowego. Przyjętymi w badaniu cechami (kwotami) były: płeć i wiek. Badania zostały przeprowadzone w ramach badań statutowych i w całości sfinansowane przez Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

Zebrany w trakcie badań bezpośrednich materiał uporządkowano, tzn. poddano grupowaniu i zliczeniu oraz wstępnej ocenie pod względem kompletności informacji. Przeprowadzona weryfikacja i ocena zebranego

materiału badawczego pozwoliła na wyeliminowanie błędów wypełnienia, niedokładności zapisów, błędów logicznych i systematycznych. Z wyjściowej liczby kwestionariuszy wywiadów wynoszącej 560, zakwalifikowano 536 kwestionariuszy, co stanowi 95,7% całości próby. W dalszym postępowaniu zostały one poddane procesowi kodowania, natomiast utworzony na ich bazie zbiór danych przetworzono pakietem statystycznym. Zastosowanie pakietu analizy statystycznej programu SPSS 14.0 PL umożliwiło dokonanie analizy informacji uzyskanych w wyniku przeprowadzenia badań metodą wywiadu standaryzowanego. Następnie po zgrupowaniu, zliczeniu i wstępnym opisie zebranych danych, dokonano ich analizy jakościowej i ilościowej.

W badaniu uczestniczyło 53,1% kobiet i 46,9% mężczyzn. Rozkład badanych według płci i wieku zgodny był z rozkładem populacji generalnej, dlatego też w próbie wystąpiła niewielka przewaga kobiet nad mężczyznami, zaś najliczniejszą grupę wiekową stanowiły osoby z przedziału wiekowego 26–44 lata. Ważną zmienną przy badaniu konsumpcji ma miejsce zamieszkania. W próbie respondentów, zgodnie z przyjętymi założeniami badawczymi, znalazły się osoby zamieszkujące duże miasta Mazowsza o różnej liczbie mieszkańców i wielkości samego miasta, a mianowicie: Warszawę (powyżej 1 mln mieszkańców), Radom (powyżej 200 tys. mieszkańców), Płock (powyżej 100 tys. mieszkańców), Siedlce (powyżej 50 tys.) i Ciechanów (powyżej 20 tys.). Każde miasto reprezentowało 107–108 osób, stanowiąc ok. 20% badanej próby (tab. 1).

Tabela 1

Struktura respondentów i ich rodzin

Cechy respondentów	Liczba respondentów (N = 536)	Udział procentowy
Płeć:		
Kobieta	285	53,1
Mężczyzna	251	46,9
Wiek:		
18 – 25 lat	59	11,0
26 – 44 lata	195	36,5
45 – 64 lata	167	31,1
65 lat i więcej	115	21,4
Wykształcenie:		
Podstawowe	78	14,5
Zasadnicze zawodowe	109	20,3
Średnie ogólnokształcące	217	40,6
Wyższe	132	24,6

cd. tabeli 1

Cechy respondentów	Liczba respondentów (N = 536)	Udział procentowy
Liczba osób w gospodarstwie domowym:		
1 osoba	82	15,3
2 osoby	206	38,5
3 osoby	179	33,4
4 osoby i więcej	69	12,8
Aktywność zawodowa:		
Pracujący	412	76,8
Niepracujący	124	23,2
Dochód na 1 osobę w gospodarstwie domowym:		
do 1000,00 zł	69	12,8
1001,00 – 2000,00 zł	220	41,0
2001,00 – 3000,00 zł	178	33,3
3001,00 – 4000,00 zł	40	7,5
4001,00 – 5000,00 zł	17	3,1
powyżej 5000,00 zł	12	2,3
Miejsce zamieszkania:		
Warszawa	108	20,0
Radom	107	20,0
Płock	107	20,0
Siedlce	107	20,0
Ciechanów	107	20,0

Źródło: badania własne.

W badaniu zadano respondentom pytanie o poziom wykształcenia. W kwestionariuszu wywiadu przedstawiono cztery kategorie wykształcenia: podstawowe, zasadnicze zawodowe, średnie i wyższe. Najsilniej reprezentowane były osoby z wykształceniem średnim. Aż 2/5 ankietowanych legitymowało się tym poziomem wykształcenia. Co czwarty ankietowany uzyskał wykształcenie wyższe, zaś co piąty respondent posiadał wykształcenie zasadnicze zawodowe. W badanej próbie najmniejszą grupę stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym (14,5%). Warto także zwrócić uwagę na to, że ponad 3/4 respondentów było aktywnych zawodowo. Nie pracowało natomiast szesnastu na stu badanych. Proporcja aktywnych i biernych zawodowo w badanej populacji jest zbliżona do tej, która odnosi się do krajowego rynku pracy. Blisko 2/5 badanych stanowiły osoby będące reprezentantami dwuosobowych gospodarstw domowych, natomiast co trzeci ankietowany reprezentował gospodarstwo trzyosobowe. Z kolei co piąty respondent pochodził z czteroosobowego gospodarstwa domowego, a jedynie jeden na

ośmiu ankietowanych był przedstawicielem jednoosobowych gospodarstw domowych. Wśród badanych 37,4% nie miało na utrzymaniu dzieci, natomiast 35,6% miało jedno dziecko, zaś 21,5% ankietowanych – dwoje dzieci. Zaledwie co dwudziesty respondent reprezentował gospodarstwa domowe wielodzietne. Prawie połowa respondentów określiła swoją sytuację ekonomiczną jako złą, zaś co trzeci ankietowany jako dobrą. Niespełna co dziesiąty respondent określił swój status ekonomiczny jako bardzo zły, natomiast zaledwie co dwudziesty jako bardzo dobry. Największą grupę wśród respondentów stanowiły osoby, których miesięczne dochody *per capita* mieściły się w przedziale 1001,00–2000,00 zł. Dla co trzeciego ankietowanego miesięczny dochód na 1 osobę w gospodarstwie nie przekraczał 3000,00 zł. Dla co ósmego ankietowanego dochód nie przekraczał 1000,00 zł miesięcznie na 1 osobę w gospodarstwie domowym. Najmniejszą grupę wśród respondentów stanowiły gospodarstwa, w których dochód *per capita* wyniósł powyżej 5000,00 zł miesięcznie.

Przejawem innowacyjności w sferze konsumpcji są zachowania nabywcze konsumentów wpisujące się w alternatywne trendy zdiagnozowane w pierwszej dekadzie XXI w. Z przeprowadzonego badania wynika, że wśród ankietowanych zaobserwowano zachowania konsumpcyjne odpowiadające trendom opisanym w pierwszej części opracowania. Należy dodać, że nowe trendy konsumpcyjne w zachowaniach innowacyjnych konsumentów wzajemnie się uzupełniają i przenikają. Wśród obserwowanych współcześnie trendów w sferze konsumpcji, znaczącą rolę odgrywa świadoma konsumpcja, która polega na oszczędnym gospodarowaniu dobrami, ograniczaniu konsumpcji dóbr pochłaniających zbyt duże zasoby środowiska naturalnego i rezygnacji z produktów, które można uznać za zbędne. W celu zminimalizowania negatywnego wpływu realizowanej indywidualnie konsumpcji na stan środowiska naturalnego, ankietowani podejmowali proekologiczne zachowania nabywcze, przejawiające się w zakupie proekologicznych dóbr codziennego użytku (ekologiczna żywność, kosmetyki wytwarzane z ekologicznych komponentów, ekologiczne artykuły chemii gospodarczej oraz przyjazne środowisku opakowania wykonane z materiałów biodegradowalnych lub nadających się do powtórnego przetworzenia) oraz dóbr trwałego użytku (energooszczędne żarówki, energooszczędny sprzęt AGD i RTV, ograniczająca zużycie wody armatura łazienkowa). Wśród ankietowanych można zaobserwować zainteresowanie prozdrowotnymi walorami produktów żywnościowych oraz propagowanie prozdrowotnych atrybutów diety. Zainteresowania dietą bogatą we wszystkie niezbędne składniki mineralne w odpowiednich proporcjach zadeklarowało prawie 53% respondentów,

natomiast zakup żywności ekologicznej wskazał zaledwie co piąty ankietowany. Natomiast biorąc pod uwagę przyczyny spożycia proekologicznych zachowań konsumentów, respondenci wskazywali kolejno: segregację śmieci (65,9%), używanie ekologicznych opakowań i toreb na zakupy (59,3%), używanie biodegradowalnej chemii gospodarczej (49,3%), ograniczenie zużycia mediów (17,6%), rezygnacja z jazdy samochodem na rzecz transportu publicznego (10,3%) oraz rezygnacja z jazdy własnym samochodem na rzecz jazdy rowerem (6,4%). W przypadku świadomej konsumpcji najwięcej badanych deklarujących kierowanie się względami ekologicznymi przy podejmowaniu decyzji nabywczych pochodziło z Warszawy (37,4%) i Siedlec (26,7%), a najmniej z Radomia (9,6%). Zaledwie co czwarty respondent był zdania, że dokonał wyboru konsumenckiego w oparciu o społeczną reputację firmy, zaś zaledwie co dziesiąty deklarował, że zrezygnował z jakiegoś zakupu ze względu na aspekty społeczne lub ekologiczne. Taką odpowiedź wskazywali głównie mieszkańcy Warszawy (14,8%) i Płocka (10,4%). Z przeprowadzonego badania wynika ponadto, że odsetek deklarujących kontakt z świadomą konsumpcją był większy wśród kobiet (67,9%) niż mężczyzn (56,8%). Ponad 1/3 ankietowanych twierdziła, że przynajmniej raz w życiu zdarzyło im się uczestniczyć w wydarzeniu związanym z promocją idei świadomej konsumpcji bądź Sprawiedliwego Handlu (*Fair Trade*). Były to przeważnie kobiety, z grupy wiekowej 26–44 lat, legitymujące się wykształceniem średnim i wyższym, dysponujące miesięcznym dochodem na 1 osobę powyżej 3000,00 zł, mieszkające w Warszawie i Siedlcach.

Ze świadomą konsumpcją nierozzerwalnie związana jest konsumpcja kolaboratywna. Prawie co dziesiąty respondent informował, że w celu ograniczenia wydatków związanych z zakupem odzieży, książek i szeroko rozumianych akcesoriów dziecięcych, dokonał bezgotówkowej wymiany niepotrzebnych ubrań, niechcianych prezentów oraz dziecięcych ubranek, obuwia lub zabawek. Takie postępowanie konsumentów jest określane w literaturze przedmiotu jako *clotheswap* lub *toyswap*. Tego typu zachowania asekuracyjne podejmowane przez gospodarstwa domowe wskazywali najczęściej mieszkańcy Warszawy (23,4%), Radomia (20,1%) i Ciechanowa (16,3%). Były to przeważnie kobiety legitymujące się wykształceniem średnim ogólnokształcącym i wyższym, dysponujące miesięcznym dochodem rozporządzalnym *per capita* nieprzekraczającym 3000,00 zł. Natomiast co trzeci ankietowany nigdy nie uczestniczył we wspomnianej wymianie i nie jest nią w ogóle zainteresowany. Z kolei co dwunasty badany twierdził, że w celu pozyskania dodatkowych środków pieniężnych, wykorzystując serwis internetowy (głów-

nie Tablica.pl⁴), odpłatnie udostępnił na krótki czas jeden z wolnych pokoi w swoim mieszkaniu/domu w wybranym przez siebie okresie czasu. Takie postępowanie konsumentów jest określane mianem *roomsharingu*. Odpowiedź tę wskazywali głównie respondenci z Warszawy, Siedlec i Radomia. Były to przeważnie osoby z grupy wiekowej 26–44 lata, legitymujące się wykształceniem średnim ogólnokształcącym lub wyższym, oraz osiągające miesięczne dochody na 1 osobę poniżej 2000,00 zł. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że w przypadku dóbr takich, jak prywatne mieszkanie lub dom, ankietowani są sceptycznie nastawieni do ich współdzielenia. Co trzeci badany czułoby się niekomfortowo udostępniając swoje mieszkanie podróżnikom bądź wynajmując je na weekend nieznanym za pośrednictwem Internetu. Natomiast prawie połowa respondentów czułoby się niepewnie w takiej sytuacji, jednak jest w stanie rozważyć uczestnictwo w *roomsharingu*. Jedynie co piąty ankietowany zadeklarował uczucie komfortu podczas partycypacji w konsumpcji kolaboratywnej tego typu, przy czym, jedynie 5% więcej mężczyzn niż kobiet podziela taką opinię. Za najważniejsze korzyści wynikające z uczestnictwa w konsumpcji kolaboratywnej respondenci uznali: znajomość ludzi którym pożyczają się rzeczy lub z którymi wymieniają przedmioty, ściśle regulaminy dające gwarancję bezpiecznego uczestnictwa w konsumpcji oraz możliwość zarobienia pieniędzy.

O innowacyjności ankietowanych konsumentów świadczy trend zwany domocentryzacją. Izolacji w domowych pieleszach sprzyja rozwój nowoczesnych technologii informacyjnych i telekomunikacyjnych. Ponad 2/5 ankietowanych permanentnie korzysta z usług w zakresie e-edukacji, e-kultury i e-turystyki. Częściej czynią to kobiety niż mężczyźni, z grupy wiekowej 26–44 lata, legitymujące się wykształceniem wyższym i średnim ogólnokształcącym i zamieszkujące Warszawę (48,3%) i Płocka (43,7%). Prawie 38% badanych zmniejszyła kontakty towarzyskie, ograniczając je wyłącznie do niewielkiej grupy przyjaciół i znajomych. Do grupy konsumentów innowacyjnych zalicza się także osoby wytwarzające produkty i usługi we własnym zakresie. Chodzi tu przede wszystkim o uprawianie warzyw i owoców, samodzielne wykonywanie remontów mieszkania oraz szeregu drobnych prac związanych z naprawą sprzętu domowego. Z badań wynika, że grupę taką tworzy niemal 46% badanych. Są to najczęściej respondenci zamieszkujący Ciechanów, Siedlce i Radom.

⁴ Platforma ta wspiera konsumpcję kolaboratywną w wymiarze lokalnym, umożliwiając wymianę bądź sprzedaż dóbr pomiędzy sąsiadami.

Trendem zdiagnozowanym wśród ankietowanych, będącym dobitnym przykładem innowacyjnego zachowania konsumentów jest smart shopping. Internet wraz z mobilnymi urządzeniami niewątpliwie sprzyja rozwojowi tego trendu. Ponad 1/3 posiadaczy smartfonów wykorzystuje telefon podczas zakupów. Klienci korzystający ze smartfonów podczas zakupów robią to zarówno przed wejściem do sklepu (ponad 2/3 badanych), przebywając na terenie sklepu (24,6%) i po jego opuszczeniu (12,4%). Należy nadmienić, że pięciu badanych mieszkających w Warszawie i dwóch pochodzących z Płocka przyznało się, że do robienia zakupów wykorzystują listy zakupowe z geolokalizacją, dzięki którym mogą wygodniej i szybciej wyszukać aktualne okazje sprzedażowe oraz porównywać ceny. Badania potwierdziły, że ponad 2/3 ankietowanych chętnie korzysta z promocji i dobrze je ocenia. Najczęstszymi typami promocji, z których korzystają respondenci są: obniżki cen produktu lub usługi (69,8%), większa ilość produktu lub usługi za tę samą cenę (63,4%) oraz degustacje bądź testowanie produktu lub usługi (45,3%). Ponadto z przeprowadzonych badań wynika, że najwięcej tzw. „sprytnych konsumentów” jest wśród kobiet, z grupy wiekowej 45–64 lata, legitymujących się wykształceniem wyższym i zamieszkujących głównie Warszawę. Z badania wynika także, że respondenci posiadający miesięczny dochód *per capita* powyżej 4000,00 zł byli bardziej nastawieni na poszukiwanie oszczędności przy zakupach, nie tylko produktów żywnościowych ale i nieżywnościowych, głównie odzieży i obuwia. Spośród ankietowanych o najwyższych miesięcznych dochodach na 1 osobę w rodzinie i wyższym poziomie wykształcenia, aż 3/4 była zdania, że w przypadku ubrań i produktów żywnościowych w miarę łatwo jest zdecydować o takich kwestiach, jak to czy jakość produktu jest odpowiednia do ceny, jaki mają one skład i czy są w ogóle funkcjonalne. Co czwarty respondent (głównie z Warszawy, Radomia i Siedlec) odwiedza tzw. centra outletowe, które są esencją „sprytnych zakupów”, ponieważ udostępniają dobrej jakości asortyment po cenach niższych o 30–70% od tych samych produktów w innych sklepach.

Kolejnym alternatywnym trendem potwierdzającym innowacyjność w zachowaniach konsumentów jest trend zwany mediami społecznościowymi. Ponad 2/5 ankietowanych korzysta z Internetu w celu robienia zakupów, z czego ok. 3/5 spotkało się w sieci z opiniami innych osób i firm o ofercie rynkowej. Prawie 1/5 badanych twierdzi, że często traktuje sklepy stacjonarne wyłącznie jako ekspozycje na których można zapoznać się szczegółowo z konkretnym produktem, a następnie wraca do domu i kupuje go taniej w Internecie. Ponad 2/3 respondentów korzystających z Internetu twierdzi, że przy robieniu zakupów *online* bierze pod uwagę rekomendacje uzyskiwa-

ne od przyjaciół i znajomych. W przypadku źródeł internetowych dla ponad połowy badanych robiących zakupy *online* najbardziej wiarygodne są informacje podawane przez porównywarki cen, dla 46,7% – informacje i komentarze zamieszczane na forach dyskusyjnych, natomiast dla 40,6% – zalecenia ekspertów zamieszczane przez nich na blogach i w serwisach społecznościowych. Jedynie co dziesiąty badany twierdzi, że przy podejmowaniu decyzji zakupowych *online* bierze pod uwagę reklamy zamieszczane w mediach społecznościowych. Respondenci najczęściej nabywają przez Internet: ubrania – 23,2%, sprzęt elektroniczny – 19,8%, komputery i akcesoria – 11,4%, kosmetyki – 10,2%, książki, w tym książki elektroniczne i audiobooki – 6,3% i usługi bankowe – 5,6%. Wśród innych rzeczy ankietowani wymieniają suplementy diety, bilety na pociąg/autobus/samolot, artykuły budowlane, meble oraz inne elementy wyposażenia mieszkania. Z zakupów *online* najczęściej korzystają osoby młode do 25. roku życia oraz z grupy wiekowej 26–44 lata, z wykształceniem wyższym lub średnim ogólnokształcącym, o miesięcznych dochodach *per capita* powyżej 3000,00 zł. Robiąc zakupy *online*, ankietowani korzystają głównie z oferty serwisów ogłoszeniowych (głównie takich jak: Gratka.pl, Tablica.pl oraz Gumtree.pl), porównywarek cen (głównie takich jak: Ceneo.pl, Skapiec.pl oraz Nokaut.pl) oraz w mniejszym stopniu z pasażów handlowych i katalogów, wykorzystując do zakupów urządzenia mobilne, a za produkty płacąc za pomocą systemów płatności internetowej. Do najczęściej wymienianych zalet robienia zakupów w sieci, respondenci korzystający z zakupów *online* wskazują: oszczędność pieniędzy (35,9% wskazań), lepsze promocje (22,6% wskazań), oszczędność czasu (21,4% wskazań) oraz większy wybór asortymentu (17,3% wskazań).

Współcześni prosumenci zwani także konsumentami kompetentnymi lub aktywnymi to przede wszystkim osoby korzystające z komputerów, Internetu, smartfonów i telefonów komórkowych. Nie może więc dziwić fakt, że ankietowani których można określić prosumentami, najczęściej kojarzą innowacje z „*czymś co zmienia świat i codzienne życie*”, podając jako przykład Internet, smartfony i telefony komórkowe. Z przeprowadzonych badań wynika, że zaledwie 6,8% respondentów przyznało się do aktywnej współpracy z firmami. Polega ona na współtworzeniu lub projektowaniu produktów lub opakowań. Ten śladowy odsetek aktywnych konsumentów jednoznacznie wskazuje na bardzo małą aktywność ankietowanych w tym zakresie. Może to wynikać moim zdaniem z dwóch powodów. Po pierwsze, wielu ankietowanych w ogóle nie zna programów ani narzędzi, które umożliwiłyby im bycie trendsetterami, czyli współtwórcami innowacji. Po drugie, zdecydowana większość respondentów twierdzi, że nigdy nie spotkali się z sytuacją, w której firma

zaprosiłaby ich do takiego programu. Ponadto, dla wielu badanych, tworzenie innowacji wydaje się czymś odległym, zarezerwowanym wyłącznie dla wąskiej grupy dobrze wykształconych, utalentowanych i obdarzonych wysokim potencjałem intelektualnym osób. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że zwłaszcza młodzi konsumenci z grupy wiekowej 18–25 lat, z dużym entuzjazmem podchodzą do współtworzenia innowacji, a także mają jasno sprecyzowaną wizję swoich działań w zakresie współtworzenia innowacji. Wśród podstawowych motywatorów uczestniczenia w tworzeniu innowacji respondenci wymieniają najczęściej: ciekawość, możliwość sprawdzenia się, zdobycie nowych doświadczeń, uczestniczenie w nowych przedsięwzięciach oraz możliwość umieszczenia tego faktu w swoim CV. Przeprowadzone badanie wykazało, że świadomi i innowacyjni konsumenci, będący nie tylko biernymi odbiorcami ale konsumentami zadającymi pytania, formułującymi opinie a następnie umieszczającymi je w przestrzeni wirtualnej, to ludzie młodzi z grupy wiekowej 18–25 lat, legitymujący się wykształceniem średnim ogólnokształcącym lub wyższym, dysponujący miesięcznym dochodem *per capita* powyżej 2000,00 zł, i pochodzący najczęściej z Warszawy (17,6%), Płocka (10,4%) i Siedlec (7,8%).

7. Podsumowanie

Procesy globalizacji i internacjonalizacji wywierają istotny wpływ na funkcjonowanie współczesnych konsumentów. Efektem zachodzących zmian są dostrzegalne nowe trendy konsumpcyjne, które doprowadziły do pojawienia się zupełnie nowych cech współczesnych konsumentów, takich jak: większa świadomość rynkowa, potrzeba nawiązywania więzi społecznych, zwiększona mobilność przestrzenna i społeczna, a także innowacyjność w poszukiwaniu informacji o dobrach i usługach oraz sposobach ich nabycia. Zmiany te są dostrzegalne także u polskich konsumentów zamieszkujących Mazowsze. Uzyskane w trakcie przeprowadzonych badań informacje pozwalają określić zakres i skalę innowacyjnych zachowań w ankietowanych gospodarstwach domowych. O innowacyjności konsumentów świadczą ich reakcje na nowe trendy. Z przeprowadzonych badań wynika, że wśród konsumentów zamieszkujących Mazowsze, największą popularnością wśród nowych trendów cieszy się świadoma konsumpcja. Przejawia się ona proekologicznymi zachowaniami nabywczymi konsumentów, polegającymi na zakupie ekologicznej żywności, kosmetyków wytwarzane z ekologicznych komponentów, ekologiczne artykuły chemii gospodarczej oraz energooszczędnych żarówek oraz ener-

gooszczędnego sprzęt AGD i RTV. Ankietowane gospodarstwa domowe wykazały się także dużym sprytem, polegającym na monitorowaniu informacji o promocjach i wyprzedazach ukazujących się w mediach, czy sprawdzaniu aktualności i dostępności cen wybranych produktów. Niewątpliwie wdrażanie nowych technologii i Internetu pozwala konsumentom, zwłaszcza tym „sprytnym” sprawniej zorganizować oszczędne zakupy. Media społecznościowe stały się także nieodłącznym elementem życia ankietowanych gospodarstw domowych i powoli zaczęły wypierać tradycyjne media. Z badań wynika, że do Internetu przeniesione zostały zakupy, kontakty towarzyskie, oglądanie telewizji czy słuchanie radia. Rozwój technologii komunikacyjnych i mediów społecznościowych przyczyniły się do rozwoju prosumpcji, reprezentowanej głównie przez młodych ankietowanych uczestniczących w działaniach promocyjnych, w których współtworzą produkty, slogany reklamowe, projekty opakowań itp. Z analizy przeprowadzonych badań własnych wynika, że ponad 3/5 ankietowanych ulega trendowi zwanemu domocentryzacją konsumpcji. Natomiast najmniej znanym nowym trendem konsumpcyjnym wśród ankietowanych jest konsumpcja kolaboratywna, którą praktykuje zaledwie co dziesiąty respondent.

BIBLIOGRAFIA

- Antonides, G., van Raci, F.W. (2003). *Zachowania konsumenta. Podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa.
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior. A Strategic Approach*, Houghton Mifflin Company, Boston–New York.
- Becker, G.S. (1990). *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*, PWN, Warszawa.
- Bell, D. (1974). *The Coming of Post-Industrial Society*, Harper Colophon Books, New York.
- Botsman, R., Rogers, R. (2012). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Collins, New York.
- Chinowski, B. (2012) Portale społecznościowe a przedsiębiorstwa sieciowe. W: S. Łobejko (red.), *Przedsiębiorstwa sieciowe i inne formy współpracy sieciowej*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Clark, W.C. (2000). Environmental globalization. W: J.S. Nye, J.D. Donahue (eds.), *Governance in a globalizing world*, Brookings Institution Press, Washington.
- Drucker, P.F. (1985). From capitalism to knowledge society. W: D. Neef (ed.), *The Knowledge Economy*, Butterworth, Woburn.
- Drucker, P. (1992). *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior*, FortWorth, 8th edition, T.X. Dryden Press.
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*, Penguin Books, New York.
- Garbarski, L. (2011). *Zachowania nabywców*, PWE, Warszawa.

- Griffin, R.W. (1996). *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gutkowska, K. (2011). Innowacyjność konsumentów wobec produktów żywnościowych jako warunek rozwoju rynku żywności, *Konsumpcja i Rozwój*, 1.
- Hajduk, M.T., Zalega, T. (2013). Zachowania prosumpcyjne polskich konsumentów na rynku produktów żywnościowych, *Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie*, 2(17).
- Halicki, P. (2007). *Niesforna komunikacja*, www.swiatmarketingu.pl.
- Hines, A. (2009). Consumer trends in three different worlds, *The Futurist*, July–August.
- Homo eroticus* (2013). Wywiad E. Benedyka z M. Maffesolim, *Polityka*, 10–16.04.2013.
- Im, S., Bayus, B., Mason, Ch.H. (2003). An empirical study of innate consumer innovativeness, personal characteristics and new-product adoption behavior, *Journal of Academy of Marketing Science*, 31/1.
- Jung, B. (1997). Kapitalizm postmodernistyczny, *Ekonomista*, 5–6.
- Knee, C. (2002). Learning from experience: five challenges for retailers, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 11.
- Kopaliński, W. (2002). *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kotler, P. (2012). *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Warszawa.
- Lipovetksy, G. (2006). *Le bonheur paradoxal. Essai sur la socie'te' d'hyperconsummation, e'ditions*, Gallimard.
- Makarski, S. (2013). Kompetencje konsumentów wyznacznikiem poziomu ich innowacyjności, *Handel Wewnętrzny – Konsumpcja w innowacyjnej gospodarce*, styczeń–luty.
- Mano, H., Elliott, M.T. (1997). Smart Shopping: The Origins and Consequences of Price Saving, *Advances in Consumer Research*, 24.
- Mróz, B. (2013). *Konsument w globalnej gospodarce. Trzy perspektywy*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Norris, P. (2000). Global governance and cosmopolitan citizens. W: J.S. Nye, J.D. Donahue (eds.), *Governance in a globalizing world*, Brookings Institution Press, Washington.
- Penn, M.J., Kinney Zalesne, E. (2009). *Mikrotrendy. Małe siły, które niosą wielkie zmiany*, MT Biznes, Warszawa.
- Prahalad, C.K., Krishnan, M.S. (2010). *Nowa Era innowacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. (1994). *Consumer Behavior*, Pearson Prentice Hall, Englewood Cliffs, New York.
- Schumpeter, J. (1960). *Teoria wzrostu gospodarczego*, PWN, Warszawa.
- Słownik współczesny języka polskiego* (1998). Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Smith, T. (2009). The social media revolution, *International Journal of Market Research*, 51(4).
- Szczepański, J. (1977). *Badania nad wzorcami konsumpcji*, Ossolineum, Wrocław.
- Tapscott, D. (2010). *Cyfrowa dorosłość. Jak pokolenie sieci zmienia nasz świat*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Oslo Manual (2005). *The Measurement of Scientific and Technological Activities*, Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data, Third edition.
- Toffler, A. (2006). *Trzecia fala*, Wydawnictwo Kurpisz, Poznań.
- Wardak, P., Zalega, T. (2013). Konsumpcja kolaboratywna jako nowy trend konsumencki, *Studia i Materiały*, 1(16), Wydawnictwo Wydziału Zarządzania UW, Warszawa.
- Zalega, T. (2012). *Konsumpcja. Determinanty, teorie i modele*, PWE, Warszawa.

- Zalega, T. (2013a). Nowe trendy w zachowaniach konsumpcyjnych miejskich gospodarstw domowych w okresie kryzysu, *Marketing i Rynek*, 2.
- Zalega, T. (2013b). Smart shopping – nowy trend konsumencki, *Handel Wewnętrzny*, 6(347).
- Zalega, T. (2013c). Internet a media społecznościowe i wirtualizacja zachowań miejskich gospodarstw domowych w Polsce, *Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie*, 2(17).
www.fed.home.pl/teg/images/m1_swiadoma_konsumpcja_fin.pdf
http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86196.asp?soid=B99FA4D5106242D08CE07FC8D77DF-C5E.

Nowoczesne usługi na Mazowszu

Streszczenie

Opracowanie prezentuje rozwój sektora nowoczesnych usług na Mazowszu. Omówiono obszary działania w tym sektorze, jego specyfikę oraz ścisły związek z rozwojem technik informatycznych i działalnością innowacyjną. Analiza sytuacji społeczno-gospodarczej Mazowsza w zakresie zmian demograficznych, wartości PKB, wielkości zatrudnienia w poszczególnych sektorach gospodarki, nakładów na inwestycje i kwalifikacji osób aktywnych zawodowo wyróżnia Mazowsze na tle kraju. Wzrost roli sektora usług nowoczesnych w kraju i na Mazowszu przedstawiono na podstawie analizy liczby działających przedsiębiorstw oraz centrów usług biznesowych, których usługi są wciąż rozszerzane i coraz bardziej zaawansowane, a także stają się źródłem innowacyjności w organizacjach odbiorców tych usług. Dalszy rozwój sektora usług nowoczesnych wymaga wsparcia finansowego i zachęt wspierających inwestycje w tym sektorze jak SSE, dotacje rządowe, dofinansowanie działalności badawczo- rozwojowej. Przybliżono wpływ działalności badawczo-rozwojowej na rozwój innowacyjności Mazowsza i wskazano pozytywne następstwa rozwoju sektora usług nowoczesnych.

1. Wprowadzenie

Usługi nowoczesne zostały wyodrębnione jako sektor gospodarczy w połowie lat 90. XX wieku i są one jednym z najmłodszych sektorów gospodarki, obok przemysłów kreatywnych. Rozwój usług nowoczesnych jest ściśle powiązany z upowszechnianiem się Internetu oraz technologii informatycznych, co spowodowało ich świadczenie na odległość. Sektor usług nowoczesnych rozwija się zarówno w krajach rozwijających się, jak i w krajach rozwiniętych, co wynika z faktu, że usługi są najczęściej wystandaryzowane, innymi słowy dotyczą one powtarzalnych weryfikowalnych procedur, z drugiej strony niektóre usługi mogą być nietypowe, świadczone zgodnie z potrze-

bami określonego odbiorcy („szyte na miarę”). Tego typu usługi wymagają bezpośredniego kontaktu z odbiorcą i najczęściej są to usługi lokalne.

Odbiorcami usług nowoczesnych są przedsiębiorstwa, które rezygnują z samodzielnej realizacji niektórych działań, np. w zakresie obsługi reklamacji, prowadzenia księgowości, usług informatycznych czy marketingu i zlecają tego typu zadania innej firmie działającej w tym samym kraju (outsourcing) lub w innym kraju (offshoring).

Wśród motywów, którymi kierują się firmy zlecające realizację swoich wybranych działań innym firmom wymienia się chęć obniżenia kosztów działania (zleceniobiorca zewnętrzny może świadczyć usługi taniej ze względu na swoją wielkość i specjalizację niż firma dla której tego typu działania miałyby znaczenie drugoplanowe), uzyskanie przewagi komparatywnej (firma może skoncentrować się na swoim głównym obszarze działania i dzięki temu poprawić swoją szeroko rozumianą efektywność funkcjonowania), a także pozwala na uzyskanie dostępu do rzadkich zasobów i umiejętności.

Rynek usług nowoczesnych charakteryzuje się tym, że w jego obszarze nie występują bariery wymiany międzynarodowej, a także znaczące efekty skali, a niskie wymagania kapitałowe sprawiają, że na tym rynku mamy do czynienia z dużą liczbą konkurujących firm o różnicowanej wielkości i żadna z nich nie posiada pozycji dominującej.

Obszar działań w zakresie nowoczesnych usług obejmuje:

- a) **usługi wspólne** – sprzątanie, ochrona, zaopatrzenie firm,
- b) **usługi związane z obsługą klienta** – obsługa reklamacji, świadczenie pomocy technicznej,
- c) **usługi finansowe** – usługi bankowe, ubezpieczenia, usługi księgowe, audyt zewnętrzny, doradztwo podatkowe i inwestycyjne, consulting,
- d) **usługi informatyczne** – tworzenie i dystrybucja oprogramowania, administrowanie siecią, tworzenie stron www, serwisowanie sprzętu komputerowego,
- e) **reklama, marketing, public relations** – projektowanie i realizacja kampanii reklamowych, organizacja udziału w targach i imprezach branżowych, doradztwo wizerunkowe,
- f) **zarządzanie zasobami ludzkimi** – pośrednictwo w rekrutacji pracowników, zarządzanie sprawami kadrowymi, doradztwo personalne,
- g) **badania i rozwój** – prowadzenie badań klinicznych, prac badawczo-rozwojowych i wdrożeniowych, wykonywanie ekspertyz technicznych itp. (Kamińska, Smyk, 2013: 66).

Przedstawione powyżej kategorie i rodzaje nowoczesnych usług wskazują na ich silny związek z działalnością innowacyjną przedsiębiorstw i technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi (w skrócie ICT).

Działalność innowacyjna obejmuje całokształt działań naukowych, organizacyjnych, technicznych, finansowych i komercyjnych, które prowadzą lub mają prowadzić do wdrożenia innowacji: produktowych, procesowych, organizacyjnych, marketingowych.

W latach 2010–2012 aktywność innowacyjną wykazało 17,7% przedsiębiorstw przemysłowych oraz 13,3% przedsiębiorstw z sektora usług (wobec 16,9% i 12,3% w latach 2009–2011), a nowe lub istotnie ulepszone innowacje produktowe lub procesowe wprowadziło 16,5% przedsiębiorstw przemysłowych i 12,4% przedsiębiorstw w sektorze usług (*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012*, 2013).

Pod pojęciem technologii informacyjnych i komunikacyjnych kryje się rodzina technologii przetwarzających, gromadzących i przesyłających informacje w formie elektronicznej (Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2009–2012, GUS Szczecin, Warszawa 2013, s. 15).

Rozwój współczesnych przedsiębiorstw jest obecnie nierozzerwalnie związany z wykorzystaniem technologii informacyjnych. W swojej działalności firmy powszechnie stosują komputery, a Internet pozwala na współpracę międzynarodową specjalistów, dzięki czemu jako narzędzie biznesowe służy firmom do realizacji kupna i sprzedaży, wymiany informacji, rozliczeń finansowych, promocji, poszukiwaniu dostawców, doradztwa inwestycyjnego, a zatem do budowy przewagi konkurencyjnej i zwiększania efektywności. Technologie teleinformatyczne pozwalają na szybkie zdobycie informacji i wiedzy, co często decyduje o sukcesie firmy na rynku. Przedsiębiorstwa w dążeniu do sukcesu na rynku niejednokrotnie są zmuszone do inwestowania w nowoczesny sprzęt i nie zawsze są to firmy związane z produkcją i przetwarzaniem, ale również firmy usługowe, które szukają możliwości rozszerzenia kontaktów gospodarczych, przeprowadzania transakcji i zdobywania wiedzy o rynkach na całym świecie.

Działalność innowacyjna oraz technologie informacyjne i komunikacyjne są ściśle związane z paradygmatem rozwoju. Szybkie dopasowywanie się do dynamicznie zmieniających się potrzeb rynku, a także konieczność coraz szybszego wprowadzania nowych produktów powodują, że przedsiębiorcy muszą być innowacyjni. Umocnienie pozycji firmy na rynku wymaga wprowadzania nowych i ulepszonych produktów, co powoduje, że firmy koncentrują się na działaniach związanych z produkcją i w celu obniżenia kosztów coraz częściej przenoszą produkcję do krajów mniej zamożnych, a także rezygnują z realizacji niektórych działań, ale nie decydują się na przeniesienie do tych krajów swoich centrów badawczo-rozwojowych. Skłania to kraje i regiony

Europy do zintensyfikowania prac nad pobudzeniem rodzimej innowacyjności w celu znalezienia nisz, w których mogłyby konkurować poprzez innowacje, a także poprzez rozwój nowoczesnych usług.

2. Sytuacja społeczno-gospodarcza Mazowsza

Województwo mazowieckie jest najbardziej zaludnionym województwem w kraju, w 2012 roku mieszkało w nim 5301,8 tys. osób, co stanowiło 13,8% ludności Polski, przy czym 54% populacji mieszka na terenie aglomeracji warszawskiej. Średnia gęstość zaludnienia wynosiła 149 osób na km², a w Polsce 123 osoby na km² (*Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego*, 2013: 27).

Mazowsze wyróżnia się w porównaniu do pozostałych regionów kraju nie tylko dużą populacją ludności, ale także tendencjami demograficznymi takimi jak, wzrost populacji ludności w tempie 0,3% rocznie i dodatnim saldem migracji mieszkańców innych regionów, szczególnie osób młodych.

Mimo tak znaczącego napływu ludności w wieku produkcyjnym, Mazowsze ma wysoki wskaźnik obciążenia demograficznego, gdyż na 100 osób w wieku produkcyjnym przypada 57,2 osoby w wieku poprodukcyjnym. Zgodnie z prognozami GUS proces starzenia ludności będzie się utrzymywał co najmniej do 2035 roku, chociaż populacja regionu nie będzie się kurczyła, podobne tendencje wystąpią w kraju.

Województwo mazowieckie jest najlepiej rozwiniętym regionem kraju. Wartość Produktu Krajowego Brutto (PKB) na Mazowszu stanowiła w 2012 roku 22,4% wartości krajowej. Poziom PKB na jednego mieszkańca województwa mazowieckiego osiągnął kwotę 64790 zł, tj. 163,3% przeciętnej krajowej (*Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego*, GUS 2013 r., s. 31). Dynamika wzrostu gospodarczego Mazowsza w latach 2000–2012 wynosiła przeciętnie 4,7%, podczas gdy w kraju w analogicznym okresie była ona niższa o 0,8%, co wskazuje, że województwo Mazowieckie oddala się pod względem zamożności od innych regionów kraju. Jednak należy pamiętać, że Mazowsze charakteryzuje duże zróżnicowanie poziomu rozwoju i potencjału gospodarczego oraz warunków życia.

Polska w wyniku transformacji gospodarki aspiruje do grona państw rozwiniętych poprzez szybszy wzrost rozwoju usług kosztem rolnictwa i w mniejszym stopniu przemysłu. Zachodzące zmiany w gospodarce związane ze znaczeniem poszczególnych sektorów gospodarczych można zobrazować

poprzez liczbę zatrudnionych w nich osób. W 2012 roku w rolnictwie, leśnictwie i rybactwie pracowało 13,2% zatrudnionych (w 2005 roku – 15,5%), w przemyśle i budownictwie – 19,5% zatrudnionych (w 2005 roku – 20,9%), a w usługach – 67,3% zatrudnionych (w 2005 roku – 63,6%) (*Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego*, 2013: 34).

W 2011 roku, w sektorze usług powstało 75% PKB w kraju i 64% na Mazowszu (Kamińska, Smyk, 2013: 8). Na Mazowszu dynamicznie rozwijają się usługi finansowe, obsługa nieruchomości i firm oraz usługi publiczne świadczone przez szkoły, szpitale i administrację publiczną, a nieco mniejszą rolę odgrywają usługi związane z działalnością handlową, hotelarską i gastronomiczną, co wynika z faktu, że województwo Mazowieckie nie należy do regionów o wysokim ruchu turystycznym.

Mazowsze jest najmniej uprzemysłowionym regionem kraju, gdzie udział przemysłu w wytwarzaniu wartości dodanej wynosi niespełna 22% i można zaobserwować, że udział przemysłu z upływem lat maleje.

Ważnym czynnikiem wzrostu gospodarczego jest kapitał ludzki oraz kapitał fizyczny na który składają się infrastruktura publiczna i inwestycje przedsiębiorstw. Infrastruktura publiczna determinuje prowadzenie działalności gospodarczej, ale również jest istotnym elementem dobrobytu społecznego. Natomiast inwestycje przedsiębiorstw bezpośrednio przekładają się i wywierają wpływ na możliwości produkcyjne przemysłu oraz na jakość usług świadczonych przez przedsiębiorstwa usługowe. Należy jednak dodać, że kapitał fizyczny to również wartości niematerialne i prawne, np. oprogramowanie komputerowe, patenty.

Źródłem wzrostu gospodarczego jest akumulacja kapitału, która wpływa na wzrost produktywności pracy i jednocześnie na wzrost wynagrodzeń. Podstawowym źródłem kapitału są inwestycje, finansowane przez przedsiębiorstwa ze środków własnych lub kredytu.

W 2011 roku nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw na Mazowszu stanowiły około 30% inwestycji przedsiębiorstw w całym kraju, a ich struktura różniła się od pozostałych regionów kraju, co wynika z różnic w strukturze sektorowej gospodarki. W 2012 roku nakłady inwestycyjne (ceny bieżące) stanowiły na Mazowszu 19,6% nakładów inwestycyjnych w kraju. W województwie Mazowieckim najwięcej inwestuje się w przemyśle, obsłudze rynku nieruchomości oraz informacji i komunikacji (Tabela 1). Działalność przedsiębiorców na Mazowszu odpowiada za 67% krajowych inwestycji w sektorze informacji i komunikacji.

Tabela 1

Inwestycje przedsiębiorstw według sektorów gospodarczych (w 2011 r.)

Wyszczególnienie	Województwo Mazowieckie	Polska
Przemysł	22%	37%
Obsługa rynku nieruchomości	16%	19%
Informacja i komunikacja	16%	6%
Handel, mechanika pojazdowa	13%	13%
Pozostałe sektory	34%	26%

Źródło: Kamińska, Smyk, (2013: 10).

Działalność inwestycyjna przedsiębiorców na Mazowszu wykazuje dysproporcje w ich wysokości pomiędzy stolicą a pozostałymi obszarami regionu, w 2011 roku przedsiębiorstwa działające w Warszawie zrealizowały inwestycje o wartości 11798 zł w przeliczeniu na jednego mieszkańca, a w pozostałej części województwa wartość ta wynosiła około 3 tys. zł.

Bezpośrednie inwestycje zagraniczne, oprócz inwestycji krajowych, są również ważnym źródłem akumulacji kapitału, gdyż umożliwiają modernizację gospodarki oraz przyczyniają się do wzrostu gospodarczego poprzez transfer nowych technologii oraz innowacji produktowych i organizacyjnych.

W województwie mazowieckim w 2009 roku zainwestowany kapitał zagraniczny stanowił prawie połowę wszystkich bezpośrednich inwestycji zagranicznych zrealizowanych w kraju. Jednak w dalszym ciągu istnieje potrzeba podnoszenia atrakcyjności inwestycyjnej regionu w obszarach oddalonych od aglomeracji warszawskiej.

Wśród czynników, które mają istotny wpływ na lokalizację inwestycji na Mazowszu można wymienić: centralne położenie regionu, zasoby pracy, chłonność instytucjonalnego rynku, infrastrukturę, począwszy od standardu powierzchni biurowych, poprzez telekomunikację, komunikację, po usługi dla biznesu.

Mazowsze wyróżnia się pozytywnie na tle kraju, aktywnością zawodową, gdyż osoby w wieku produkcyjnym stanowią 67% mieszkańców województwa, a wśród tych osób prawie 70% jest aktywna zawodowo. Osoby pracujące na Mazowszu stanowiły w 2012 roku 16,4% osób pracujących w kraju, a stopa bezrobocia rejestrowanego wynosiła 10,7% i była o 2,7% niższa niż w kraju (*Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego*, 2013: 27). Ana-

liza zasobów mazowieckiego rynku pracy w 2011 r. wśród osób powyżej 24 roku życia wykazuje, że 80% osób w tej grupie posiadało wykształcenie wyższe, 62% policealne i zawodowe, 52% średnie ogólnokształcące, 61% zasadnicze zawodowe, a 22% gimnazjalne lub niższe. Osoby aktywne zawodowo na terenie województwa mazowieckiego posiadają wysokie kwalifikacje, co przekłada się na osiągnięte wynagrodzenia oraz prawdopodobieństwo posiadania pracy.

Analiza głównych sekcji gospodarki, w których pracowali mieszkańcy Mazowsza od roku 2004 do chwili obecnej, pozwala zauważyć, że w porównaniu ze średnią krajową mniej osób pracuje w sektorze przemysłowym i rolnictwie, a znacznie więcej w sektorze usług rynkowych. Jednocześnie udział usług rynkowych, a szczególnie nowoczesnych usług wzrasta, zwłaszcza w Warszawie. Aglomeracja warszawska wyróżnia się na tle kraju wysokim udziałem zatrudnienia w obszarze usług rynkowych z zakresu informatyki, finansów, prawa, komunikacji oraz w dziedzinach związanych z przemysłem medialnym, i w telekomunikacji. Rozwój tych usług jest w znacznym stopniu zdeterminowany kapitałem ludzkim, gdyż nowoczesne usługi rozwijają się tam, gdzie dostępni są odpowiednio wykształceni pracownicy.

3. Rola nowoczesnych usług w gospodarce

W 2013 roku działało w Polsce ponad 4 mln przedsiębiorstw, w tym na Mazowszu 724997, co stanowiło 17,8% ogółu działających podmiotów w gospodarce. Analiza zmian liczby działających podmiotów pozwala zauważyć, że w kraju ich liczba zmalała w 2013 roku, podczas gdy na Mazowszu nastąpił ich niewielki wzrost (Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, 2013 r., GUS, Warszawa 2014 r., s. 60–66).

W 2013 r. liczba przedsiębiorstwa zatrudniających do 9 osób wzrosła o 2,5% w stosunku do 2012 r. w Polsce, a na Mazowszu o 3,8%, w pozostałych przedziałach zatrudnienia ich liczba w kraju zmniejszyła się od 0,7% (liczba zatrudnionych 10–49) do 1,9% (liczba zatrudnionych 1000 i więcej). Na Mazowszu nastąpił spadek liczby przedsiębiorstw o 1,2% w przedsiębiorstwach zatrudniających 250–999 osób, w przedsiębiorstwach zatrudniających 1000 i więcej osób liczba ta nie uległa zmianie, a w pozostałych wielkościach zatrudnienia zanotowano wzrost o 0,4%.

Tabela 2

Podmioty gospodarki narodowej według przewidywanej liczby pracujących w 2013 r.

Podmioty według liczby zatrudnionych	Razem	0-9	10-49	50-249	250-999	1000 i więcej
POLSKA	4070259	3890686	145425	29637	3736	775
MAZOWSZE	724997	694161	24715	5039	827	255

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON (2013: 60–66).

W czerwcu 2012 r. w Polsce działało 9,5 tys. przedsiębiorstw działających w sektorze usług nowoczesnych, z czego 2467 na Mazowszu, co lokuje ten region na pierwszym miejscu w kraju – 26% firm tego sektora prowadziło działalność na Mazowszu, drugie miejsce w skali kraju zajęło województwo śląskie – 1366 przedsiębiorstw sektora usług nowoczesnych działało w tym regionie. Udział 7%–10% ogółu przedsiębiorstw sektora nowoczesnych usług zanotowały województwa: wielkopolskie, małopolskie, dolnośląskie i pomorskie (*Analiza potencjału rozwojowego funkcji metropolitalnych obszarów aglomeracji miejskich województwa śląskiego, będących ośrodkami wzrostu gospodarczego województwa śląskiego w kontekście procesów zachodzących na regionalnym rynku pracy–sektor usług nowoczesnych. Raport końcowy, 2012: 30*).

Przeciętnie w Polsce na 1 mln mieszkańców przypada 248 przedsiębiorstw sektora nowoczesnych usług, w województwie mazowieckim jest to 471 przedsiębiorstw, w województwie śląskim 295, pomorskim – 279 i wielkopolskim – 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–sektor usług nowoczesnych. Raport końcowy, 2012: 30*).

Analiza poszczególnych kategorii sektora nowoczesnych usług pozwala zauważyć, że do najliczniejszych należą przedsiębiorstwa świadczące usługi wspólne (sprzątanie, ochrona i obsługa administracyjna obiektów biurowych i przemysłowych), usługi finansowe, usługi badawczo-rozwojowe, usługi związane z zarządzaniem zasobami ludzkimi (HR), natomiast zdecydowanie mniejszy jest udział usług związanych reklamą i marketingiem oraz z obsługą klienta. Zestawienie liczby przedsiębiorstw sektora nowoczesnych usług wg profilu działalności w Polsce i na Mazowszu w 2012 roku pozwala zauważyć, że na Mazowszu działa większość przedsiębiorstw tego sektora.

Tabela 3**Liczba przedsiębiorstw sektora nowoczesnych usług w 2012 r. w Polsce i na Mazowszu**

Grupa usług	Liczba przedsiębiorstw Polska	Liczba przedsiębiorstw Mazowsze
Usługi wspólne	2744	612
Usługi finansowe	2678	730
Usługi B + R	2117	540
Usługi informatyczne	1257	403
Usługi HR	511	95
Reklama i marketing	101	57
Obsługa klienta	82	30

Źródło: opracowanie na podstawie: Analiza potencjału rozwojowego funkcji metropolitalnych obszarów aglomeracji miejskich województwa śląskiego, będących ośrodkami wzrostu gospodarczego województwa śląskiego w kontekście procesów zachodzących na regionalnym rynku pracy- sektor usług nowoczesnych. *Raport końcowy* (2012: 31).

Zestawienie liczby przedsiębiorstw sektora nowoczesnych usług w tabeli 3 dowodzi, że do najważniejszych branż w tym sektorze należą usługi wspólne i finansowe, ale jeżeli bierzemy pod uwagę liczbę zatrudnionych pracowników, to w usługach wspólnych zatrudnienie jest większe niż w usługach finansowych, co wynika ze specyfiki tych usług.

Sektor usług nowoczesnych charakteryzuje się dużym zróżnicowaniem wielkości działających firm, od bardzo małych, działających na lokalną skalę jednoosobowych przedsiębiorstw świadczących usługi księgowe lub sprzątnia budynków, do przedsiębiorstw dużych działających jako centa świadczące usługi finansowe, czy informatyczne dla odbiorców z całego świata.

Ze względu na niskie koszty pracy i dostępność wykwalifikowanych pracowników najwięcej centrów usług nowoczesnych o zasięgu światowym działa w Indiach i Chinach. Proces rozszerzania się Unii Europejskiej spowodował, że w Europie Środkowej i Wschodniej również można zaobserwować wzrost liczby centrów nowoczesnych usług dla biznesu.

W Polsce do 2005 roku powstało 96 centrów usług z kapitałem zagranicznym, a w 2005 roku funkcjonowało ponad 100 centrów, w 2007 roku ponad 200, a w 2010 roku ponad 300, podczas gdy rok 2012 pozwolił na osiągnięcie liczby ponad 400 tego rodzaju podmiotów. Rekordowym pod względem liczby nowo utworzonych centrów usług z kapitałem zagranicznym był rok 2012, powstało w tym roku łącznie 56 centrów, najwięcej w Krakowie – 11. Ponad 60% utworzonych centów usług w 2012 roku, to inwestycje nowych podmiotów wchodzących na polski rynek usług biznesowych, które dotych-

czas nie działały na terenie naszego kraju. W 2013 roku na terenie kraju działało ponad 450 centrów usług biznesowych z zagranicznym kapitałem, które zatrudniają ponad 115 000 specjalistów, a liczba ta wciąż rośnie. Tylko od ostatniego raportu z czerwca 2013 roku opublikowanego przez Związek Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) liczba zatrudnionych w centrach usług biznesowych wzrosła o 10 tys. osób (o 9%), a w stosunku do danych z początku 2013 r. o 20% (Górecki, Jasińska, Polkowiak, Karpiesiuk, 2013: 16–17).

Kraków należy do głównych ośrodków usług biznesowych w Polsce – 32% zatrudnienia w kraju, drugie miejsce zajmuje Warszawa – 17% zatrudnienia w kraju, duże znaczenie ma również Wrocław oraz Łódź, Aglomeracja Katowicka, Trójmiasto i Poznań. W 2011 roku w Warszawie działało 30 centrów świadczących usługi biznesowe, 14 centrów świadczących usługi wspólne i 13 centrów świadczących usługi badawczo-rozwojowe (*Mazowsze 2020. Rzecz o rozwoju regionu*, 2012: 71).

Pozycja Polski, jako jednego z liderów na mapie lokalizacji pod inwestycje nowoczesnych usług jest obecnie faktem, a jego źródłem jest wszechstronność obsługiwanych procesów i ciągła ewolucja w stronę coraz bardziej zaawansowanych usług. Można w tym miejscu wymienić wyzwanie dla polskich centrow świadczących usługi IT, jakimi były projekty polegające na przejęciu odpowiedzialności za tworzenie oprogramowania (zwłaszcza wbudowanego) od dużych koncernów zagranicznych, głównie w przemyśle samochodowym i usługach telekomunikacyjnych, w zakresie usług finansowych był duży projekt związany z monitoringiem przeciwdziałania praniu pieniędzy, centra działające w Polsce obsługują operacje powiernicze od usług w zakresie wyceny aktywów funduszy inwestycyjnych, papierów wartościowych i giełdowych instrumentów pochodnych, poprzez wyjaśnianie niezgodności pomiędzy księgami rachunkowymi funduszy a zapisami w księgach rejestrowych depozytariusza.

Innym z zaawansowanych procesów w zakresie szeroko rozumianych usług finansowych, to projekty w zakresie modelowania działów wspierających, standaryzacji procesów księgowych, wprowadzania technologii i systemów zwiększających jakość i wydajność pracy, szeroko rozumiane doradztwo w zakresie przenoszenia biznesu. Są, to również innowacyjne usługi analizy danych, usługi na rzecz zewnętrznych konsultantów i ekspertów (Górecki i in., 2013: 24–31).

Przedstawiciele Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL) zwracają szczególną uwagę na to, że atutami polskich centrów nowoczesnych usług jest to, że stają się źródłem innowacyjności w organizacjach odbiorców,

a także szeroki zakres świadczonych usług. Dodatkowym atutem polskich centrów usług biznesowych jest również kompleksowość ich działalności, gdyż duża ich część świadczy usługi w zakresie co najmniej dwóch usług biznesowych, np. finansów i księgowości oraz usług IT.

Czynnikiem o strategicznym znaczeniu dla rozwoju usług biznesowych są wysoko kwalifikowane kadry. Dynamiczny rozwój tych usług w kraju wskazuje, że polscy specjaliści potrafią świadczyć zaawansowane usługi finansowe i informatyczne. Polscy specjaliści łączą wiedzę praktyczną z obszaru swojej specjalizacji z zasadami działania międzynarodowych organizacji. Z drugiej strony rośnie świadomość znaczenia sektora usług nowoczesnych wśród studentów i absolwentów, a także osób odpowiedzialnych za programy nauczania na uczelniach, co sprawia, że centa usług biznesowych mają do czynienia z coraz lepiej przygotowanymi do pracy kandydatami.

W ciągu ostatnich kilku lat sektor usług biznesowych urósł do najważniejszych gałęzi naszej gospodarki, obecnie pracuje w nim więcej osób niż w górnictwie, co więcej, sektor ten staje się niepowtarzalną szansą dla kraju w zakresie przyciągania wiedzy i innowacji, a także jest źródłem korzyści dla regionów (Stefaniak, <http>).

3.1. Wsparcie sektora usług nowoczesnych

Dynamiczny rozwój sektora usług nowoczesnych nie oznacza, że nie należy tworzyć korzystnych warunków dla ich funkcjonowania. Wsparcie sektora usług nowoczesnych, w którym obserwuje się dominację mechanizmów rynkowych powoduje, że możliwości interwencji są w tym przypadku znacznie ograniczone. Tym niemniej, do ważnych działań w tym sektorze należy zachęcanie dużych firm do lokowania na terenie kraju ich działalności usługowej, stosowanie zachęt do rozszerzania ich działalności poprzez ich wsparcie finansowe w zdobywaniu certyfikatów jakości świadczonych usług, a także podjęcie działań do prowadzenia takiej polityki edukacyjnej, żeby na rynku pracy była dostateczna liczba osób posiadających odpowiednie kwalifikacje do pracy w tym sektorze.

Większość wszystkich centów usług biznesowych z kapitałem zagranicznym działa w siedmiu głównych ośrodkach kraju (Kraków, Warszawa, Wrocław, Trójmiasto, Łódź, Aglomeracja Katowicka i Poznań), o lokalizacji inwestycyjnej decydowała podaż wykwalifikowanych kadr, a także infrastruktura, w tym dostępność nowoczesnych powierzchni biurowych.

Obecnie Polska dysponuje ponad 6,7 miliona kwadratowych powierzchni biurowych, a w budowie jest dalsze 1,1 miliona kwadratowych powierzch-

ni, które spełniają konkretne wymagania firm z sektora usług finansowych w zakresie elastyczności, w zakresie aranżacji przestrzeni, bezpieczeństwa oraz efektywności, co stanowi poważny fundament dla rozwoju usług nowoczesnych dla biznesu (www.gazeta.pl).

Stosowanie zachęt inwestycyjnych dla sektora usług nowoczesnych obok tradycyjnych instrumentów wsparcia inwestycji, takich jak ulgi podatkowe w Specjalnych Strefach Ekonomicznych (SSE), np. doprecyzowanie zasad zwolnienia z podatku CIT lub zwolnienie z tego podatku, może być istotną zachętą do budowania obiektów biurowych w SSE. Dotychczas nie wszystkie obszary działalności są objęte zwolnieniami w SSE, a dodatkowo w wielu wypadkach, usługi które mogą być zwolnione z podatku VAT jako finansowe, mogą okazać się wyłączone ze zwolnienia z CIT, np. usługi wykonywane na potrzeby podmiotów wykonujących działalność na rynkach finansowych, które mogą być opodatkowane CIT także w SSE.

Kolejną zachętą inwestycyjną dla sektora usług nowoczesnych są **dotacje rządowe**, warunkiem ich uzyskania jest utworzenie minimum 250 nowych miejsc pracy i nakłady inwestycyjne co najmniej 2 mln zł w przypadku Centrów Zaawansowanych Usług Biznesowych, oraz min. 35 nowych miejsc pracy dla pracowników z wyższym wykształceniem i 3 mln zł kosztów kapitałowych dla Centrów Badawczo-Rozwojowych.

W polityce gospodarczej Polski coraz większe znaczenie i coraz większy udział w zachętach inwestycyjnych krajowych, a także finansowanych ze środków UE, ma **dofinansowanie działalności badawczo-rozwojowej**.

W nowej perspektywie finansowej środków europejskich w latach 2014–2020, obszar w zakresie badawczo-rozwojowym będzie praktycznie jedynym, w którym duże firmy, w tym również firmy z sektora usług biznesowych, mogą liczyć na **dofinansowanie ze środków funduszy europejskich**. Natomiast krajowy Program Badań Stosowanych realizowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBiR), ma również wspierać działalność badawczo-rozwojową.

Program Badań Stosowanych pozwala uzyskać dofinansowanie do 65% kosztów projektów badawczo-rozwojowych dla dużych przedsiębiorstw, jednak warunkiem jego otrzymania jest nawiązanie współpracy przedsiębiorcy z jednostką naukową w celu opracowania nowych rozwiązań umożliwiających osiągnięcie z góry zdefiniowanych celów praktycznych (Górecki i in., 2013: 66–70).

Kluczowym elementem działalności badawczo-rozwojowej jest osiągnięcie innowacyjnego efektu o walorach nowości, który umożliwi znaczące

ulepszenie usług dla instytucji finansowych, usług informatycznych, czy usług biznesowych.

Zachodzące na świecie równoległe procesy liberalizacji handlu i szybkiego postępu technologicznego powodują, że Polska powinna podjąć działania mające na celu zbudowanie jej potencjału innowacyjnego w wymiarze technologicznym i produktowym, a także organizacyjnym, procesowym i marketingowym, w tym również w sektorze nowoczesnych usług.

4. Znaczenie działalności badawczo-rozwojowej w zwiększaniu innowacyjności Mazowsza

Zwiększenie innowacyjności gospodarki jest ściśle powiązane z nakładami na działalność badawczo-rozwojową, która jest jednym z obszarów działań w zakresie nowoczesnych usług.

Tabela 4

Jednostki oraz zatrudnieni w działalności badawczej i rozwojowej w latach 2010–2012

Jednostki ogółem	2010	2011	2012
Polska	1769	2220	2733
Mazowsze	439	552	693
Zatrudnieni ogółem	2010	2011	2012
Polska	81843	85219	90716
Mazowsze	27078	26485	27483

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej, GUS, Warszawa 2013, s. 425, Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego, GUS, Warszawa 2013, s. 263.

Na Mazowszu jednostki prowadzące działalność badawczo-rozwojową stanowiły w 2010 roku – 24,8% ogółu działających jednostek w kraju, 24,9% w 2011 roku, a w roku 2012 – 25,4%, a w latach 2010–2012 zatrudnionych w nich było ponad 30% ogółu zatrudnionych w tych jednostkach w Polsce.

Nakłady na działalność badawczo-rozwojową w cenach bieżących na Mazowszu w 2010 roku stanowiły 40,8%, 2011 roku – 40%, a w 2012 roku – 34% ogółu nakładów w kraju (*Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej*, 2013: 427; *Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego*, 2013: 265).

W udzielonych patentach przez Urząd Patentowy RP w 2010 roku 23,5% stanowiły wynalazki z Mazowsza, w 2011 roku – 20,7%, a w 2012 roku – 21%

(*Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej*, 2013: 437; *Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego*, 2013: 270).

Powyższe dane wskazują, że Mazowsze w porównaniu z innymi regionami kraju dominuje w sferze działalności badawczo-rozwojowej, zarówno w obszarze nakładów, liczby instytucji badawczo-rozwojowych oraz liczby zatrudnionych osób, a także w liczbie uzyskanych patentów na zgłoszone wynalazki. Wyrażna dominacja województwa mazowieckiego w sferze działalności badawczo-rozwojowej wynika również z wysokiego poziomu kapitału intelektualnego oraz działalności silnych ośrodków akademickich.

Działalność badawczo-rozwojowa ma bardzo duży wpływ na rozwój gospodarczy Mazowsza: podnosi innowacyjność mazowieckiego sektora usług, zwiększa napływ zagranicznych inwestycji w działalność badawczo-rozwojową regionu, zwiększa zakres prowadzonej działalności innowacyjnej działających podmiotów, sprzyja wysokiej produktywności firm zlokalizowanych na Mazowszu, a także prowadzi do wzrostu przedsiębiorczości i zwiększa atrakcyjność rynku pracy, który sprzyja migracji pracowników z kraju jak i z zagranicy.

Utrzymanie dominacji Mazowsza w sferze działalności badawczo-rozwojowej wymaga:

- nakładów na realizację inwestycji infrastrukturalnych, a zwłaszcza transportowych,
- wzmocnienia konkurencyjności potencjału naukowo-badawczego,
- wspierania finansowego z funduszy UE na rozwój tego sektora, (w tym na modernizację zaplecza naukowo-badawczego), a także
- znacznie szerszej niż dotychczas współpracy z zagranicznymi ośrodkami naukowymi w zakresie prac badawczo-rozwojowych.

Budowa silnej pozycji konkurencyjnej Mazowsza wymaga promowania szerokiego postrzegania innowacji, ale również tworzenia warunków do ich wprowadzania w przedsiębiorstwach, stąd ważne jest, aby dokonać prawidłowej identyfikacji kierunków działalności badawczej. **Wyniki prac naukowo badawczych powinny spełniać oczekiwania rynku i w związku z tym rodzime firmy powinny w większym niż dotychczas stopniu podejmować prace badawcze i rozwojowe samodzielnie, jeśli wysokie koszty ich opracowania i wdrożenia są w stanie ponieść, lub współpracując z wyspecjalizowanymi jednostkami naukowo-badawczymi.** Sukces rynkowy innowacji zależy od powodzenia procesu dyfuzji innowacji, czyli jej skutecznego upowszechnienia, pozytywnego przyjęcia przez uczestników rynku (Klincewicz, 2011: 17).

Zapotrzebowanie na innowacje wymaga zwiększenia zrozumienia ich znaczenia w skutecznym prowadzeniu biznesu i zdobywania przewag konkuren-

cyjnych, a to prowadzi do upowszechnienia w świadomości przedsiębiorców korzyści wynikających z ciągłego wdrażania w działalności rynkowej udoskonalonych produktów, procesów, metod działania oraz wykorzystania nowych technologii.

Zwiększenie powiązań pomiędzy nauką a przedsiębiorstwami powinno w większym niż dotychczas stopniu przekształcać wiedzę powstającą w ośrodkach akademickich, naukowych i badawczych w sukces rynkowy. Osiągnięcie takiego sukcesu będzie możliwe po stworzeniu odpowiedniego otoczenia regulacyjnego, stymulującego nawiązywanie współpracy między ośrodkami naukowo-badawczymi, przedsiębiorstwami i instytucjami finansowymi. Przedsiębiorcy powinni posiadać wiedzę o możliwościach finansowania działalności badawczo-rozwojowej, możliwości współpracy z wyspecjalizowanymi podmiotami prowadzącymi taką działalność czy ośrodkami akademickimi (*Strategia rozwoju kraju 2020*, 2012: 71).

Pozyskiwanie środków na działalność innowacyjną firm, ze szczególnym uwzględnieniem firm z sektora MŚP, stymulowanie współpracy pomiędzy firmami oraz pomiędzy firmami i sferą badawczo-rozwojową wymaga wspierania tego procesu ze strony administracji samorządowej oraz promowania postaw proinnowacyjnych, a dodatkowo działania te powinny być wspomagane poprzez wykorzystanie funduszy strukturalnych i przez tworzenie rynkowych mechanizmów finansowania działalności innowacyjnej na Mazowszu (Buczacki, 2008: 60–61).

W Polsce w latach 2010-2012 aktywność innowacyjną wykazało 13,9% przedsiębiorstw z sektora usług, a nowe lub istotnie ulepszone innowacje produktowe lub procesowe wprowadziło 12,4% przedsiębiorstwa z sektora usług. Wśród innowacji produktowych nowe lub istotnie ulepszone usługi wprowadził o 4,8% przedsiębiorstw z sektora usług oraz 6,6% przedsiębiorstw w sektorze usług wprowadziło nowe metody wspierające procesy w przedsiębiorstwach. W sektorze usług (6,8% przedsiębiorstw), w ramach wprowadzonych innowacji organizacyjnych przeważały nowe metody podziału zadań i uprawnień decyzyjnych, a wśród innowacji marketingowych w sektorze usług – 6,3% przedsiębiorstw były to nowe media i techniki promocji produktów (*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010-2012*, 2013: 2).

Przedsiębiorstwa z sektora usług z nakładów na działalność innowacyjną w latach 2010-2012, 40,1% wszystkich nakładów przeznaczyły na działalność badawczo-rozwojową oraz na inwestycje – 33,8%. Ponadto, poniesione zostały nakłady na zakup oprogramowania, zakup wiedzy ze źródeł zewnętrznych, szkolenia, marketing, **w większości nakłady na działalność innowacyjną**

w sektorze usług finansowane były ze środków własnych – 69,6%, a w 14,1% ze środków budżetowych. W przychodach ze sprzedaży produktów innowacyjnych, produkty nowe lub istotnie ulepszone dla rynku w 2012 roku stanowiły w sektorze usług 43,8%, a w przemyśle – 41,4% (*Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010-2012*, 2013: 3–5).

Polska posiada około 200 tys. profesorów, doktorów habilitowanych i doktorów nauk technicznych oraz rozbudowaną infrastrukturę naukową, co może sprawić, że dzięki odpowiednim działaniom udział „rodzimych” innowacji powinien się z roku na rok zwiększać się, tym bardziej, że według raportu Oxford Economics, choć znaczenie Polski na rynku high-tech jest nadal znaczące, to w dużej mierze wynikało ono z przyjmowania zagranicznej myśli technicznej. W niedalekiej przyszłości Polska utraci atut taniej siły roboczej i coraz trudniejsze będzie przyciągnięcie inwestycji zagranicznych, stąd już obecnie należy podjąć działania, które spowodują, że Polska będzie wytwarzać coraz więcej, własnych, wykreowanych od początku do końca u siebie technologii (Kowalczyk, 2014).

Polskie firmy nie mają obecnie wyboru, gdyż w czasach rosnącej konkurencji zmuszone są do poszukiwania innowacji. Czasy, w których nienasycony popyt wewnętrzny i niskie koszty pracy pozwalały osiągnąć sukces w biznesie odchodzą do przeszłości. Obecnie sukces na rynku wewnętrznym, czy na rykach zagranicznych, wymaga ciągłych innowacji produktowych, które będą powstawały dzięki inwestycjom umożliwiającym ich komercjalizację. Stąd też program „Innowacyjna Gospodarka” został zastąpiony przez program „**Inteligentny Rozwój**”, który to program ma zdynamizować współpracę biznesu i nauki, a przez to ma on budować nowoczesną przedsiębiorczość (Kowalczyk, 2014).

Rozwój branż opartych na wiedzy i nowych technologiach oraz usług nowoczesnych na Mazowszu wymaga stworzenia silnego ośrodka naukowego, który zajmowałby się pracami nad nowymi technologiami oraz ich komercjalizacją we współpracy z firmami. W Warszawie działają liczące się uczelnie i instytuty badawcze, jak np. CEZAMAT Politechniki Warszawskiej, Centrum Nowych Technologii Uniwersytetu Warszawskiego, które podejmują prace nad nowymi technologiami i innowacjami oraz ich transferowaniu do gospodarki. Działania te niewątpliwie przyczynią się do wzrostu postępu technicznego i większej konkurencyjności gospodarki, w tym również i Mazowsza, ale również zamiast importować postęp technologiczny z zewnątrz będzie można się do niego przyczynić w większy niż dotychczas zakresie.

5. Zakończenie

Obszar działań związanych z nowoczesnymi usługami wskazuje na ich silne powiązanie z innymi sektorami w gospodarce. Sektor usług nowoczesnych przyczynia się do wzrostu produktywności gospodarki, gdyż poprzez wynajęcie zewnętrznych firm do przeprowadzenia procesu rekrutacji pracowników, prowadzenia księgowości, konserwacji infrastruktury komputerowej, doradztwa biznesowego, itp. jest dla firm niejednokrotnie tańsze niż ich realizacja we własnym zakresie, co pozwala obniżyć koszty i skoncentrować się na ich podstawowej działalności.

Zachodzące na Mazowszu zmiany struktury gospodarczej polegające na zmniejszeniu roli tradycyjnych gałęzi przemysłu i rolnictwa i zwiększeniu znaczenia sektora nowoczesnych technologii i szeroko rozumianych usług, w tym usług nowoczesnych przekłada się na rynek pracy. Zmiany te przyczyniają się do wzrostu popytu na pracę o wysokich kwalifikacjach, a także na pracowników wykonujących zawody specjalistyczne związane z nowoczesnym przemysłem. Zachodzące przemiany w gospodarce powinny być uwzględniane w polityce edukacyjnej kraju.

Rozwój sektora usług nowoczesnych w znacznym stopniu przyczynia się do realokacji miejsc pracy z przedsiębiorstw, które realizowały te usługi we własnym zakresie do sektora usług nowoczesnych, ale również tworzone w tym sektorze miejsca pracy, pozwalają zatrudniać pracowników odchodzących z tradycyjnych gałęzi przemysłu.

Pozytywnym następstwem rozwoju sektora usług nowoczesnych, jest stymulacja innowacyjności i wzrost znaczenia działalności badawczo-rozwojowej. Powstawanie innowacyjnych technologii sprzyja modernizacji przemysłu, wzrostowi zatrudnienia i prowadzi do zwiększenia efektywności produkcji w wielu sektorach gospodarki. Jednak należy pamiętać, że wzrost popytu na nowe dobra, które można za pomocą innowacji wyprodukować, powinien być zgłaszany przez przedsiębiorstwa i konsumentów w kraju, ale również popyt na te dobra zależy od popytu zewnętrznego, stąd ważna jest promocja nowych produktów zagranicą.

W „Analizie atrakcyjności inwestycyjnej województw i podregionów Polski 2013” (Nowicki, 2013: 28) wymieniono dla podregionu warszawskiego wśród mocnych stron dla działalności usługowej:

1. **Wielkość i jakość zasobów pracy** (bardzo duża liczba wykwalifikowanych pracowników, absolwentów szkół maturalnych i studentów, wysoki poziom aktywności gospodarczej)

2. **Chłonność rynku** (najwyższa w kraju siła nabywcza gospodarstw domowych i przedsiębiorstw)
3. **Dostępność transportowa** (najważniejszy krajowy węzeł transportowy, lotnisko międzynarodowe)
4. **Infrastruktura gospodarcza** (wysoka gęstość instytucji otoczenia biznesu)
5. **Poziom rozwoju gospodarki** (wysoka wydajność pracy, korzystna struktura gospodarki, bardzo duża liczba firm z udziałem kapitału zagranicznego).

Mazowsze jest najbogatszym i najszybciej rozwijającym się regionem kraju, jest liderem w działalności badawczo-rozwojowej, w innowacjach technologicznych oraz w sektorze usług nowoczesnych. **Zadaniem władz publicznych jest stworzenie korzystnych warunków dla dalszego rozwoju regionu w zmieniającym się otoczeniu zewnętrznym poprzez rozbudowanie infrastruktury komunikacyjnej, technicznej, usprawnienie funkcjonowania administracji, dalszego stwarzania zachęt do lokowania inwestycji zagranicznych i wspierania współpracy pomiędzy instytucjami naukowymi i przedsiębiorstwami.**

BIBLIOGRAFIA

- Analiza potencjału rozwojowego funkcji metropolitalnych obszarów aglomeracji miejskich województwa śląskiego, będących ośrodkami wzrostu gospodarczego województwa śląskiego w kontekście procesów zachodzących na regionalnym rynku pracy – sektor usług nowoczesnych. Raport końcowy* (2012). IBS, Warszawa.
- Buczacki, A. (2008). *Regionalna strategia innowacji dla Mazowsza 2007–2015*, Warszawa.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012. Informacja sygnalna* (2013). GUS, Warszawa.
- Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2010–2012. Wyniki badań* (2013). GUS, Szczecin.
- Górecki, J., Jasińska, M., Polkowiak, M., Karpiesiuk, Ł. (2013). *Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce 2013*, ABSL, Warszawa.
- Kamińska, A., Smyk, M. (2013). *Mazowsze 2020. Rzecz o rozwoju regionu*, IBS, Warszawa.
- Klincewicz, K. (2011). *Dyfuzja innowacji. Jak odnieść sukces w komercjalizacji nowych produktów i usług*, Wydawnictwo Naukowe WZ UW, Warszawa.
- Kowalczyk, W. (2014). Innowacje to filary przedsiębiorczości. *Puls Biznesu*, 20.03.2014.
- Kowalczyk, J. (2014). Polskie innowacje zaczynają coś znaczyć. *Puls Biznesu*, 18.03.2014.
- Nowicki, M. (red.) (2013). *Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2013*, Instytut Badań Nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2013.
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej* (2013). GUS, Warszawa.
- Rocznik Statystyczny Województwa Mazowieckiego* (2013). GUS, Warszawa.
- Społeczeństwo informacyjne w Polsce. Wyniki badań statystycznych z lat 2009–2012* (2013). GUS, Szczecin, Warszawa.
- Stefaniak, P., *Towarzystwo Wspierania Przedsiębiorczości 1997–2014*, www.wnp.pl.

Strategia rozwoju kraju 2020. Aktywne społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, sprawne państwo (2012). Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa.

Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON (2014). GUS, Warszawa.

Przygotowanie zawodowe studentów do pracy w aspekcie nowych wyzwań mazowieckiego rynku pracy

Streszczenie

Rozwój gospodarek oparty na wiedzy i innowacjach, w najbliższych latach będzie stanowić nowe wyzwania na rynku pracy. Znaczenie tych problemów dotyczy i mazowieckiego rynku pracy. Wynika to z już obserwowanych zmian w dotychczasowej strukturze sektorowej gospodarki Mazowsza, z rozwoju branż przemysłowych nowoczesnej technologii, sektora usług, w tym nowoczesnych usług biznesowych.

Te tendencje kreują też nowe wyzwania dla szkół wyższych, które powinny kształcić osoby o kompetencjach i umiejętnościach oczekiwanych na dynamicznie rozwijającym się mazowieckim rynku pracy. W te oczekiwania wpisują się przeprowadzone przez nas badania, dotyczące studenckiej oceny przygotowania zawodowego do podjęcia pracy. W artykule przedstawiamy wyniki związane z oceną wyboru i toku studiów, kształtowaniem kompetencji i umiejętności, przygotowaniem do podjęcia własnej działalności gospodarczej oraz skutecznym poszukiwaniem zatrudnienia w firmach prywatnych i instytucjach publicznych. Artykuł zamykają wnioski wynikające bezpośrednio z naszych badań ankietowych oraz bardziej generalne, związane ze współpracą szkół wyższych i biznesu w zakresie przygotowania zawodowego studentów.

1. Wstęp

W najbliższych latach będą zachodziły głębokie zmiany w gospodarce europejskiej i w gospodarkach krajowych. Wynika to z konieczności odejścia od dotychczasowych czynników wzrostu gospodarczego oraz z potrzeby wykorzystania nowych źródeł poprawy konkurencyjności poszczególnych

gospodarek narodowych. Mają to być gospodarki w zdecydowanie większym stopniu oparte na wiedzy i innowacjach.

Zmiany te niosą nowe wyzwania dla rynków pracy w ujęciu krajowym, jak i regionalnym. Generować to będzie zapotrzebowanie na pracowników o nowych kompetencjach i kwalifikacjach, dostosowanych do rozwijania się nowoczesnych branż przemysłowych oraz usług rynkowych, absorbujących nowe technologie informacyjne i komunikacyjne. Te problemy znacznie silniej zauważalne będą na Mazowszu – najwyżej ekonomicznie rozwiniętym regionie Polski, gdzie występuje dominacja sektora usług rynkowych, a zwłaszcza nowoczesnych usług dla biznesu. Gospodarka Mazowska dysponuje największym potencjałem tworzenia innowacji w Polsce przez szybko rozwijający się sektor badawczo-rozwojowy oraz rozszerzające się formy współpracy nauki z biznesem. Wszystko to powinno ułatwiać dyfuzję innowacji w gospodarce regionu.

Dokonywane się zmiany strukturalne w gospodarce Mazowsza stawiają duże wyzwanie dla szkół wyższych, gdyż, jak wskazują wyniki badań, ta nowa struktura gospodarki będzie tworzyła wysoki popyt na pracowników z wyższym wykształceniem, o kompetencjach i kwalifikacjach odpowiednich do nowych wymagań rynku. Dlatego ważnym wyzwaniem dla wyższych uczelni Mazowsza jest dostosowanie ich oferty edukacyjnej i metod kształcenia do realiów dynamicznie zmieniającego się rynku pracy. W tym nurcie zagadnień mieści się problematyka omawiana w naszym artykule.

Na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych wśród studentów ostatnich lat studiów licencjackich i magisterskich możemy zaprezentować opinie studentów Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, dotyczące ich przygotowania zawodowego do podjęcia pracy, w szczególności w konfrontacji ze zdobytymi w toku studiów kompetencjami i umiejętnościami oczekiwanyymi przez pracodawców, na zmieniającym się mazowieckim rynku pracy.

2. Uwarunkowania nowych wyzwań mazowieckiego rynku pracy

Poza występującym kryzysem w strefie euro, nowe uwarunkowania na rynku pracy pojawiają się przede wszystkim w wyniku znaczącej reorientacji gospodarki europejskiej pod względem czynników poprawiających jej konkurencyjność na globalnym rynku. Zmiana ta ma swoje odzwierciedlenie w europejskiej strategii rozwoju gospodarczego, w nowej unijnej perspekty-

wie czasowej 2014–2020 podkreślonej przede wszystkim w dokumencie *Strategia Europa 2020* (Komisja Europejska, 2010).

Główne priorytety rozwoju gospodarki unijnej na ten okres zawarte w tym dokumencie to:

- **rozwój inteligentny**: oparty na wiedzy i innowacji;
- **rozwój zrównoważony**: skierowany na wspieranie gospodarki efektywniej, bardziej konkurencyjnej, korzystającej z zasobów bardziej przyjaznych środowisku.
- **rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu**: czyli wspieraniu gospodarki o wysokim poziomie zatrudnienia, co ma wpłynąć na poprawę spójności społecznej i terytorialnej.

W analizie sformułowanych działań sprzyjających realizacji celów z poszczególnych obszarów priorytetowych należy zwrócić uwagę na projekty przewodnie, umożliwiające wzrost zatrudnienia i wejście młodych ludzi na rynek pracy oraz działania pozwalające im utrzymać się na tym rynku. Pierwszy z nich to projekt *Młodzi w drodze* – obejmujący działania na rzecz poprawy wyników systemów kształcenia oraz wchodzenia młodzieży na rynek pracy.

Drugi projekt przewodni to *Program na rzecz nowych umiejętności i zatrudnienia*, którego zadaniem jest modernizacja rynku pracy i wzmocnienie na nim pozycji obywateli poprzez rozwój kwalifikacji przez całe życie, a przez to zwiększenie współczynnika aktywności zawodowej oraz lepszego dopasowania podaży do popytu na rynku pracy.

Nowe kierunki rozwoju gospodarki unijnej przekładają się na strategię polskiej gospodarki na ten sam okres. W dokumencie *Strategia Polska 2020* (2012: 23) przyjęto, iż jej głównym celem jest wysoce konkurencyjna gospodarka, oparta na wiedzy i współpracy (szerzej na wzmocnieniu kapitału społecznego) po to, aby działania te prowadziły do realizacji zadania, jakim ma być wspieranie i rozwój kadr dla innowacyjnej i efektywnej gospodarki. Te założenia są zgodne z zaleceniami zawartymi w opracowaniu Banku Światowego *Europe 2020, Poland*, w którym autorzy wyraźnie sugerują, że poprawa konkurencyjności polskiej gospodarki wymaga jej reorientacji. Model rozwojowy oparty na konkurencji kosztowej powinien być zastępowany większą atrakcyjnością polskiej gospodarki, opartej na inwestycjach proeksportowych, które mogłyby stanowić źródło dla innowacyjności i postępu technicznego.

W mapę celów rozwoju gospodarek: europejskiej i polskiej wpisuje się *Strategia Rozwoju Województwa Mazowieckiego do 2030 roku. Inteligentne*

Mazowsze (2013: 12). Głównym celem Mazowsza, w przyjętej strategii, jest **zmniejszenie dysproporcji rozwoju pomiędzy poszczególnymi subregionami województwa**. Głównym narzędziem prowadzącym do realizacji tego celu ma być przyspieszenie wzrostu gospodarczego w inteligentnych branżach przemysłu i wzrost eksportu towarów o zaawansowanej technologii. Wzrost konkurencyjności gospodarki regionu ma być więc wynikiem rozwoju bardziej innowacyjnej działalności gospodarczej oraz lepszego wykorzystania nowoczesnych technologii, także rodzimego pochodzenia.

Wszystkie przedstawione uwarunkowania strategii rozwoju gospodarki krajowej i regionu Mazowsza będą miały silny wpływ na rynek pracy, co wyraźnie eksponuje również raport Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (2013). Bowiern, w wyniku dotychczasowej transformacji nastąpiły istotne zmiany strukturalne w gospodarce, przejawiające się także w strukturze własnościowej – ma miejsce dominacja podmiotów sektora prywatnego w tworzeniu PKB. Natomiast, w strukturze sektorowej gospodarki dominują usługi – zarówno na poziomie krajowym, a tym bardziej na Mazowszu.

Tendencje te wymuszają wzrost zatrudnienia w sektorze usług, a w szczególności w tych rodzajach, które absorbują szybko innowacje. Jeszcze więcej nowych wyzwań dla rynku pracy będzie wynikało z wdrażania strategii rozwoju gospodarki w perspektywie lat 2014–2020. W szczególności te wyzwania dotyczyć będą Mazowsza, gdzie według danych Mazowieckiego Ośrodka Badań Regionalnych (2013: 19–34) udział usług w tworzeniu wartości dodanej w 2012 roku sięgał 74%, a jednocześnie w sektorze tym zatrudnionych było ponad 67% pracujących w regionie.

W tych okolicznościach, znający mazowiecki rynek pracy zwracają uwagę na to, że pracodawcy oczekują od absolwentów szkół wyższych nowych umiejętności i kompetencji, zbieżnych z wcześniej zasygnalizowanymi kierunkami zmian rozwoju gospodarczego. W badaniach prowadzonych w tym zakresie na Mazowszu, w szczególności w raporcie *Diagnoza zapotrzebowania na kwalifikacje i kompetencje absolwentów szkół wyższych Mazowsza wchodzących na rynek pracy* (2012: 129), akcentuje się występujące rozbieżności między umiejętnościami i kompetencjami oczekiwanymi przez pracodawców a posiadanymi przez absolwentów szkół wyższych, poszukujących pracy.

Z badań wynika, że jednym z warunków powodzenia zawodowego absolwentów szkół wyższych na mazowieckim rynku pracy w najbliższych latach, będzie dostosowanie oferty edukacyjnej do oczekiwań pracodawców, związanych z rozwojem nowych segmentów w gospodarce regionu, tych które warunkują realizację głównego celu długookresowej strategii rozwoju województwa. Problem ten jest szczególnie ważny, gdyż istnieje oczekiwanie

zmniejszenia poziomu bezrobocia wśród absolwentów szkół wyższych – stopa bezrobocia w 2012 roku wyniosła 16% (Herbst, 2012: 58).

Prezentowane w niniejszym artykule badanie, dotyczące oceny przygotowania zawodowego studentów do podjęcia pracy, wpisuje się w aktualne dylematy zmieniającego się mazowieckiego rynku pracy, w dużym stopniu determinowane nowymi wyzwaniem rozwoju społeczno-gospodarczego Mazowsza.

3. Ocena przygotowania zawodowego studentów WZ UW – na podstawie wyników badania ankietowego

W tej części artykułu prezentujemy wyniki sondażu ankietowego dotyczącego studenckiej oceny przygotowania zawodowego do podjęcia przez nich pracy, po ukończeniu studiów. Badanie przeprowadzono wśród studentów ostatnich lat studiów licencjackich i magisterskich Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, w końcu 2013 roku. Jest ono częścią szerszego projektu badawczego, realizowanego przez nasz zespół, dotyczącego szeroko rozumianej problematyki mikroprzedsiębiorczości akademickiej na Mazowszu, przewidzianego do realizacji w latach 2012–2014.

Omawiane obecnie badanie miało odpowiedzieć na następujące pytania:

- **jak studenci oceniają swoje studia z punktu widzenia przygotowania zawodowego absolwenta do podjęcia przyszłej pracy,**
- **jakie kompetencje i umiejętności wykształciły się u studentów w toku nauki w konfrontacji z oczekiwaniami przyszłych pracodawców,**
- **czy, i w jaki sposób studenci poszukują pracy w czasie studiów i, jakie wykorzystują metody kontaktowania się z pracodawcami – w tym te oferowane przez wydział,**
- **czy, i w jakim stopniu mikroprzedsiębiorczość stanowi wśród studentów preferowane miejsce przyszłej pracy oraz, jakiego wsparcia oczekują w tym zakresie od wydziału i instytucji zewnętrznych.**

Jesteśmy przekonani, że wyniki sondażu ankietowego mogą być użyteczne dla władz Wydziału Zarządzania UW w lepszym dostosowaniu oferty programowej do nowych wyzwań mazowieckiego rynku pracy.

Badanie ankietowe przeprowadzono pod koniec 2013 roku na celowo dobranej próbie 120 studentów ostatnich lat studiów licencjackich i magisterskich Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Wzięło w nim udział: 48% studentów studiów stacjonarnych, 41% studiów zaocznych i 11% studiów wieczorowych. Ponad 4/5 ankietowanych to osoby w wieku 22–25 lat,

blisko 1/4 to osoby poniżej 21 lat, a ponad 7% to studenci powyżej 25 roku życia. Dla większości badanych miejscem stałego zameldowania jest miasto powyżej 500 tys. mieszkańców, a niecałe 30% zamieszkiwało na wsi. Wśród ankietowanych zdecydowanie przeważały kobiety – 82%, podczas gdy udział mężczyzn wyniósł tylko 18%.

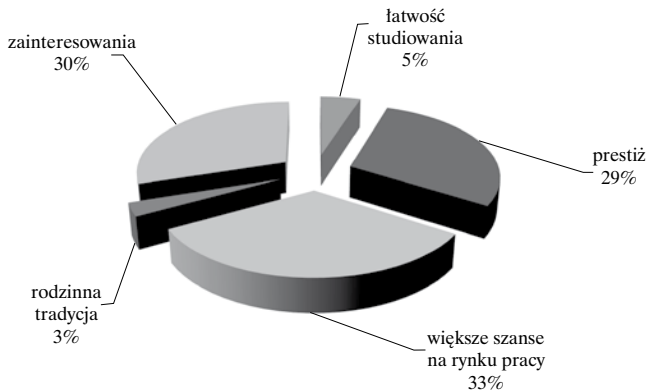
3.1. Znaczenie studiów w przygotowaniu zawodowym studentów do podjęcia pracy

Pierwszy blok tematyczny ankiety dotyczył ogólnej oceny przygotowania studentów do podjęcia pracy zawodowej w wyniku odbytych studiów.

W tym bloku pierwszym badanym zagadnieniem była analiza determinant wyboru danego kierunku studiów. Wśród ankietowanych najczęściej osób wskazało na „większe szanse na rynku pracy” – 33%, następnie na „zainteresowania” – 30%, natomiast 29% uznało „prestizż” jako przesłankę wybranego kierunku studiów. Pozostałe czynniki „łatwość studiowania” oraz „tradycja rodzinna”, decydujące o tym wyborze, cieszyły się mniejszą popularnością – odpowiednio 5% i 3% wskazań (rysunek 1).

Rysunek 1

Które z czynników były decydujące o wyborze kierunku studiów?



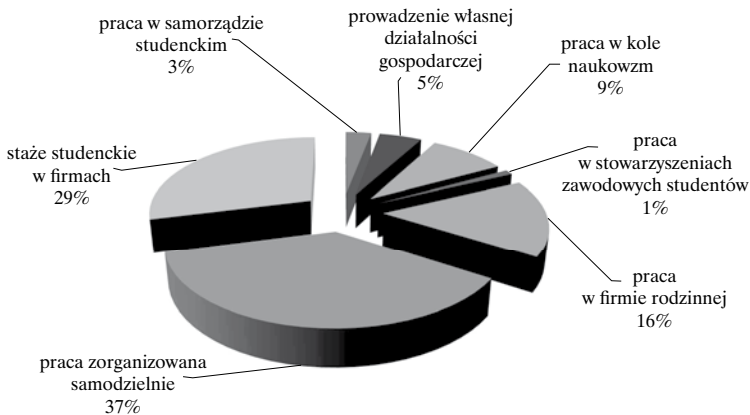
Źródło: opracowanie własne.

Jedną z ważnych przesłanek powodzenia absolwentów na rynku pracy stanowi zdobyte wcześniej doświadczenie zawodowe. Z przeprowadzonego badania wynika, że najczęściej, bo 37% studentów, zdobywało doświadczenie

zawodowe w formie „pracy zorganizowanej samodzielnie”, 29% wymieniło „staże studenckie w firmach”, a 16% badanych pracowało w firmie rodzinnej. Praca w kole naukowym oraz w samorządzie studenckim była miejscem zdobywania doświadczenia zawodowego dla 10% ankietowanych, a własną działalność gospodarczą jako formę zdobywania doświadczenia zawodowego wymieniało 5% studentów (rysunek 2).

Rysunek 2

Z jakich form zdobywania doświadczenia zawodowego korzystałeś(aś) w czasie studiów?

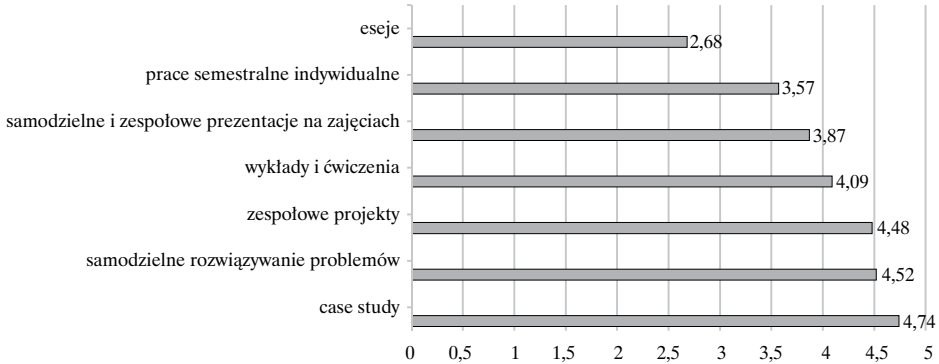


Źródło: opracowanie własne.

W celu zdobycia odpowiednich kompetencji zawodowych w czasie studiów, ważne jest stosowanie w nauczaniu akademickim metod najlepiej służących osiągnięciu tego celu. W badaniu ankietowani mieli ocenić rangę wymienionych w ankiecie metod nauczania, posługując się w tym celu punktacją od 1 – najniższa ranga do 6 – najwyższa ranga. Studenci w zaproponowanym w ankiecie zestawie metod nauczania najwyżej uplasowali „case study” – średnia ocena 4,75, w następnej kolejności wymieniali „samodzielne rozwiązywanie problemów” – 4,52 oraz „zespołowe projekty” – 4,48. Na poziomie czterech punktów ocenili typowe metody dydaktyki akademickiej: wykłady i ćwiczenia z punktu widzenia ich roli w nabywaniu pożądaných kompetencji zawodowych. Natomiast takie metody jak „samodzielne i zespołowe prezentacje” oraz „prace semestralne indywidualne” otrzymały odpowiednio po 3,87 i 3,57. Najniżej ocenili studenci przydatność „esejów”, w tym zakresie przynajmniej 2,68 (rysunek 3).

Rysunek 3

Oceny w skali 1–6 dotyczące stosowania metod nauczania służących kształceniu pożądanych kompetencji zawodowych

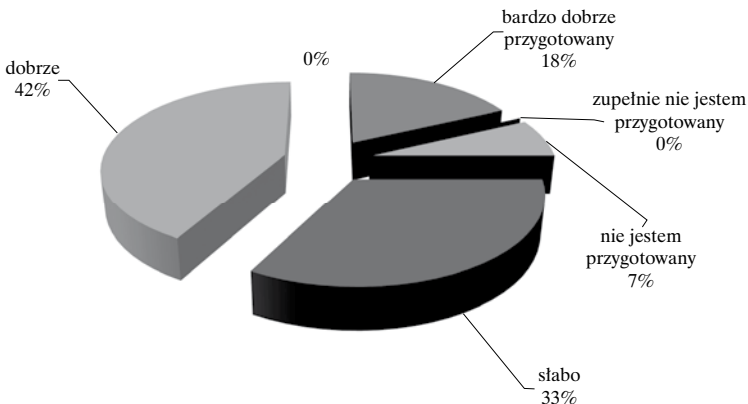


Źródło: opracowanie własne.

Innym problemem uwzględnionym w tym bloku badania ankietowego była ocena przez studentów ich ogólnego przygotowania zawodowego do podjęcia pracy, jako efekt kształcenia na Wydziale Zarządzania UW. Wśród badanych 18% oceniło swoje przygotowanie zawodowe jako bardzo dobre, 42% jako dobre, 33% określiło je jako słabe, a 7% uważało, że nie są przygotowani pod względem zawodowym do podjęcia pracy (rysunek 4).

Rysunek 4

Jak oceniasz ogólnie swoje przygotowanie zawodowe do pracy?



Źródło: opracowanie własne.

Z badania wynika, że łącznie 60% studentów ocenia dobrze i bardzo dobrze przygotowanie zawodowe w wyniku studiowania na wybranym kierunku. Niepokojącym wydaje się być fakt niskiej oceny zaangażowania wydziału w organizowanie staży zawodowych, także dosyć niski stopień aktywności wykazują badani w wykorzystaniu działalności w kołach naukowych i samorządzie studenckim, jako sposobów zdobywania doświadczenia zawodowego jeszcze w czasie studiów. Najbardziej przydatnymi sposobami nauczania, służącymi zdobywaniu w czasie studiów kompetencji niezbędnych w pracy zawodowej, w ocenie ankietowanych, znalazły się formy aktywizujące studentów w samodzielnym rozwiązywaniu problemów, jak i wyrabiających umiejętność pracy w zespole, czy też zbliżających teorię z praktyką.

Studenci ostatnich lat studiów licencjackich i magisterskich biorący udział w badaniu ankietowym wypowiedzieli się także w sprawie preferowanego docelowego miejsca pracy zawodowej. Wśród wymienionych w ankiecie potencjalnych miejsc pracy studentów, 30% preferowało pracę w dużej polskiej firmie, 25% w korporacji międzynarodowej, a 21% prowadziłoby własną działalność gospodarczą. Pracę w instytucjach publicznych zadeklarowało 12%, zaś w firmie rodzinnej 7%, 2% podjęłoby prace w organizacjach pozarządowych, a 3% studentów widziało swoje miejsce docelowej pracy za granicą (rysunek 5).

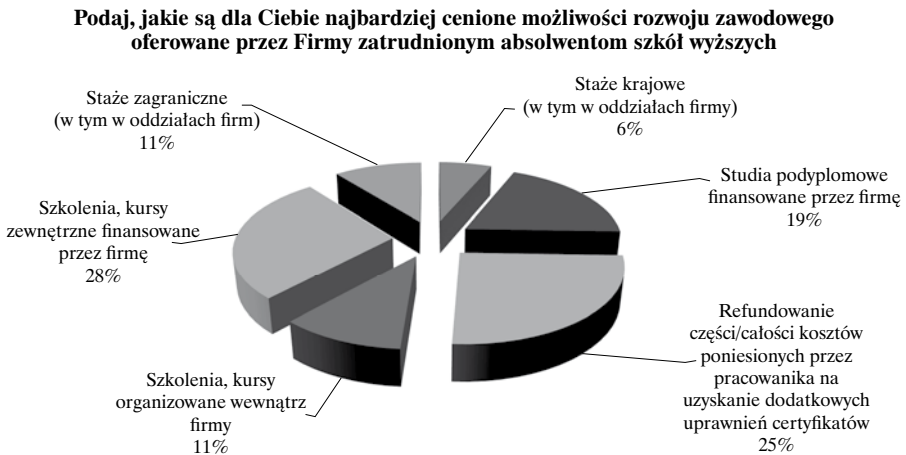
Rysunek 5



Źródło: opracowanie własne.

W badaniu ankietowym interesowała nas także opinia studentów o oferowanych przez firmy możliwościach rozwoju zawodowego zatrudnianym absolwentom szkół wyższych. Najwięcej, bo 26% respondentów, wskazało na szkolenia i kursy zewnętrzne finansowane przez firmę. Ponad 20% badanych preferowało refundowanie kosztów uzyskania dodatkowych uprawnień i certyfikatów przez pracowników, a 18% zwróciło uwagę na studia podyplomowe, finansowane przez firmę, służące rozwojowi zawodowemu. Inne wymienione możliwości rozwoju zawodowego przez firmy, takie jak: staże zagraniczne i staże krajowe w oddziałach firmy preferowało odpowiednio 16% i 6% studentów (rys. 6). Wyniki badania dowodzą, że studenci w dużej większości są zainteresowani pogłębianiem swojej wiedzy oraz kwalifikacji u progu przyszłej pracy zawodowej, co jest bardzo pożądaną cechą poszukujących pracy na dynamicznie zmieniającym się rynku pracy w najbliższej przyszłości.

Rysunek 6



Źródło: opracowanie własne.

3.2. Kryteria doboru pracowników oraz oczekiwane i posiadane kompetencje przez studentów według pracodawców

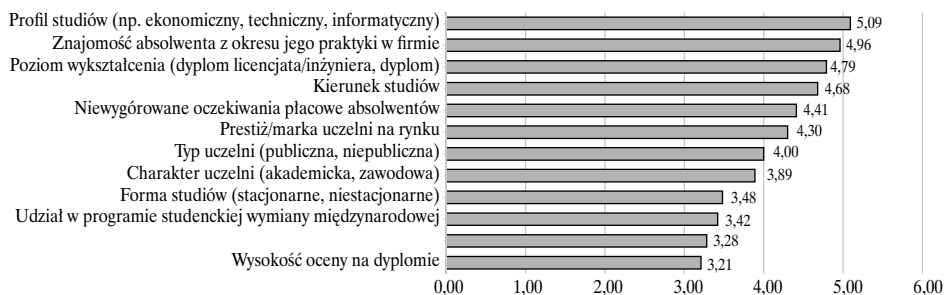
W drugim bloku tematycznym badania ankietowego zajęliśmy się odpowiedzią na pytanie: jakie są kryteria doboru pracowników z wyższym wykształceniem przez pracodawców oraz jakich oczekują kompetencji od przyszłych pracowników. Opinie na ten temat studentów uczelni wyższej

porównano ze zdaniem pracodawców. Przytoczone odpowiedzi pracodawców są wynikiem badań prowadzonych przez SGH i porównane zostały z odpowiedziami ankietowymi studentów Wydziału Zarządzania UW (SGH, Amerykańska Izba Handlowa, Ernst& Young, 2012).

Poniżej przedstawiamy najpierw odpowiedzi studentów na pytanie, jakie są preferowane przez pracodawców kryteria przy zatrudnianiu nowych pracowników. Odpowiedzi miały być udzielane w skali od 1 do 6 punktów, gdzie 1 oznacza – kryterium jest nie istotne, zaś 6 – bardzo ważne dla pracodawcy (rys. 7).

Rysunek 7

Oceń w skali 1-6, jakie są Twoim zdaniem preferowane kryteria uwzględnianie przez firmy przy zatrudnianiu absolwentów studiów wyższych



Źródło: opracowanie własne.

Z odpowiedzi ankietowych wynika, że według studentów najważniejszym kryterium jest profil studiów (średnia ocen 5,09), następnie znajomość absolwenta z okresu jego praktyk w firmie (średnia ocen 4,96). Trzecim w kolejności kryterium, według studentów, jest poziom wykształcenia (4,79), a następnie kierunek studiów (4,68). Jako piąte wskazano niewygórowane oczekiwania płacowe (4,41). Jako szóste i siódme, czyli zdecydowanie nie najważniejsze, wskazywano prestiż uczelni (4,3) i typ uczelni – publiczna, niepubliczna (4,0).

Dopiero jednak porównanie z odpowiedziami pracodawców z Mazowsza pozwala na pogłębioną analizę odpowiedzi studenckich.

Analizując najpierw odpowiedzi przedsiębiorców mazowieckich kolejność pierwszych pięciu kryteriów była następująca (SGH, Amerykańska Izba Handlowa, Ernst& Young, 2012):

1. kierunek studiów
2. poziom wykształcenia

3. profil studiów
4. znajomość absolwenta z okresu jego praktyk w firmie
5. praktyka lub praca w czasie studiów

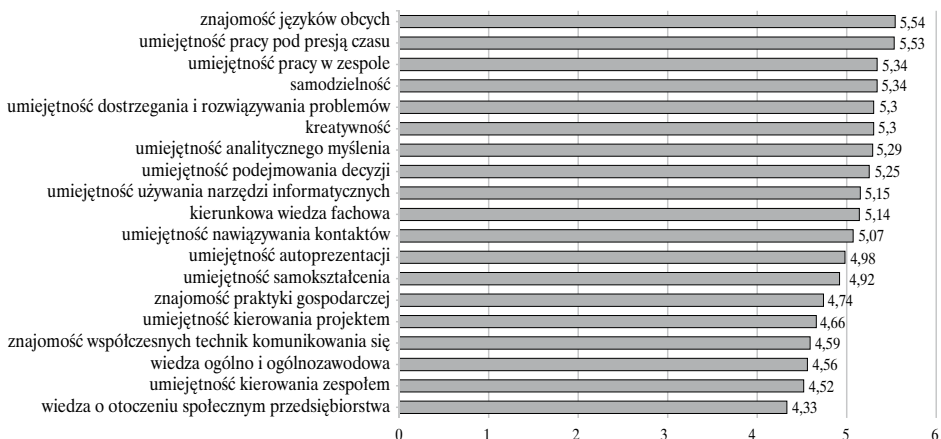
Natomiast kolejność odpowiedzi według badań studentów Wydziału Zarządzania UW była inna:

1. praktyka lub praca w czasie studiów
2. profil studiów
3. znajomość absolwenta z okresu jego praktyk w firmie
4. poziom wykształcenia
5. kierunek studiów

Bez wątpienia występują w przypadku porównania obu środowisk poważne różnice dla pierwszych pięciu kryteriów. Możemy powiedzieć wręcz o odwróconej piramidzie, gdyż dla badanych studentów głównym kryterium była praktyka lub praca w czasie studiów (dla pracodawców miejsce 5), zaś dla studentów kierunek studiów to miejsce piąte (dla pracodawców pierwsze).

Rysunek 8

Oceń w skali 1–6, jakie są Twoim zdaniem preferowane kompetencje oczekiwane przez pracodawców od absolwentów uczelni



Źródło: opracowanie własne.

Po analizie kryteriów doboru pracowników, zadano studentom kolejną grupę pytań dotyczących oczekiwanych kompetencji przez mazowieckich

pracodawców i kompetencji, jakie rozwinęły się u nich w trakcie studiów. Odpowiedzi grupy badanych studentów porównano z odpowiednimi badaniami wśród przedsiębiorców mazowieckich.

Odpowiedzi studentów na pytanie dotyczące oczekiwanych kompetencji pracowniczych przez pracodawców przedstawiono na rysunku 9. Studenci ocenili każdą z kompetencji w skali od 1 do 6, gdzie jeden to kompetencja nieistotna dla zatrudniającego przedsiębiorcy, zaś sześć – bardzo ważna.

Z rysunku wynika, iż najważniejsze oczekiwane kompetencje według studentów to: znajomość języków obcych (średnia 5,54), umiejętność pracy pod presją czasu (średnia 5,52), umiejętność pracy w zespole (5,34), samodzielność (5,43), umiejętność dostrzegania i rozwiązywania problemów (5,30), kreatywność (5,3), umiejętność analitycznego myślenia (5,29), umiejętność podejmowania decyzji (5,25), umiejętność używania narzędzi informatycznych (5,15) i kierunkowa wiedza fachowa (5,14).

W dalszej części rozdziału porównamy oczekiwania studentów i pracodawców. Aby pokazać to w sposób przejrzysty, przedstawimy wyniki w postaci macierzy oczekiwań i kompetencji.

Rysunek 9

Macierz oczekiwań kompetencji i umiejętności (studenci vs. pracodawcy mazowieccy)

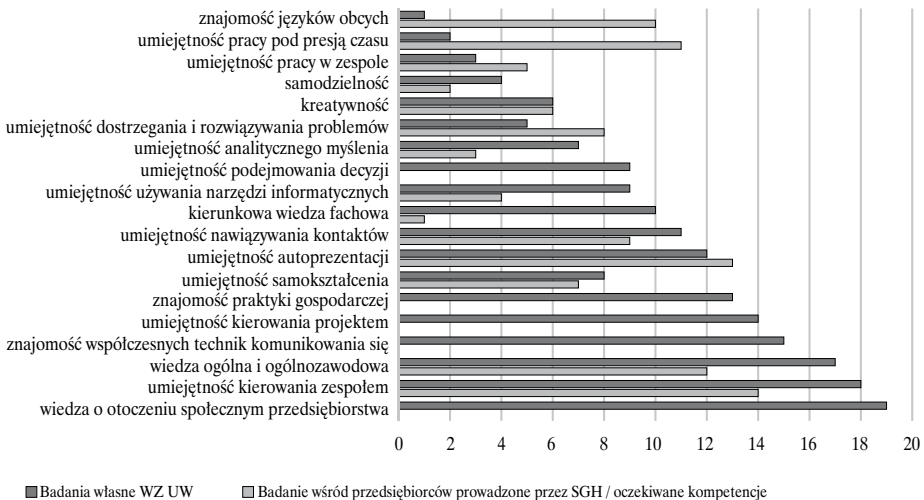
		Pracodawcy	
		Jakich kompetencji i umiejętności pracodawcy oczekują od studentów?	Jakie kompetencje i umiejętności posiadają studenci?
Studenci	Jakich kompetencji i umiejętności oczekują pracodawcy od studentów?	Rysunek 10	
	Jakie kompetencje i umiejętności posiadają studenci?	Rysunek 12	Rysunek 13

Dopiero jednak porównanie z odpowiedziami pracodawców z Mazowsza pozwala na pogłębioną analizę odpowiedzi studenckich. Poniższy rysunek porównuje kolejność wskazań tak wśród przedsiębiorców, jak i studentów. Oś pozioma oznacza miejsce w rankingu odpowiedzi.

Porównanie odpowiedzi studentów i pracodawców o oczekiwane kompetencje wśród zatrudnianych pracowników, pokazuje rysunek 10. W badaniu przedsiębiorców przeprowadzonym przez SGH (SGH, Amerykańska Izba Handlowa, Ernst& Young, 2012) wskazano czternaście podstawowych kompetencji. My zaś w swoich ankietach rozszerzyliśmy listę do 19 cech, dlatego też niektóre wskazania studenckie nie mają odpowiednika w odpowiedziach pracodawców.

Rysunek 10

Porównanie kolejności odpowiedzi na pytanie o preferowane kompetencje oczekiwane przez pracodawców od absolwentów uczelni z odpowiedziami pracodawców



■ Badania własne WZ UW

□ Badanie wśród przedsiębiorców prowadzone przez SGH / oczekiwane kompetencje

Oś pozioma oznacza miejsce w rankingu odpowiedzi.

W grupie przedsiębiorców mazowieckich kolejności odpowiedzi były następujące (SGH, Amerykańska Izba Handlowa, Ernst& Young, 2012):

1. kierunkowa wiedza fachowa,
2. samodzielność,
3. umiejętność analitycznego myślenia,
4. umiejętność używania narzędzi informatycznych,
5. umiejętność pracy w zespole,
6. kreatywność,
7. umiejętność dostrzegania i rozwiązywania problemów,

8. umiejętność nawiązywania kontaktów,
9. znajomość praktyki gospodarczej,
10. znajomość języków obcych,
11. wiedza ogólna i ogólnie zawodowa.

Wśród studentów kolejność odpowiedzi była następująca:

1. znajomość języków obcych,
2. umiejętność pracy pod presją czasu,
3. umiejętność pracy w zespole,
4. samodzielność,
5. umiejętność dostrzegania i rozwiązywania problemów,
6. kreatywność,
7. umiejętność analitycznego myślenia,
8. umiejętność podejmowania decyzji,
9. umiejętność używania narzędzi informatycznych,
10. kierunkowa wiedza fachowa,
11. umiejętność nawiązywania kontaktów,
12. umiejętność autoprezentacji.

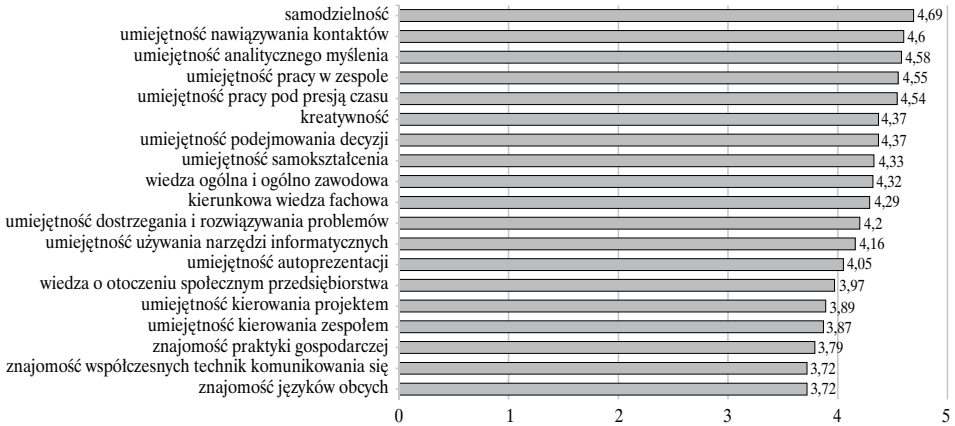
Dopiero jednak po porównaniu obu badań można wyciągnąć ogólniejsze wnioski. Podobnie, jak to było w poprzednim pytaniu, dotyczącym kryteriów przyjmowania pracowników, istnieje duża rozbieżność między wyobrażeniami studentów o tym, czego oczekują od nich pracodawcy, a tym jakich kompetencji mazowieccy przedsiębiorcy poszukują wśród przyjmowanych pracowników.

I tak studenci uważają, że pracodawcy przede wszystkim doceniają znajomość języków obcych, zaś dla pracodawców jest ono na dziesiątym miejscu. I odwrotnie, pracodawcy cenili najbardziej kierunkową wiedzę fachową, zaś tę kompetencję studenci umieścili na 10 miejscu. Można powiedzieć, że podobnie jak w poprzednim pytaniu wyobrażenia studentów co do kompetencji rozmijają się z tym, czego oczekują pracodawcy, wręcz na zasadzie odwróconej pira-midy.

Kolejne pytanie dotyczyło kompetencji, jakie w czasie studiów na wyższej uczelni rozwinęły się wśród badanych studentów, które byłyby przydatne dla przyszłego pracodawcy. Do oceny przedstawiono te same 19 kompetencji, które znalazły się w badaniu dla pracodawców. Każdą z kompetencji studenci oceniali w skali 1 do 6, gdzie 1 to kompetencja nieistotna dla zatrudniającego przedsiębiorcy, zaś 6 to bardzo ważna.

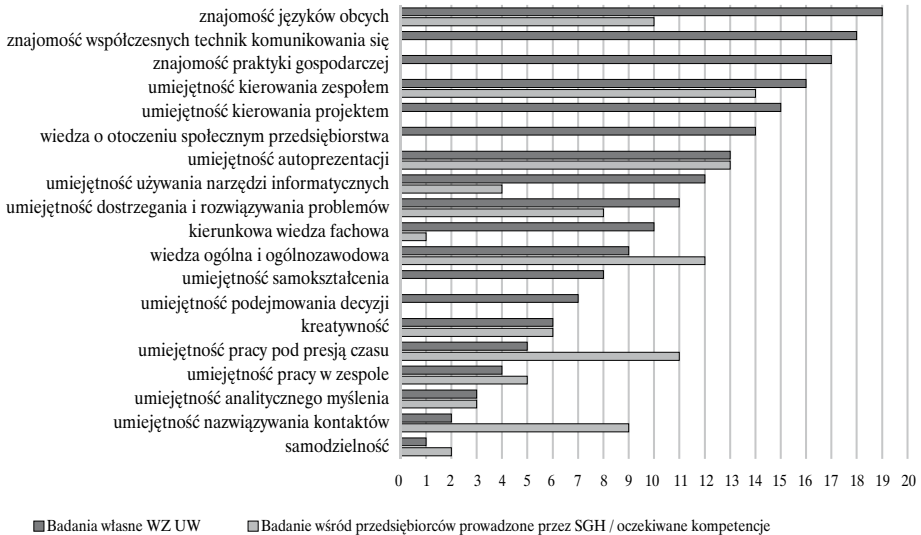
Rysunek 11

Oceń w skali 1-6 kompetencje, jakie w czasie studiów na wyższej uczelni rozwinęły się u Ciebie, przydatne dla przyszłego pracodawcy



Rysunek 12

Porównanie kolejności odpowiedzi na pytanie o kompetencje, jakie w czasie studiów na wyższej uczelni rozwinęły się u studentów przydatne dla przyszłego pracodawcy, wg pracodawców i studentów



Jak widać z odpowiedzi studenckich kompetencją, która najbardziej się u nich rozwinęła w trakcie studiów była samodzielność (średnia ocen 4,89), następnie umiejętność nawiązywania kontaktów (średnia ocen 4,6), umiejętność analitycznego myślenia (4,58), umiejętność pracy w zespole (4,58), umiejętność pracy pod presją czasu (4,54), kreatywność (4,57), umiejętność podejmowania decyzji (4,57), umiejętność samokształcenia (4,57) oraz wiedza ogólna i ogólnozawodowa (4,32).

Porównując odpowiedzi studentów o wykształconych kompetencjach w trakcie studiów z oczekiwanymi kompetencjami pracodawców uzyskaliśmy zestawienie na rysunku 12.

Oś pozioma oznacza miejsce w rankingu odpowiedzi.

W grupie przedsiębiorców mazowieckich kolejności odpowiedzi na pytanie o oczekiwane od pracobiorców kompetencje były następujące (SGH, Amerykańska Izba Handlowa, Ernst & Young, 2012):

1. kierunkowa wiedza fachowa
2. samodzielność
3. umiejętność analitycznego myślenia
4. umiejętność używania narzędzi informatycznych
5. umiejętność pracy w zespole
6. kreatywność
7. umiejętność dostrzegania i rozwiązywania problemów
8. umiejętność nawiązywania kontaktów
9. znajomość praktyki gospodarczej
10. znajomość języków obcych
11. wiedza ogólna i ogólnozawodowa

Wśród studentów kolejności odpowiedzi na pytanie o kompetencje, które rozwinęły się w trakcie studiów kolejność odpowiedzi była następująca:

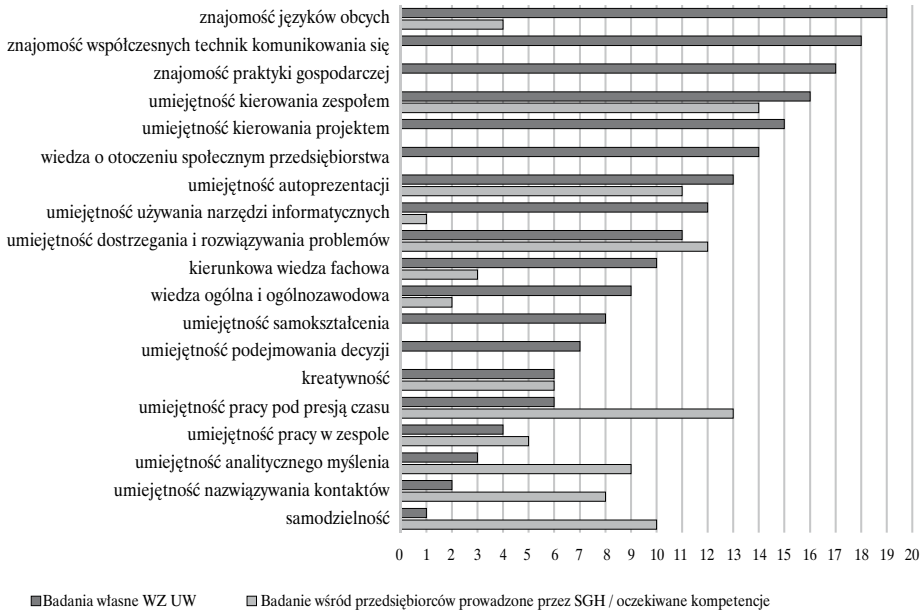
1. samodzielność
2. umiejętność nawiązywania kontaktów
3. umiejętność analitycznego myślenia
4. umiejętność pracy w zespole
5. umiejętność pracy pod presją czasu
6. kreatywność
7. umiejętność podejmowania decyzji
8. umiejętność samokształcenia
9. wiedza ogólna i ogólnozawodowa

Jak widać z wykresu subiektywna ocena własnych kompetencji jest w części zbieżna z tym, czego oczekują pracodawcy. Przykładowo samodzielność jest tak samo wysoko we wskazaniach, zarówno studentów, jak i pracodawców.

Ciekawe wyniki może dać także porównanie subiektywnej oceny przez studentów kompetencji, które rozwinęły się w trakcie studiów a obiektywne spojrzenia mazowieckich pracodawców.

Rysunek 13

Kolejność odpowiedzi na pytanie o kompetencje jakie w czasie studiów na wyższej uczelni rozwinęły się u Ciebie przydatne dla przyszłego pracodawcy vs. ocena kompetencji studentów przez pracodawców



Oś pozioma oznacza miejsce w rankingu odpowiedzi.

W grupie przedsiębiorców mazowieckich na pytanie jakimi kompetencjami dysponują starający się o pracę kolejności odpowiedzi były następujące:

1. umiejętność używania narzędzi informatycznych
2. wiedza ogólna i ogólnozawodowa
3. kierunkowa wiedza fachowa
4. znajomość języków obcych

5. umiejętność pracy w zespole
6. kreatywność
7. umiejętność nawiązywania kontaktów
8. umiejętność analitycznego myślenia
9. samodzielność
10. umiejętność autoprezentacji
11. umiejętność dostrzegania i rozwiązywania problemów

Wśród studentów kolejności odpowiedzi na pytanie o kompetencje, które rozwinęły się w trakcie studiów kolejność odpowiedzi była następująca:

1. samodzielność
2. umiejętność nawiązywania kontaktów
3. umiejętność analitycznego myślenia
4. umiejętność pracy w zespole
5. umiejętność pracy pod presją czasu
6. kreatywność
7. umiejętność podejmowania decyzji
8. umiejętność samokształcenia
9. wiedza ogólna i ogólnie zawodowa.

Istnieje duża rozbieżność między wyobrażeniami studentów o własnych możliwościach a tym, jak oceniają ich pracodawcy.

Już dla samodzielności widać dużą różnicę w ocenie. Studenci uważają, że jest to cecha, którą najbardziej się u nich rozwinęła (miejsce 1), zaś pracodawcy oceniają tę samodzielność bardzo surowo, dając miejsce 10 w rankingu.

Podsumowując blok pytań ankietowych, dotyczących kryteriów doboru pracowników oraz oczekiwanych i posiadanych kompetencji, należy stwierdzić, iż w tej serii pytań istnieją spore różnice między tym czego potrzebują i oczekują przedsiębiorcy, a tym co według ankiet posiadają studenci (oczywiście w populacji zawężonej do Wydziału Zarządzania). Chociaż, bez wątpienia, środowisko naszego wydziału jest reprezentacyjne do porównań ze względu na liczbę około 8 tysięcy studentów na wszystkich rodzajach studiów.

Szczególnie poważne rozbieżności między odpowiedziami pracodawców i studentów pojawiają się przy porównaniu preferowanych przez pracodawców sposobów rekrutacji. Podczas, gdy pracodawcy wskazywali jako najważniejsze – kierunek studiów, studenci tylko na 5 miejscu. Natomiast dla studentów na pierwszym miejscu jest praktyka lub praca w czasie studiów, zaś dla pracodawców to 5 miejsce.

Podobną sytuację mieliśmy przy porównaniu oczekiwanych kompetencji przez pracodawców a wyobrażeniami na ten temat studentów. Okazało się, że przedsiębiorcy oczekują od poszukujących pracy przede wszystkim kierunkowej wiedzy fachowej, samodzielności, umiejętności analitycznego myślenia umiejętność, a w dalszej kolejności umiejętności stosowania narzędzi informatycznych oraz umiejętności pracy w zespole.

Natomiast, według naszych badań, studenci przypuszczają, że oczekiwane przez pracodawców kompetencje to głównie znajomość języków obcych, umiejętność pracy po presją czasu oraz umiejętność pracy w zespole, a w dalszej kolejności wymieniają samodzielność oraz umiejętność dostrzegania i rozwiązywania problemów.

3.2.1. Posiadane kompetencje przez studentów wg pracodawców i samych studentów – analiza w makrokategoriach

W celu pogłębienia analizy subiektywnej oceny kwalifikacji posiadanych przez absolwentów szkół wyższych starających się o pracę i pracodawców dokonaliśmy agregacji obszarów kompetencji zawodowych na następujące kategorie:

Wiedza

- kierunkowa wiedza fachowa
- wiedza ogólna i ogólnozawodowa

Umiejętności

- umiejętność analitycznego myślenia
- umiejętność używania narzędzi informatycznych
- umiejętność dostrzegania i rozwiązywania problemów
- znajomość języków obcych
- znajomość praktyki gospodarczej
- umiejętność samokształcenia
- umiejętności zawodowe
- wiedza o przedsiębiorstwie
- kierowanie projektem
- znajomość współczesnych technik komunikacji

Kompetencje osobiste

- samodzielność
- kreatywność
- umiejętność pracy pod presją czasu

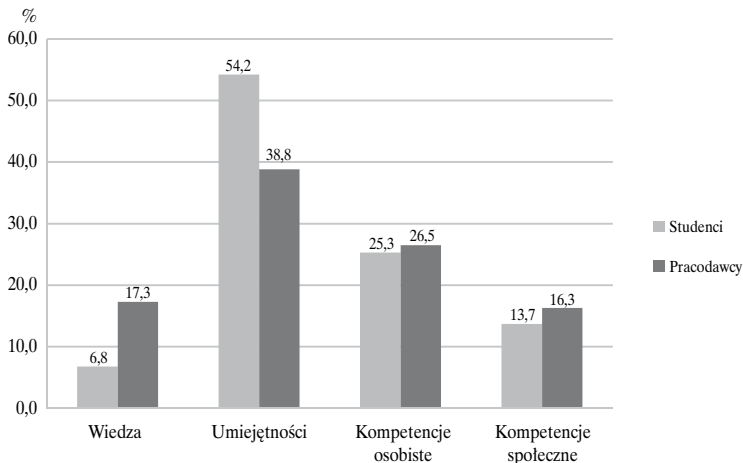
Kompetencje społeczne

- umiejętność pracy w zespole
- umiejętność nawiązywania kontaktów

Porównanie wskazań pracodawców i studentów dotyczące znaczenia makro kompetencji w postępowaniu rekrutacyjnym na mazowieckim rynku pracy przedstawiono na rysunku 14.

Rysunek 14

Porównanie makro kategorii oczekiwanych kompetencji przez pracodawców oraz studentów



Źródło: opracowanie własne.

Jak widać z rysunku poważniejsze różnice między odpowiedziami pracodawców i studentów były tylko w dwu pierwszych kategoriach. Pracodawcy u absolwentów szukających pracy zdecydowanie cenią wiedzę, zaś studenci sądzą, że pracodawcy najbardziej zwracają uwagę na umiejętności, a nie wiedzę.

Kompetencje osobiste i społeczne oceniane były w podobnej skali procentowej przez mazowieckich pracodawców i studentów.

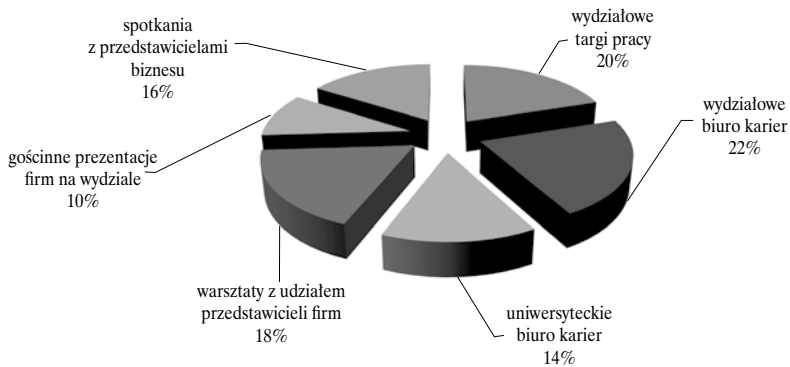
3.2.2. Skuteczność metod poszukiwania pracy przez studentów

Celem trzeciego bloku badania ankietowego było poznanie opinii studentów o metodach skutecznego poszukiwania pracy i wsparcia uczelni w tym zakresie.

Wśród podanych w ankiecie metod wsparcia studentów w poszukiwaniu pracy, największą popularnością cieszyły się kontakty z wydziałowym biurem karier – 22% wskazań, następnie wydziałowe targi pracy – 20% odpowiedzi oraz warsztaty z udziałem przedstawicieli firm – 18%. Nieco niższe były odsetki odpowiedzi odnośnie pozostałych metod wsparcia studentów w poszukiwaniu pracy. I tak, 18% studentów uważało, że warsztaty z udziałem przedstawicieli firm, to skuteczna metoda poszukiwania pracy, a 16% uważało, że dobrą metodę stanowią spotkania z przedstawicielami biznesu. Najmniej ankietowanych uznało uniwersyteckie biuro karier jako skutecznie pomocne w szukaniu miejsca pracy przez studentów (rysunek 15).

Rysunek 15

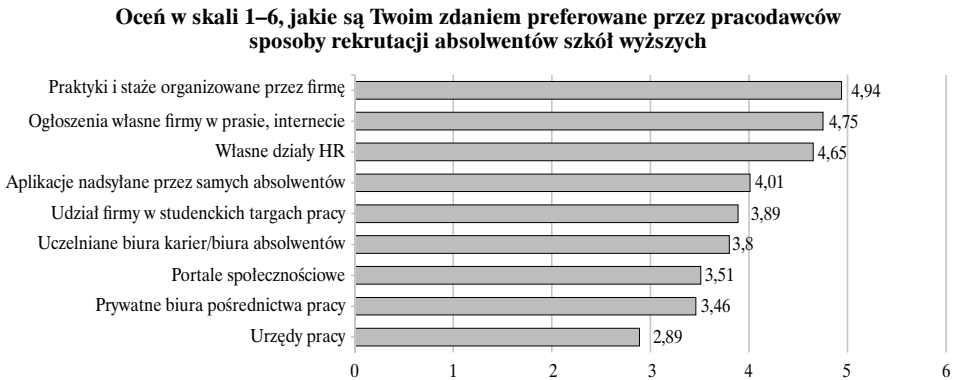
Wybierz najskuteczniejsze stosowane przez wydział formy wsparcia w skutecznym poszukiwaniu miejsca pracy absolwenta



Źródło: badania własne.

Kolejny problem uwzględnionym w tym bloku wiązał się z identyfikacją przez studentów najskuteczniejszych, preferowanych przez pracodawców form rekrutacji absolwentów szkół wyższych (rysunek 16).

Rysunek 16



Źródło: badania własne.

Ankietowani mieli określić znajomość tych sposobów posługując się punktacją od 1 – najniższa ranga do 6 – najwyższa ranga. Według badanych pracodawcy najwyżej preferują w rekrutacji absolwentów szkół wyższych „praktyki i staże organizowane przez firmę” – ocena 4,94, a następne w kolejności to: „ogłoszenia własne firmy w prasie, Internecie” oraz „własne działy HR” – oceniono odpowiednio na poziomie 4,75 i 4,65. Z pozostałych sposobów rekrutowania pracowników przez pracodawców – według opinii studentów – zgodnie z przyznanymi rangami, kolejność jest następująca:

Aplikacje nadsyłane przez samych studentów – 4,01

Udział firmy w studenckich targach pracy – 3,69

Uczelniane biura karier – 3,80

Internetowe portale społecznościowe – 3,51

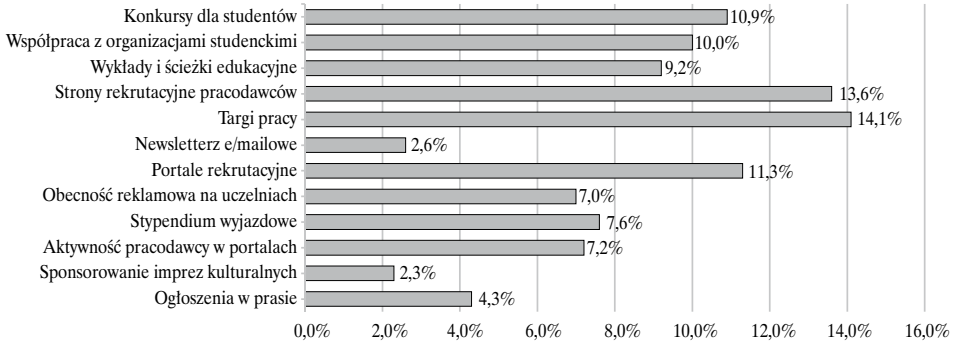
Prywatne biura pośrednictwa pracy – 3,46

Urzędy pracy – 2,89

Z powyższych danych wynika, iż w ocenie studentów bardzo małą rolę odgrywają urzędy pracy w pozyskiwaniu absolwentów szkół wyższych do pracy w swoich firmach. Natomiast występuje wśród studentów przekonanie, że praktyki i staże organizowane bezpośrednio przez firmy to bardzo preferowana przez przedsiębiorstwa metoda rekrutowania do pracy kończących studia.

Rysunek 17

Podaj najprzydatniejsze według Ciebie formy kontaktu pracodawcy ze studentami



Źródło: badania własne.

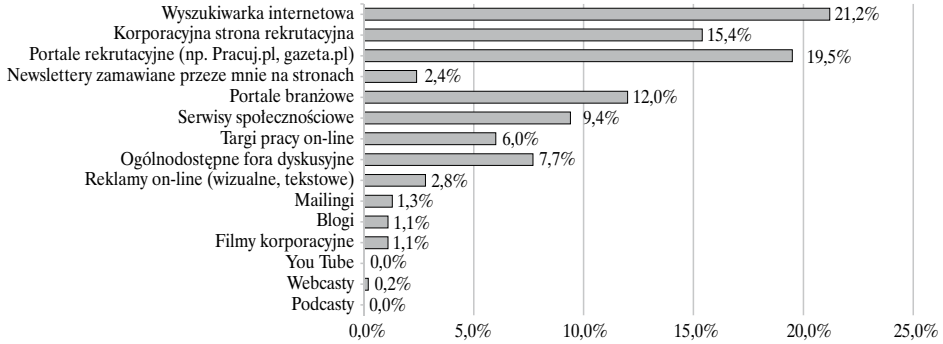
W związku z poprzednim zagadnieniem, ciekawym wydało się poznanie preferencji studentów jakie są – ich zdaniem – najprzydatniejsze formy kontaktów z pracodawcami, które mogą ułatwić im wejście na rynek pracy po ukończeniu studiów (rysunek 17). Zdecydowanie największy odsetek badanych wyraźnie wskazał na trzy formy kontaktów z pracodawcami: targi pracy (14,1%), internetowe strony rekrutacyjne pracodawców (13,6%) oraz internetowe portale rekrutacyjne (11,6%). Zdecydowanie najniższą popularnością wśród badanych cieszyły się takie formy kontaktów z pracodawcami jak: ogłoszenia w prasie (4,3%), newslettery e-mailowe (2,6%) i sponsorowanie imprez kulturalnych (2,3%).

Z analizy odpowiedzi na dwa powyżej omówione pytania ankietowe można wysnuć wnioski o przywiązywaniu przez studentów bardzo dużej wagi do bezpośrednich kontaktów z pracodawcami jeszcze w trakcie studiów, gdyż może to zaowocować efektywniejszym poszukiwaniem miejsca zatrudnienia.

Kolejne pytanie w tym bloku tematycznym ankiety dotyczyło źródeł poszukiwania przez studentów informacji o potencjalnych pracodawcach. W ankiecie zapytaliśmy o nowoczesne źródła informacji dostępne w Internecie (rysunek 18). Ponad 20% respondentów wskazało wyszukiwarkę internetową jako najprzydatniejszą dla nich źródło informacji o pracodawcach, następnymi wymienionymi w kolejności to: internetowe portale rekrutacyjne (19,5%) i portale branżowe (12%) oraz serwisy społecznościowe (9,4%). Zdecydowanie mniejszy odsetek ankietowanych opowiedział się za innymi dostępnymi źródłami informacji o potencjalnych pracodawcach (rysunek 18).

Rysunek 18

Podaj najprzydatniejsze według Ciebie źródła informacji o potencjalnych pracodawcach

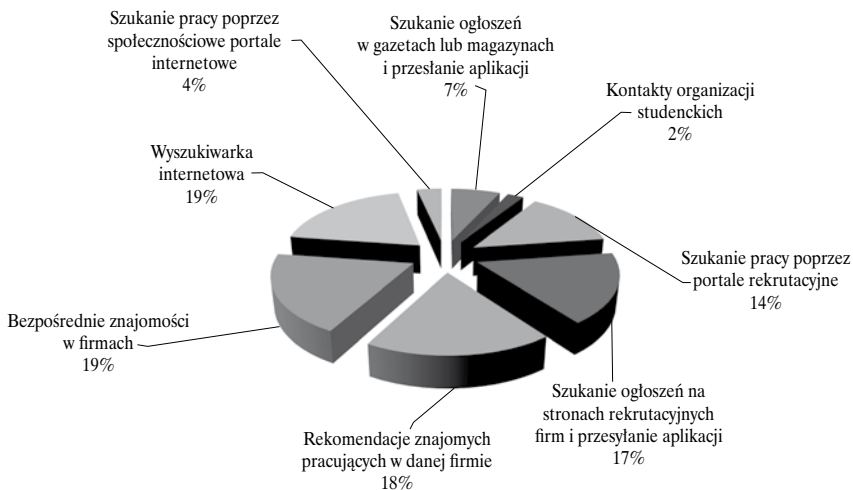


Źródło: badania własne.

Ostatnie pytanie, sformułowane w trzeciej części badania ankietowego, dotyczyło wskazania przez studentów najprzydatniejszej metody szukania pracy. Rozkład odpowiedzi na nie pozwala je pogrupować w dwa podzbiory (rysunek 19).

Rysunek 19

Podaj najprzydatniejsze dla Ciebie metody szukania pracy



Źródło: badania własne.

W pierwszej grupie znalazły się metody szukania pracy, na które odpowiedziało kilkanaście procent ankietowanych, a druga grupa obejmuje metody na które wskazało kilka procent badanych. Największy odsetek wskazań przydatnych dla studentów metod poszukiwania pracy to:

- wyszukiwarka internetowa – 19%
- bezpośrednie znajomości w firmach – 19%
- rekomendacja znajomych pracujących w firmach – 18%
- szukanie ogłoszeń na stronach rekrutacyjnych firm – 17%
- szukanie pracy przez portale rekrutacyjne – 14%.

Zdecydowanie mniejszą popularnością wśród ankietowanych cieszyły się metody poszukiwania pracy znajdujące się w drugiej podgrupie. Na poszczególne metody przypadł następujący odsetek odpowiedzi:

- szukanie ogłoszeń w gazetach – 7%
- szukanie pracy przez społecznościowe portale internetowe – 3%
- kontakty organizacji studenckich – 2%.

Większość zatem badanych poszukuje pracy przez korzystanie głównie z wyszukiwarki internetowej oraz bezpośrednio znajomości w firmie.

Wyniki badania ankietowego trzeciego bloku tematycznego dowodzą, że w opinii studentów ich przyszły sukces na rynku pracy w dużym stopniu zależy od różnorodnych, aktywnych kontaktów z potencjalnymi pracodawcami już w trakcie studiów. Dlatego wspieranie i rozwijanie tych form nawiązywania kontaktów przez studentów z firmami powinno być ważną wskazówką dla szkoły wyższej w programowaniu procesu dydaktycznego – w tym dalszego zacieśniania współpracy uczelni z biznesem.

3.2.4. Ocena przygotowania absolwentów do prowadzenia własnej firmy

W ostatnim bloku tematycznym przebadaliśmy populację studentów pod kątem przygotowania w trakcie studiów absolwentów do prowadzenia własnej firmy.

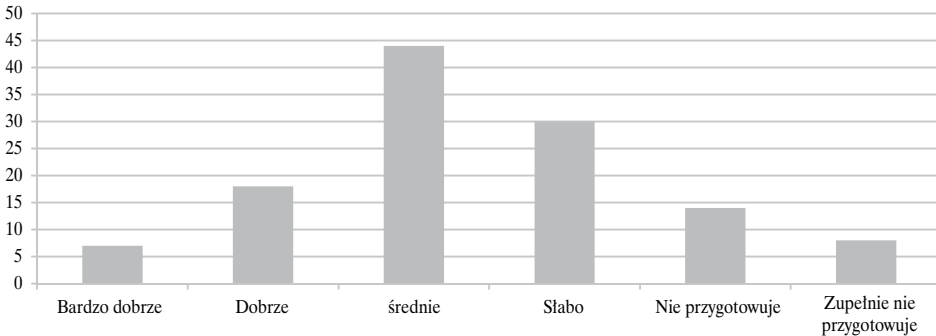
Jest to już drugie nasze badanie studentów Wydziału Zarządzania w tym zakresie. W poprzednim roku zadawaliśmy podobne pytania i odpowiedzi studentów nie były dla Wydziału korzystne. Słabo oceniono przygotowanie do prowadzenia własnej firmy, akcentując akademickie, teoretyczne podejście do nauczania biznesu oraz brak kontaktu z praktyką gospodarczą i przedsiębiorcami.

Na pytanie o przygotowanie przez uczelnię do prowadzenia własnej firmy dwie dominujące odpowiedzi: średnie i słabe (łącznie % odpowiedzi).

Potwierdza to bardzo krytyczną ocenę kształcenia przedsiębiorczości na WZ UW w kolejnym badaniu.

Rysunek 20

Przygotowanie przez uczelnię do założenia i prowadzenie małej firmy

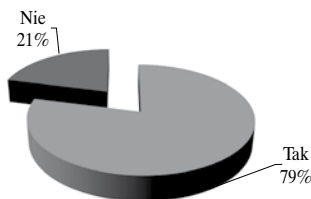


Źródło: badania własne.

Na pytanie, czy oczekujesz wsparcia instytucji zewnętrznej w założeniu firmy, jak w ubiegłorocznym badaniu, 79% studentów odpowiedziało twierdząco. Oznacza to, że przy wsparciu zewnętrznym start z działalnością gospodarczą będzie ułatwiony.

Rysunek 21

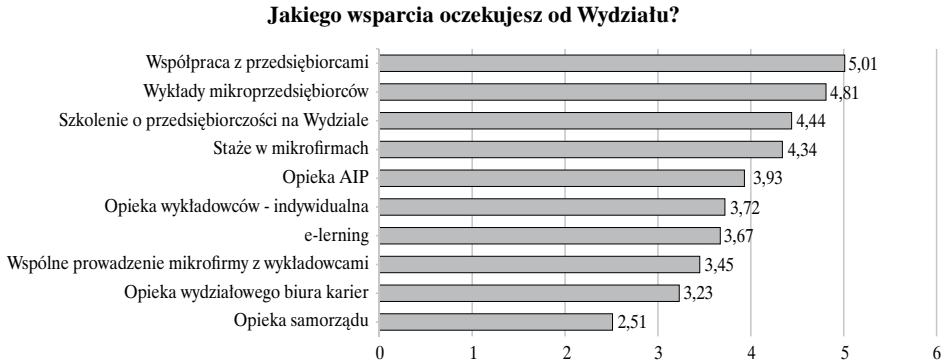
Czy oczekujesz wsparcia instytucji zewnętrznej?



Źródło: badania własne.

Na kolejne pytanie o to, jakiego wsparcia oczekujesz od Wydziału odpowiedzi zamieszczono na rysunku 22.

Rysunek 22



Źródło: badania własne.

Dysponując skalą odpowiedzi od 1 do 6 punktów, najwyższą ocenę uzyskała odpowiedź: współpraca z przedsiębiorstwami (średnia ocen 5,01), drugą wykłady mikro przedsiębiorców (średnia ocen 4,81), następnie szkolenie o przedsiębiorczości na Wydziale (4,44) i staże w mikro firmach (4,34). Ewidentnie potwierdza to tezę o potrzebie bardziej aktywnego kontaktu z biznesem.

Na pytanie o tym, jakiego wsparcia oczekujesz od instytucji zewnętrznej, jednakowo wysoko w skali 1–6, studenci umieścili odpowiedzi: więcej informacji o rozpoczynaniu działalności gospodarczej i szerszy dostęp do środków unijnych (średnia ocen 5,2).

4. Wnioski

Jak wspomniano we wstępie, w najbliższych latach można oczekiwać diametralnych zmian tradycyjnych czynników wzrostu i rozwoju gospodarczego w wymiarze gospodarki europejskiej oraz gospodarek krajowych – jest to przejście do gospodarek opartych na wiedzy i innowacjach. Warunkuje to nowe wyzwania dotyczące lepszego wykorzystania, przede wszystkim kapitału ludzkiego w tych działaniach, przez przygotowanie pracowników do nowych wyzwań dynamicznie zmieniającego się rynku pracy. Rozwój oparty na wiedzy i innowacjach oznacza zmiany w dotychczasowych strukturach gospodarek – chodzi o rozwój gałęzi przemysłu absorbujących nowe techno-

logie oraz nowoczesnego sektora usług, opartego na zastosowaniu nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych.

Problemy te w szczególności z dużą intensywnością wystąpią na Mazowszu, gdyż jest to region Polski najwyżej rozwinięty ekonomicznie, z największym potencjałem innowacyjnym oraz największą liczbą absolwentów szkół wyższych, wchodzących na rynek pracy. Dlatego ważnym wyzwaniem stojącym przed szkołami wyższymi na Mazowszu będzie odpowiednie przygotowanie studentów, umożliwiające znalezienie zatrudnienia i pozostania aktywnym na tym zmieniającym się szybko rynku pracy. Dlatego nasze badanie ankietowe miało za zadanie poznanie opinii studentów ostatnich lat studiów na temat ich przygotowania zawodowego, a głównie oceny nabytych przez nich kompetencji i umiejętności, które będą atutem w skutecznym poszukiwaniu zatrudnienia na mazowieckim rynku pracy.

Z badań wynika, że studenci świadomie podejmują decyzję o wyborze kierunku studiów, w dużym stopniu uwzględniają możliwość podjęcia pracy po ukończeniu studiów. Badani oceniali dobrze lub bardzo dobrze przygotowanie do podjęcia pracy zawodowej, wykazując przy tym dużą świadomość znaczenia zdobywania doświadczenia zawodowego jeszcze w czasie studiów, jako ważnej przesłanki skutecznego ubiegania się o zatrudnienie. Zwracali uwagę na zbyt małe wykorzystanie w dydaktyce metod nauczania, służących kształceniu kompetencji pożądanych przez pracodawców oraz sugerowali większe wykorzystanie praktyków gospodarczych w prowadzeniu zajęć z przedmiotów kierunkowych, jak i w ramach wykładów do wyboru. W przyszłości preferowanymi miejscami pracy przez studentów są: korporacje międzynarodowe, duże firmy krajowe, ale na trzecim miejscu w tej hierarchii znajduje się własna działalność gospodarcza.

Interesujące wnioski nasuwają się z badania opinii o umiejętnościach i kompetencjach rozwijanych w czasie studiów u ankietowanych. Wcześniej wspomniano o bardzo wysokim przekonaniu studentów co do rangi oraz praktyki i doświadczenia zawodowego w skutecznym poszukiwaniu pracy. Znalazło to swoje odzwierciedlenie w analizie kolejności preferowanych przez pracodawców sposobów rekrutacji pracowników. Studenci na pierwszym miejscu sytuowali praktykę i doświadczenie zawodowe, jako ważne atuty przy poszukiwaniu pracy. Natomiast badani z tego punktu widzenia pracodawcy Mazowsza, jako preferowane kryterium w procesie rekrutacji do pracy wymieniali kierunek studiów.

Badanie wykazało także istotne rozbieżności między studentami i pracodawcami w preferowanych kompetencjach, uwzględnianych w procesie rekrutacji do pracy. Można mówić o występowaniu pewnej asymetrii w oce-

nie ważności kompetencji wskazanych przez studentów i oczekiwanych przez pracodawców. Pracodawcy na pierwszych pięciu miejscach wśród oczekiwanych przez nich kompetencji wymieniali w kolejności ważności: kierunkowa wiedza fachowa, samodzielność, umiejętność analitycznego myślenia, umiejętność wykorzystania narzędzi informatycznych, umiejętność pracy w zespole. Wśród ankietowanych ta kolejność była następująca: znajomość języków obcych, umiejętność pracy pod presją czasu, umiejętność pracy w zespole, samodzielność, umiejętność dostrzegania i rozwiązywania problemów.

W tym kontekście w ocenie studentów, wśród kompetencji rozwijanych w czasie studiów, pięć najwyżej ocenionych to: samodzielność, umiejętność nawiązywania kontaktów, umiejętność analitycznego myślenia, umiejętność pracy w zespole, umiejętność pracy pod presją czasu. Konfrontując nabyte w czasie studiów kompetencje z oczekiwaniami mazowieckich pracodawców, można zauważyć w tym przypadku zbieżność ze stwierdzeniami ankietowanych.

Jednym z wyznaczników skutecznego poszukiwania pracy jest zastosowanie odpowiednich metod. W kolejności odsetka wskazań studenci wymieniali: wydziałowe biuro karier, wydziałowe targi pracy, warsztaty z udziałem przedstawicieli firm. W poszukiwaniu miejsca pracy studenci korzystali głównie z wyszukiwarki internetowej i bezpośrednich znajomości w firmie. Zdecydowanie najmniej popularna forma poszukiwania przez studentów ofert pracy były: targi pracy i kontakty organizacji studenckich z firmami.

W naszym obecnym badaniu wróciliśmy do interesującego nas problemu postrzegania przez studentów mikro przedsiębiorczości, jako drogi swojej kariery zawodowej i oczekiwanej pomocy w tym zakresie od Wydziału i instytucji zewnętrznych. W badaniu potwierdziło się dosyć duże zainteresowanie studentów założeniem własnej firmy, stąd też te osoby oczekują konkretnej pomocy uczelni w przygotowaniu do wejścia na taką ścieżkę kariery zawodowej. **Studenci oczekują zwiększenia różnorodnych form współpracy Wydziału z biznesem, w tym udziału przedsiębiorców w wykładach i szkoleniach organizowanych na Wydziale.** Zwracali też uwagę na wiedzę praktyczną dotyczącą zagadnień związanych z rozpoczynaniem działalności gospodarczej oraz informacji o dostępnych środkach unijnych w tym zakresie.

Podsumowanie wyników naszych badań umożliwia sformułowanie także bardziej generalnych wniosków:

- *istnieje konieczność zacieśnienia i rozszerzenia form współdziałania szkół wyższych z biznesem, w tym szersze włączenie studentów w proces kształcenia,*
- *dydaktyka szkoły wyższej powinna szerzej stosować metody kształtujące kompetencje przydatne studentom w poszukiwaniu pracy,*

- oferta edukacyjna powinna być co pewien czas aktualizowana, z punktu widzenia prognozowanych zmian na rynku pracy,
- należałoby w programie studiów zwiększyć bloki tematyczne programów, dotyczące przedsiębiorczości.

Wyniki badań potwierdzają konieczność lepszego reagowania szkół wyższych na dynamicznie zmieniające się oczekiwania obecnego rynku pracy. W toku studiów wydaje się, że powinien być położony szczególny nacisk na kształtowaniu kompetencji i umiejętności rozwijających postawy przedsiębiorcze wśród studentów. Działania te mają duże znaczenie w skutecznym poszukiwaniu przez studentów zatrudnienia na trudnym i wysoce konkurencyjnym mazowieckim rynku pracy.

BIBLIOGRAFIA

- Akademickie Mazowsze 2030 (2012). *Diagnoza zapotrzebowania na kwalifikacje i kompetencje absolwentów szkół wyższych Mazowsza wchodzących na rynek pracy. Raport z badania*, Politechnika Warszawska, Warszawa, www.akademickiemazowsze2030.pl.
- Czapiewski, K.Ł. i Janc, K. (2013). *Edukacja jako czynnik rozwoju Mazowsza*, Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego, Warszawa.
- GUS (2013). *Regiony Polski*, Warszawa.
- Herbst, J. (2012). *Przemiany rynku pracy i struktury gospodarki w województwie mazowieckim w kontekście rozwoju technologii informacji i komunikacji*, Warszawa.
- Komisja Europejska (2010). *Strategia Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjająca włączeniu społecznemu*, Bruksela.
- Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego (2013a). *Trendy rozwojowe Mazowsza. Diagnoza*, Warszawa.
- Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego (2013b). *Rynek pracy województwa mazowieckiego – analiza przestrzenna*, Warszawa.
- Murawska, E. (2013). *Trendy w edukacyjnych wyborach studentów szkół wyższych na Mazowszu w aspekcie potrzeb mazowieckiego rynku pracy*, Mazowiecki Ośrodek Badań Regionalnych, Warszawa.
- Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (2013). *Analiza zapotrzebowania gospodarki na absolwentów kierunków kluczowych w kontekście realizacji Strategii Europa 2020*, Warszawa.
- SGH, Amerykańska Izba Handlowa, Ernst& Young (2012). *Kompetencje i kwalifikacje poszukiwane przez pracodawców wśród absolwentów szkół wyższych wchodzących na rynek pracy*, Warszawa.
- Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego (2013). *Strategia Rozwoju Województwa Mazowieckiego. Inteligentne Mazowsze*, Warszawa.
- Urząd Rady Ministrów RP (2012). *Strategia Rozwoju Kraju 2030*, Warszawa.
- Urząd Statystyczny (2013). *Portret Województwa Mazowieckiego 2010–2012*, Warszawa.
- Wojewódzki Urząd Pracy (2013). *Bezrobotni będący w szczególnej sytuacji na rynku pracy województwa mazowieckiego w II kwartale 2013 roku*, Warszawa.

Zborowska, W. i Szałański, M. (2013). Postawy przedsiębiorcze studentek i studentów na tle przedsiębiorczości kobiet w Polsce i na Mazowszu. W: A.Z. Nowak, M. Szałański (red.), *Mikrofirmy siłą napędową gospodarki Mazowsza*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa.

Zborowska, W. i Szałański, M. (2013). *Ocena przygotowania zawodowego studentów do pracy – wyniki badania ankietowego*, Wydział Zarządzania UW, Warszawa.

Narzędzia zautomatyzowanej wyceny nieruchomości jako nowy trend na warszawskim rynku mieszkaniowym

Streszczenie

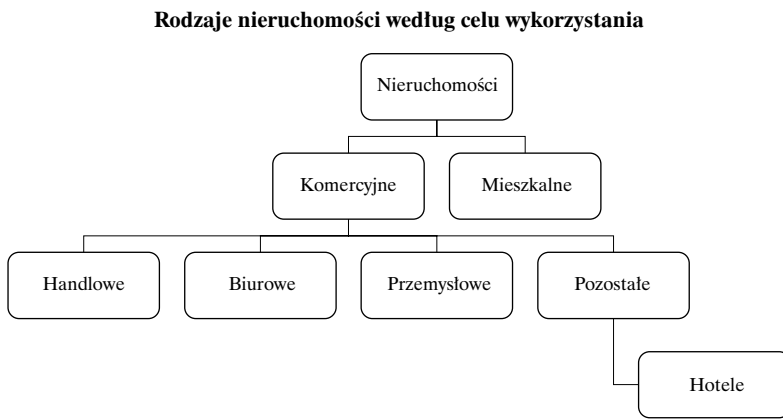
Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie determinant i skali zmian cen na warszawskim rynku mieszkaniowym w kontekście rozwoju narzędzi zautomatyzowanej wyceny, które mogą wspomagać szacunki dokonywane przez ekspertów. Prowadzone rozważania oparte zostaną na „statystycznym obrazie” stolicy. W opracowaniu wykorzystano bogatą bazę danych, która udostępniona została przez jedną z działających na terenie Warszawy agencji obrotu nieruchomościami. Analizie poddano wybrane statystyki opisowe na rynku nieruchomości mieszkaniowych. Ponadto autor odwoła się do badań ekonometrycznych, które pozwalają powiązać fundamentalne cechy budownictwa mieszkaniowego z realną wartością postrzeganą przez nabywców. Tłem prowadzonych rozważań o charakterze ilościowym będą burzliwe zmiany w otoczeniu gospodarczym. Wnioski z badań są wzbogacone o opinie ekspertów rynku obrotu nieruchomościami oraz praktyczne uwarunkowania gromadzenia danych na warszawskim oraz polskim rynku mieszkaniowym.

1. Wstęp

Kreacja wartości nieruchomości w Polsce uzależniona jest od bogatej grupy czynników gospodarczych, społecznych czy nawet politycznych. Patrząc przez pryzmat czynników ekonomicznych, najważniejszym kryterium podziału nieruchomości jest ich lokalizacja (Brzeski, 2007: 284,). Naturalnym procesem rynkowym jest kształtowanie się i hierarchizowanie różnych czynników decydujących o parametrach danej nieruchomości (z ceną na czele) w różnych regionach i miejscach o specyficznych charakterystykach. Stąd dla

zachowania jednorodności próby badawczej w niniejszym opracowaniu badania empiryczne zostaną w znacznej mierze ograniczone do wyszczególnionego obszaru Warszawy. Ponadto, jak zaznaczono w tytule artykułu, analiza dotyczyć będzie wyłącznie nieruchomości mieszkaniowych, które w świetle ogólnie przyjętej klasyfikacji ze względu na cel wykorzystania zaliczyć należy do grupy nieruchomości mieszkalnych (rys. 1).

Rysunek 1



Źródło: Wiśniewska (2011: 14).

Złożoność życia gospodarczego sprawia, że w praktyce pojawiają się liczne problemy związane z wyceną nieruchomości, nawet tych dających się zaliczyć do określonych grup i regionów. Dzieje się tak ponieważ w rzeczywistości nie można spotkać dwóch identycznych nieruchomości. Proces wyceny dodatkowo komplikuje się w sytuacji burzliwych zmian w otoczeniu makroekonomicznym – tak jak ma to miejsce podczas ogólnoswiatowego kryzysu. Wycena obiektów takich jak nieruchomości jest zadaniem trudnym, które wymaga wiedzy i doświadczenia ponieważ są to rzeczy oznaczone co do tożsamości, a nie tylko co do gatunku. W tym przypadku cena jest zewnętrznym przejawem wartości, którą silnie kształtują procesy rynkowe. Człowiek jest więc w stanie nie tyle określić wartość konkretnej nieruchomości, lecz jedynie ją oszacować z mniejszym, bądź większym błędem. Dodatkowo, należy mieć na uwadze fakt, iż „sektor nieruchomości [...] należy do ważnych stref gospodarki. Kształtuje bowiem, w znaczącym stopniu, podstawowe zjawiska ekonomiczne, takie jak: inwestycje, oszczędności, koniunkturę gospodarczą,

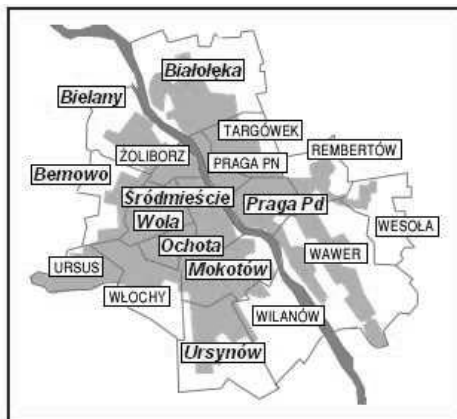
zatrudnienie, majątek rzeczowy, efektywność sektora bankowego, jak również postawę i zadowolenie społeczeństwa” (Dziworska, 2007: 10).

2. Analiza statystyczna cen mieszkań w Warszawie

Warszawa podzielona jest na 18 dzielnic (rys. 2), które zachowując swój własny charakter, składają się na obraz całego miasta. Dzielnice to: Bemowo, Białołęka, Bielany, Mokotów, Ochota, Praga Południe, Praga Północ, Rembertów, Śródmieście, Targówek, Ursus, Ursynów, Wawer, Wesoła, Wilanów, Włochy, Wola oraz Żoliborz. Dane liczbowe zostały zgromadzone przez jedną z działających na terenie Warszawy agencji obrotu nieruchomości, a następnie dostosowane do potrzeb niniejszego badania. Pełna próba badawcza obejmuje dokładnie 6660 ofert sprzedaży mieszkań z okresu od stycznia 2006 roku do lipca 2011 roku. Oferty stanowią liczną bazę danych w podziale na 9 dzielnic Warszawy tj.: Bemowo, Białołęka, Bielany, Mokotów, Ochota, Praga południe, Śródmieście, Ursynów, Wola. Niestety, badanie nie obejmuje swym zasięgiem wszystkich osiemnastu dzielnic z uwagi na brak dostępu do ofert sprzedaży mieszkań w niektórych częściach administracyjnych stolicy, takich jak: Praga Północ, Rembertów, Targówek, Ursus, Wawer, Wesoła, Wilanów, Włochy oraz Żoliborz.

Rysunek 2

Podział dzielnicowy Warszawy



Źródło: opracowanie własne na podstawie: http://www.um.warszawa.pl/v_syrenka/miasto/dzielnice.htm

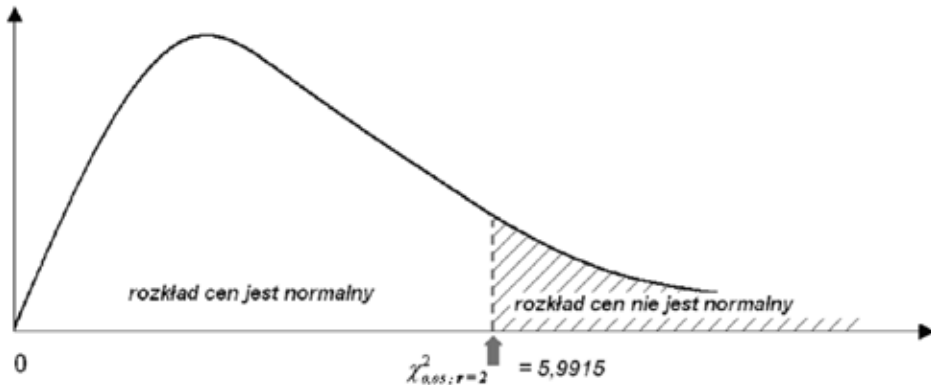
Przekrojowa analiza cen mieszkań w stolicy została przeprowadzona na podstawie wybranych statystyk opisowych oraz pomocniczo testu Jarque-Bera (Lipiec-Zajchowska, 1999: 78–79) na normalność rozkładu badanej cechy. Analizowane rozkłady cen mieszkań w Warszawie są jednomodalne, zatem uzasadniona staje się interpretacja podstawowych miar statystycznych. Ponadto test Jarque-Bera wskazuje na brak zgodności rozkładu cen z rozkładem normalnym. Statystyka Jarque-Bera ma rozkład χ^2 z dwoma stopniami swobody i jest obliczana według poniższego wzoru:

$$JB = \frac{n}{6} \left(S^2 + \frac{(K - 3)^2}{4} \right),$$

gdzie: S – współczynnik skośności, K – współczynnik kurtozy.

Rysunek 3

Testowanie hipotezy o zgodności rozkładu badanej cechy z rozkładem normalnym testem χ^2
(Żyżyński J. 1999, s. 61-64)



H_0 : $F(\text{cena}) = F_0(\text{cena})$, rozkład ceny mieszkania jest zgodny z rozkładem normalnym

H_1 : $F(\text{cena}) \neq F_0(\text{cena})$, rozkład ceny mieszkania nie jest zgodny z rozkładem normalnym

Empiryczne poziomy istotności (prob-value) obliczone w programie ekonometrycznym Eviews są mniejsze od 0,00005, a więc wskazują na odrzucenie hipotezy zerowej na rzecz hipotezy alternatywnej z prawdopodobieństwem popełnienia błędu pierwszego rodzaju mniejszym od 0,00005 (tabela 1). Prawdopodobnie wynika to z charakterystycznej dla wszystkich

badanych dzielnic asymetrii prawostronnej, wynikającej z faktu że w obrębie badanej próby liczniejsze są oferty o wartości poniżej średniej. Współczynnik asymetrii rozkładu (skewness) jest obliczany w oparciu o trzeci i drugi moment centralny według wzoru (Sobczyk, 1998: 52–54):

$$S = \frac{\mu_3}{\sigma^3} = \frac{\mu_3}{(\sigma^2)^{3/2}} = \frac{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x - \bar{x})^3}{\left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x - \bar{x})^2 \right)^{3/2}}$$

Tabela 1

Ocena statystyczna cen mieszkań w Warszawie w podziale na wybrane dzielnice (rok 2008)

	Bemowo	Białoleka	Bielany	Mokotów	Ochota	Praga Południe	Śródmieście	Ursynów	Wola
Mean	437,5	366,3	377,5	470,6	463,6	396,4	553,3	511,8	374,4
Median	390,5	347	352	393	400	363	450,5	486	341
Maximum	1345	1035	1242	3623	2270	1593	4060	1500	1550
Minimum	166	124	109	66	101	98	135	61	114
Std. Dev.	172,1	129,5	153,8	318,7	264,1	179,9	371,2	193,2	185,3
Wsp. zmienności	0,4	0,4	0,4	0,7	0,6	0,5	0,7	0,4	0,5
Skewness	1,3	1,2	1,3	4,2	2,2	1,8	3,1	1,2	2,1
Kurtosis	5,7	5,7	5,8	30,2	11,1	9,0	19,0	5,6	9,9
Jarque-Bera	435,4	404,0	455,9	25021,5	2664,0	1520,9	9040,6	391,8	2001,8
Probability	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Źródło: opracowanie własne w programie Eviews 3.1.

Odstępstwem od rozkładu normalnego jest też wysoka wartość współczynnika kurtozy, która wskazuje że wszystkie histogramy zbudowane dla badanych dziewięciu dzielnic Warszawy są dużo bardziej wysmukłe w porównaniu z rozkładem normalnym. Współczynnik spłaszczenia jest obliczany w oparciu o czwarty i drugi moment centralny według wzoru (Sobczyk, 1998: 55-59):

$$K = \frac{\mu_4}{\sigma^4} = \frac{\mu_4}{(\sigma^2)^2} = \frac{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x - \bar{x})^4}{\left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x - \bar{x})^2 \right)^2}$$

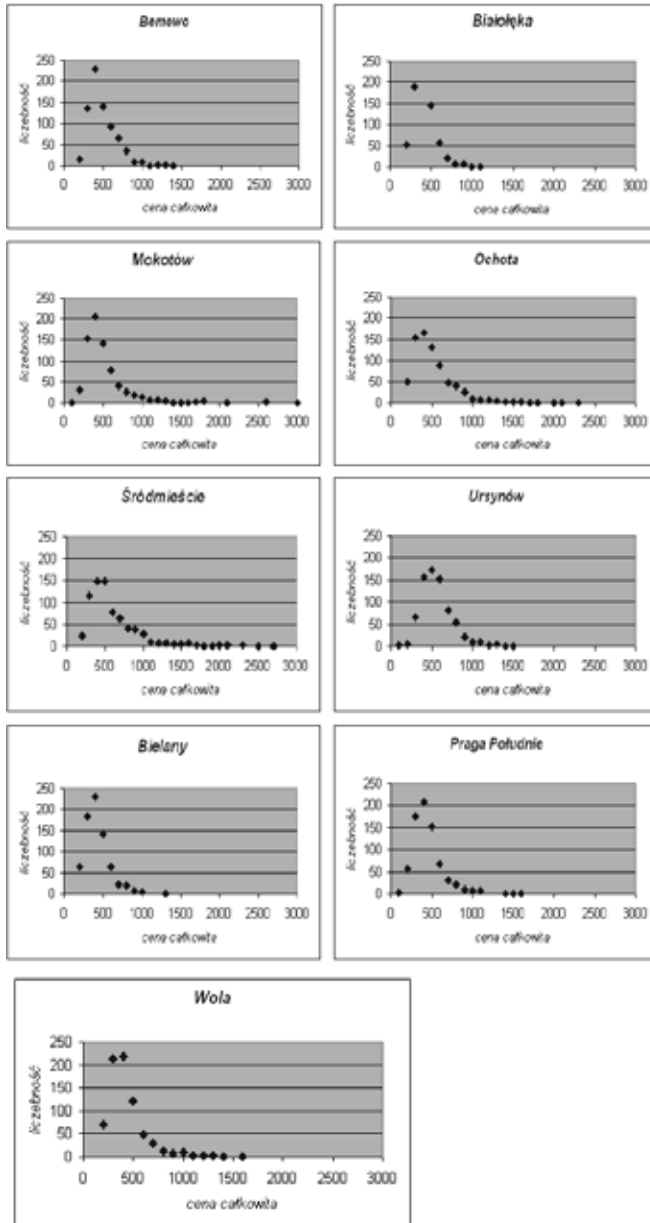
Szczególnie wysmukłe są rozkłady cen na Mokotowie i w Śródmieściu, gdzie współczynnik spłaszczenia przyjmuje wartości odpowiednio 30,2 i 19,0. Jednocześnie w tych dwóch dzielnicach występuje największe zróżnicowanie cen mierzone współczynnikiem zmienności (odchylenia standardowe: Mokotów 318,7 tys. pln; Śródmieście 371,2 tys. pln). Wysokie zróżnicowanie cen mieszkań w tych dzielnicach Warszawy można tłumaczyć relatywnie wysokim odsetkiem budownictwa przedwojennego w połączeniu ze znaczną liczbą niedawno powstałych mieszkań o wysokim standardzie. Szczególnie właśnie Śródmieście jest dzielnicą, w której spotkać można apartamenty i penthouse'y z ceną przekraczającą czasami 4 miliony złotych.

Najwyższe średnio ceny występują w Śródmieściu (553,3 tys. pln) i na Ursynowie (511,8 tys. pln). Ceny na Ursynowie cechują się jednak znacznie mniejszym zróżnicowaniem (wsp. zmienności około 40%). Najwyraźniej średnio większa liczba metrów kwadratowych w połączeniu z nowszą zabudową może okazać się równie wartościowa co doskonała lokalizacja w centrum miasta. Kolejne miejsca pod względem średniej ceny mieszkania zajmują Mokotów (470,6 tys. pln), Ochota (463,6 tys. pln) oraz Bemowo (437,5 tys. pln) z cenami powyżej 400 tys. złotych. Bemowo wyróżnia się spośród nich najmniejszym zróżnicowaniem cen – współczynnik zmienności 40%. Pozostałe dzielnice poddane badaniu czyli Białołęka, Bielany, Praga Południe i Wola charakteryzują się średnimi cenami mieszkań w przedziale od około 366 tys. pln do około 396 tys. pln ze zróżnicowaniem 40-50%.

Statystyczny obraz stolicy na podstawie badanej próby pozwala przekonać się o przewadze na rynku ofert sprzedaży mieszkań o relatywnie niskiej wartości oraz dość znacznym zróżnicowaniu cen. Jest to zupełnie zrozumiałe z uwagi na przewagę w obrocie mieszkań małych, najczęściej tak zwanych kawalerek z mniejszą od przeciętnej wartością. Przedstawiona „struktura statystyczna” warszawskiego rynku nieruchomości mieszkaniowych jest stosunkowo stabilna w czasie. Głębokie zmiany w strukturze zabudowy musiałyby się wiązać z ogromnymi nakładami inwestycyjnymi realizowanymi w perspektywie długoterminowej.

Rysunek 4

Zestawienie rozkładów cen mieszkań dla badanych dzielnic Warszawy (rok 2008)



Źródło: opracowanie własne w programie Eviews 3.1.

3. Wpływ bańki spekulacyjno-kredytowej na ceny nieruchomości

Do końca roku 2007 ceny nieruchomości w Polsce systematycznie rosły. Znaczna dynamika wzrostów cen podyktowana została przez koniunkturę panującą na rynku. W województwie mazowieckim najszybciej nabierały na wartości nieruchomości zlokalizowane w stolicy. Okolice Warszawy również cieszyły się zainteresowaniem inwestorów oraz nabywców indywidualnych z racji przewidywanych dalszych korzystnych zmian cen i postępującego procesu urbanizacji. Na rynku warszawskim coraz wyraźniej ujawniał się mechanizm spekulacji.

Rynek nieruchomości, z powodu problemów z przepływem informacji oraz skłonności podmiotów do inwestycji na nim, dość często boryka się z problemem bańki spekulacyjnej.

Bańka spekulacyjna, określana także jako bąbel spekulacyjny, jest tymczasowym stanem rynku, w którym cena danego dobra rażąco przekracza jego wartość. Sytuacja ta powstaje, gdy spekulacja danym dobrem powoduje wzrost cen, napędzający w konsekwencji spekulacje. W pewnym momencie jednak mechanizm ten ulega załamaniu i następuje pęknięcie bańki – objawiające się drastycznym spadkiem cen i wartości zasobów wielu inwestorów. Bańka cenowa jest samonapędzającym się mechanizmem, w którym wzrost cen generowany jest ciągle rosnącymi oczekiwaniami. Bąble spekulacyjne zwykle nie trwają długo a ich pęknięcie wywołuje głębokie załamanie rynku, poważne straty wielu inwestorów oraz okres niskich cen.

Po analizie doświadczeń Stanów Zjednoczonych z zakresu bańki nieruchomości oraz obserwowanych diametralnych zmianach cen na rynku nieruchomości w Chinach (spadek o 40% w ciągu miesiąca) można zaobserwować, iż podobna sytuacja miała i wciąż ma miejsce w Polsce. W polskich warunkach, gdzie większość inwestycji w nieruchomości mieszkalne finansowana jest kredytami hipotecznymi, bańka kredytowa ściśle zintegrowana jest z owym rynkiem kredytów, dlatego omawiany mechanizm jest określany jako bańka spekulacyjno-kredytowa. Zaskakujący wzrost cen, nieuzasadniony ekonomicznie (hiperinflacją lub znaczącym wzrostem średniej płacy miesięcznej), dla poszczególnych miast w Polsce można zaobserwować w tabeli 2.

Tabela 2

**Ceny metra kwadratowego nieruchomości mieszkaniowych w Warszawie
na tle wybranych miast Polski w latach 2000–2007 oraz średni koszt budowy w 2007 roku**

Lata Miasto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Średni koszt budowy 1 m ² w 2007 r.
Poznań	2750	2805	2752	2836	3224	3390	3984	6102	3491
Trójmiasto	2437	2561	2628	2536	2702	3830	5405	7136	2820
Łódź	2331	2062	2382	2234	2898	3045	3200	5460	2961
Wrocław	2478	2523	2607	2776	2872	3308	5236	7451	2944
Warszawa	3200	3455	3526	3540	3734	4788	6014	8082	4791
Kraków	2931	2950	3015	2978	3307	4094	5900	7568	2977

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Reas Consulting oraz redNet Consulting.

Tabela 3

**Indeksy dynamiki ceny metra kwadratowego nieruchomości mieszkaniowych w Warszawie
na tle wybranych miast Polski w latach 2000–2007**

Lata Miasto	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Poznań	1,00	1,02	1,00	1,03	1,17	1,23	1,45	2,22
Trójmiasto	1,00	1,05	1,08	1,04	1,11	1,57	2,22	2,93
Łódź	1,00	0,88	1,02	0,96	1,24	1,31	1,37	2,34
Wrocław	1,00	1,02	1,05	1,12	1,16	1,33	2,11	3,01
Warszawa	1,00	1,08	1,10	1,11	1,17	1,50	1,88	2,53
Kraków	1,00	1,01	1,03	1,02	1,13	1,40	2,01	2,58

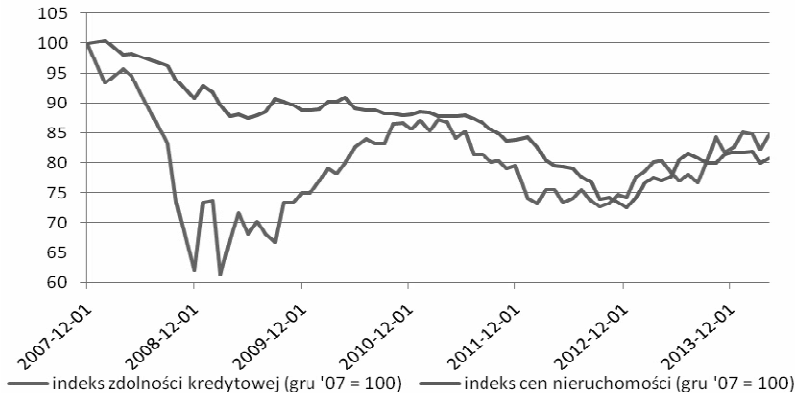
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Reas Consulting oraz redNet Consulting.

Analiza wykazuje znaczący wzrost cen mieszkań w latach 2005–2007; w Warszawie, w tym okresie ceny za 1 m² wzrosły średnio o 68% przy inflacji dla tego okresu wynoszącej jedynie 6,1%. Dodatkowo, porównując średni koszt budowy do cen oferowanych mieszkań można odnieść nieodparte wrażenie, iż wzrost na poziomie 68,7% przyjmuje zdecydowanie zbyt duże wartości. Niewątpliwie zatem, obserwowany na terenie całej Polski w latach 2005–2007 nieuzasadniony wzrost cen nieruchomości w zestawieniu ze znaczącym wzrostem udzielanych kredytów na stosunkowo duży procent, można określić mianem bańki spekulacyjno-kredytowej. Obserwacja cen na przestrzeni następnych kilku lat (2009–2013) nie pozwoliła dostrzec spektakularnego pęknięcia bańki spekulacyjnej (rys. 5).

Rysunek 5

**Indeks zmian cen nieruchomości w Polsce
na tle indeksu zmian zdolności zaciągania kredytów hipotecznych (2007–2013)**

Poziom cen nieruchomości na tle przeciętnej zdolności kredytowej



Źródło: <http://gielda-inwestora.pl/menu-nieruchomosci/wiadomosc-z-rynku-nieruchomosci/prognozy-rynku-nieruchomosci-na-2013-rok>

Pomimo zauważalnego braku kupujących przez pierwszy okres kryzysu, ceny nieruchomości mieszkaniowych początkowo stały w miejscu. Dopiero w późniejszych okresach dokonywały się pewne korekty cen nieruchomości. Można również postawić tezę, że wiele nieruchomości relatywnie traciło na wartości przez brak wzrostów ich cen. W roku 2014 analitycy rynku zapowiadają rozpoczęcie procesu dalszych wzrostów cen na rynku nieruchomości w Warszawie.

Podsumowując, czynniki społeczne, podobnie jak polityczne i gospodarcze mają wpływ na sektor nieruchomości. Determinanty te, wraz z instrumentem kredytu hipotecznego (rys. 5) kreują podstawowe zależności pomiędzy popytem a podażą, wpływają także na decyzje wszystkich podmiotów działających na rynku nieruchomości (Kucharska-Stasiak, 2006).

4. Zastosowanie modelu do szacowania wartości mieszkania dla warszawskiej dzielnicy Bemowo

Pojawienie się metod zautomatyzowanej wyceny na rynku nieruchomości (AVMs – Automated Valuation Models) można z całą pewnością określić mianem „nowego trendu” w Polsce. Z punktu widzenia globalnego rynku

nieruchomości posługiwanie się różnego rodzaju „kalkulatorami wyceny” nie jest przesadnie nowatorskie. Za dobry przykład może posłużyć rynek nieruchomości w USA, gdzie istnieją podmioty oferujące produkty statystyczno-informatyczne, które wspierają proces wyceny od blisko 20 lat.

W warunkach polskich praktycznie tylko dla dużych miast gromadzony jest wystarczająco bogaty materiał statystyczny, aby można było myśleć o budowie narzędzi ilościowych, które mają na celu wspomaganie procesu wyceny nieruchomości. W praktyce istnieje w kraju wiele lokalizacji, dla których spotykamy się z zupełnym brakiem informacji statystycznej. Ponadto trudno jest spełnić warunek płynności rynku w lokalizacjach szczegółowych zwłaszcza od czasu pojawienia się pierwszych oznak kryzysu. Próby automatycznego szacowania wartości nieruchomości mieszkaniowych w okresie widocznego kryzysu (2009–2011) dla wybranej części Warszawy doprowadziłyby do wystąpienia relatywnie większych rozbieżności z cenami empirycznymi.

Z perspektywy całego kraju Warszawa może zostać zakwalifikowana do miast o relatywnie dużej liczbie transakcji na nieruchomościach. Nawet w stolicy jednak od roku 2008 można było dostrzec dużo mniejszą liczbę transakcji, co przekłada się na mniejszą dokładność szacunków zwłaszcza w niektórych dzielnicach. Nie jest to problem wyłącznie zastosowania narzędzi zautomatyzowanej wyceny. Licencjonowani rzeczoznawcy majątkowi również napotykają na trudności z ustaleniem wartości rynkowej nieruchomości w tak zmiennych realiach gospodarczych.

W odniesieniu do całego województwa mazowieckiego również odnotować można duże dysproporcje w dostępie do informacji. Najlepszym polem do stosowania innowacji związanych z automatyczną wyceną jest oczywiście stolica z racji tworzenia i aktualizacji baz danych o nieruchomościach. Występowanie baz danych dla dużych aglomeracji jest naturalne z uwagi na koncentrację ludności, nowoczesnych technologii i relatywnie większą liczbę transakcji. Poza terenem Warszawy w ramach województwa mazowieckiego najczęściej spotyka się zdecydowany brak informacji o cenach nieruchomości danego typu.

W części empirycznej niniejszego opracowania przedstawiony zostanie przykład analizy ekonometrycznej, która pozwala na oszacowanie ceny mieszkania w dzielnicy Bemowo. Autor przeprowadził podobne badania także dla innych dzielnic Warszawy jednak z uwagi na ograniczony rozmiar artykułu ograniczy się jedynie do modelowania wybranej dzielnicy Bemowo. W praktyce automatycznej wyceny nieruchomości właściwym jest oparcie szacunków na danych dotyczących relatywnie niewielkiego tzn. jednorodnego

go obszaru, co z drugiej strony nie zawsze jest możliwe ze względu na dostępność do danych statystycznych.

Pomimo dynamicznych wzrostów cen w okresie tak zwanego boomu na rynku nieruchomości (Tabela 2) możliwe jest wyodrębnienie w tym okresie kluczowych determinant kształtujących wartość w danej lokalizacji. Jest to możliwe z uwagi na dużą liczbę transakcji oraz dość znaczny determinizm zachowań nabywców w badanym okresie. Jako przykład takiej analizy można potraktować właśnie model regresji dla dzielnicy Bemowo, który aż w 84-procentach wyjaśnia zmienność cen nieruchomości mieszkaniowych tej dzielnicy. Model został estymowany w oparciu o dane od stycznia 2006 do stycznia 2008. Oczywiście jest, że model ten nie służy finalnej wycenie nieruchomości, która może być dokonana wyłącznie przez licencjonowanego rzeczoznawcę majątkowego, ale może być traktowany jako narzędzie pomocnicze w pracy ekspertów. Na potrzeby niniejszego opracowania poniższy model stanowi próbę wyodrębnienia cech fundamentalnych nieruchomości mieszkaniowych, które wydatnie kształtują ich cenę.

Tabela 4

Model opisujący cenę mieszkania dla dzielnicy BEMOWO w okresie dobrej koniunktury na rynku (01.2006 – 01.2008)

Dependent Variable: LOG(CENA_BEM)				
Method: Least Squares				
Date: 07/22/14 Time: 15:03				
Sample (adjusted): 1/03/2006 1/10/2008				
Included observations: 717 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(LICZPIETER_BEM)	-0.076886	0.012139	-6.333625	0.0000
WIELKAPLYTA_BEM	-0.082225	0.013158	-6.249244	0.0000
HIP_BEM	0.098739	0.019154	5.155111	0.0000
MET_BEM	0.012870	0.000290	44.34428	0.0000
LLAT_BEM	-0.001019	0.000285	-3.570749	0.0004
LOG(T)	0.135088	0.009625	14.03510	0.0000
C	4.145852	0.062189	66.66517	0.0000
R-squared	0.843092	Mean dependent var	6.002247	
Adjusted R-squared	0.841319	S.D. dependent var	0.361170	
S.E. of regression	0.143871	Akaike info criterion	-1.027321	
Sum squared resid	14.65488	Schwarz criterion	-0.969893	
Log likelihood	377.2946	F-statistic	475.5240	
Durbin-Watson stat	1.990218	Prob(F-statistic)	0.000000	

Źródło: opracowanie własne w programie Eviews 5.1.

Zapis analityczny modelu zbudowanego dla dzielnicy Bemowo w okresie dobrej koniunktury:

$$\text{LOG}(\text{CENA_BEM}_t) = 4,14586 - 0,0769 \cdot \text{LOG}(\text{LICZPIETER_BEM}_t) - 0,0822 \cdot \text{WIELKAPLYTA_BEM}_t + 0,0987 \cdot \text{HIP_BEM}_t + 0,0129 \cdot \text{MET_BEM}_t - 0,001 \cdot \text{LLAT_BEM}_t + 0,1351 \cdot \text{LOG}(T)$$

Gdzie: CENA_BEM_t – cena całkowita mieszkania położonego na Bemowie, LICZPIETER_BEM_t – liczba pięter w budynku, WIELKAPLYTA_BEM_t – budownictwo z tak zwanej wielkiej płyty, HIP_BEM – hipoteczna forma własności, MET_BEM_t – powierzchnia mieszkania, LLAT_BEM_t – liczba lat mieszkania, T – trend.

Zbudowany model w 84%-ach wyjaśnia zmienność cen mieszkań w obrębie dzielnicy Bemowo. Na wysokie dopasowanie wartości teoretycznych do empirycznych wskazuje również niska wartość odchylenia standardowego składnika resztowego ($\pm 0,14$), które stanowi zaledwie 2% średniej arytmetycznej zlogarytmowanego szeregu cen mieszkań w badanej dzielnicy.

Wzrostowa tendencja cen nieruchomości w badanym okresie została odwzorowana przez zlogarytmowaną zmienną czasową. Jak wcześniej wspomniano obserwowana tendencja wzrostu cen jest większa od dynamiki wzrostu kosztów budowy 1 metra kwadratowego (Tabela 2) nieruchomości mieszkaniowych, co można tłumaczyć występowaniem spekulacji na rynku.

Zdaniem deweloperów i analityków warszawskiego rynku nieruchomości wzrost cen mieszkań na Bemowie można uzasadniać nie tylko dobrą koniunkturą w badanym okresie. W przyszłości przez Bemowo, wzdłuż ulicy Górczewskiej, przebiegnie linia metra – zatem jest to jeden z ważnych czynników który decyduje o rosnącej popularności tej dzielnicy. Ma to wpływ zarówno na rynek inwestycyjny – z punktu widzenia deweloperów powstaje oczekiwanie, że dzielnica oraz rynek mieszkaniowy będą się rozwijać. Z drugiej strony, kupujący oczekują poprawy obsługi komunikacyjnej. Wykorzystują to zatem zarówno osoby kupujące mieszkania na własne potrzeby, jak i kupujący mieszkania na wynajem oraz w celach spekulacyjnych. Cała 31-km linia metra ma być gotowa w 2016 roku (*Budowa nowej linii metra*, 2008).

Wszystkie znaki oszacowań parametrów przy zmiennych objaśniających są zgodne z oczekiwaniami merytorycznymi. Zgodnie z oszacowanym równaniem zwiększenie powierzchni mieszkania o 1 metr kwadratowy powoduje średnio zwiększenie jego ceny o 1,28 procent. Wartość nieruchomości na Bemowie może zostać zwiększona o dalsze 10,38% dzięki formie własności typu „hipoteka”.

Wzrost liczby lat „modelowego” mieszkania przekłada się na zmniejszenie jego wartości rynkowej. Każdy dodatkowy rok powoduje zmniejszenie ceny tego typu nieruchomości na Bemowie o 0,1%. Stosunkowo tańsze są tu również mieszkania zlokalizowane w budynkach o większej liczbie kondygnacji. Zwiększenie liczby pięter w danym budynku powoduje spadek ceny znajdującego się w nim lokalu. Ponadto budynki wykonane z budulca – „wielkiej płyty” są średnio o 7,89% tańsze od tych powstałych zgodnie z innymi technologiami.

Wszystkie parametry oszacowanego równania są istotne statystycznie dla poziomu istotności bliskiego zera. W modelu nie występuje autokorelacja składnika resztowego według testu Breusch-Godfrey’a. Empiryczne poziomy istotności podane dla rozkładu Fishera-Snedecora oraz χ^2 wskazują jednoznacznie na brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej, która zakłada brak autokorelacji składnika resztowego do rzędu drugiego w zbudowanym modelu. Można przyjąć, więc iż składnik resztowy w przeprowadzonej analizie ma charakter czysto losowy.

Modelowanie prowadzone przez autora dla oddzielnych dzielnic Warszawy pozwala zauważyć pewne prawidłowości w opisie kształtowania się wartości poszczególnych mieszkań. Otóż, po pierwsze widać wyraźnie, że istnieje podgrupa regresorów, których parametry w sposób dość uniwersalny zostały uznane za istotnie różne od zera dla wszystkich lub prawie wszystkich dzielnic poddanych badaniu – np. metraż, liczba lat, liczba pięter budynku oraz trend.

Wszystkie dzielnice poddane badaniu pozostają pod wpływem generalnych tendencji na warszawskim rynku mieszkaniowym w analizowanym okresie. Można przypuszczać, iż w każdej dzielnicy zarówno nabywcy, jak i właściciele sugerują się w swych decyzjach transakcyjnych ceną metra kwadratowego odnotowaną dla ofert z minionych kilku dni. Procesy autoregresyjne nie zostały jednak odwzorowane w badaniu z uwagi na zróżnicowanie ceny jednego metra kwadratowego dla różnych typów mieszkań.

Ważną rolę w modelu ekonometrycznym spełnia zmienna czasowa. Dane w oparciu o które przeprowadzono powyższe modelowanie (01.2006 – 01.2008) obejmują okres bardzo dynamicznych wzrostów cen nieruchomości – zwłaszcza w rejonie Warszawy i okolic. Stąd wiele osób lub podmiotów gospodarczych traktowało zakup nieruchomości jako znakomitą formę inwestycji, która w tych okolicznościach potrafiła przynosić zyski nie tylko w długim, lecz także w krótkim okresie. Większość z dzielnic stolicy należy do dość atrakcyjnych ponieważ są to rejony prestiżowe i komfortowe lub mają duże perspektywy, aby się takimi stać w niedalekiej przyszłości. Proces urbaniza-

cji następuje szybko, podobnie jak nieustanny rozwój infrastruktury, która ewoluuje w ślad za bardziej nowoczesnymi metropoliami. Należy również zauważyć, iż wiele mieszkań w stolicy skupiło zainteresowanie inwestorów zagranicznych. Obcokrajowcy, między innymi Hiszpanie i Irlandczycy, często nabywali mieszkania w Warszawie kreując dodatkowy popyt (<http://artykuly.krn.pl/> „Warszawski rynek nieruchomości – Wola i Żoliborz”, Artykuł z dnia 2006.12.08). Te preferencje wynikają między innymi z obserwacji wzrostu gospodarczego i zmian spowodowanych akcesją do Unii Europejskiej.

Jak można było się spodziewać znaczącą rolę w objaśnianiu ceny całkowitej mieszkania odgrywa metraż, choć siła wpływu powierzchni na cenę jest zróżnicowana przestrzennie.

Tabela 5

Porównanie wpływu powierzchni na cenę mieszkania w wybranych dzielnicach Warszawy (2008)

Zmienna endogeniczna: LOG(cena)		
	Zmienna egzogeniczna	Parametr
Bemowo	MET	0.0129
Białołęka	LOG(MET)	0.8192
Bielany	MET	0.0170
Mokotów	MET	0.0152
Ochota	LOG(MET)	0.9227
Praga Południe	LOG(MET)	0.8465
Śródmieście	LOG(MET)	1.0218
Ursynów	LOG(MET)	0.8339
Wola	LOG(MET)	0.8829

Źródło: opracowanie własne.

Modele regresji dla poszczególnych dzielnic poddanych badaniu zawierają w większości zlogarytmowane zmienne związane z powierzchnią tj. LOG(MET). Jednak w przypadku Bemowa, Bielany i Mokotowa uzyskano lepsze własności numeryczne dla modeli zawierających zmienną niezlogarytmowaną MET (tabela 4). Powstała tu niejednorodność utrudnia dokonywanie bezpośrednich porównań. Aczkolwiek w przypadku dzielnicy Śródmieście widoczny jest najsilniejszy wpływ zmiany powierzchni na zmianę ceny (tj. zwiększenie powierzchni mieszkania o 1% powoduje średnio zwiększenie jego ceny o 1,0218 procent). Relatywnie duży wpływ na wartość lokalu mieszkalnego odgrywa również metraż na Ochocie (0.9227) i Woli (0.8829). Są to dzielnice, w których zlokalizowanych jest wiele mieszkań małych o znacznej

liczbie lat – zatem większy metraż może w tym przypadku odpowiadać młodszej zabudowie.

Ponadto w 8 z 9 badanych dzielnic istotny wpływ na cenę posiada liczba lat mieszkania. Tylko w Śródmieściu wiek mieszkania wydaje się nie posiadać roli cenotwórczej. Jest to jednak dzielnica pod wieloma względami wyjątkowa, w której nabywcy często przedkładają lokalizację nad inne charakterystyki lokali.

Wśród zmiennych o dość uniwersalnym znaczeniu wyróżnić można jeszcze liczbę pięter w budynku oraz technologię budowy typu „wielka płyta”. W tym przypadku w 6 z 9 analizowanych dzielnic cena istotnie powiązana została z tymi cechami mieszkań.

Przedstawiony powyżej przykład nie stanowi zamkniętego zbioru metod szacowania wartości nieruchomości za pomocą narzędzi ilościowych, lecz przykład podejścia ekonometrycznego. Można uznać, że spotykane w praktyce algorytmy zautomatyzowanej wyceny będą udoskonalane na potrzeby konkretnych dzielnic czy regionów. Dość często występującym algorytmem wyceny jest tak zwana regresja rdzeniowa, która opiera szacunki na kilku wybranych nieruchomościach podobnych z danej lokalizacji. Wspólną cechą narzędzi zautomatyzowanej wyceny jest na chwilę obecną brak możliwości całkowitego uwzględnienia wpływu bardzo szczegółowej lokalizacji. Zupełnie świeżym pomysłem jest wykorzystanie technologii GPS w bazach danych o nieruchomościach. Istotny pozostaje nadal problem aktualizacji informacji o cenach transakcyjnych i stanie szacowanych budynków czego niestety nie można monitorować on-line. Okres globalnego kryzysu ukazał słabości metod szacowania nieruchomości nie tylko w Polsce, ale i na świecie. W sytuacji, gdy rynek nieruchomości zamarł lub załamał się zupełnie szacowanie nieruchomości stało się mniej realistyczne.

Poniżej zostanie zaprezentowany model regresji opisujący cenę teoretycznego mieszkania dla dzielnicy Bemowo w okresie gorszej koniunktury na rynku nieruchomości (01.2009 – 07.2011). Jak się okazuje fakt pojawienia się kryzysu spowodował zmniejszenie dobroci dopasowania modelu do danych empirycznych. Jednocześnie niektóre zmienne okazały się być zbędne z punktu widzenia szacowania wartości nieruchomości mieszkaniowych w badanej dzielnicy (nieistotne statystycznie). Wraz z pojawieniem się kryzysu gospodarczego zazwyczaj zakończył się trend wzrostowy cen na rynku nieruchomości. Stąd w modelu nie występuje zmienna odzwierciedlająca zmiany związane z upływem czasu. Ponadto budulec typu wielka płyta okazał się nieistotny statystycznie, co intuicyjnie powiązać można z mniejszą lub bardziej

zróżnicowaną próbą niż rzeczywistym brakiem oddziaływania tego czynnika na kształtowanie się cen nieruchomości mieszkaniowych w Warszawie.

Tabela 6

**Model opisujący cenę mieszkania dla dzielnicy BEMOWO
w okresie złej koniunktury gospodarczej na rynku (01.2009 – 07.2011)**

Dependent Variable: LOG(CENA_BEM)
Method: Least Squares
Date: 09/23/14 Time: 22:36
Sample (adjusted): 1/05/2009 7/01/2011
Included observations: 411 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(LICZPIETER_BE	0.074873	0.037155	2.015181	0.0458
HIP_BEM	0.059073	0.029606	1.995303	0.0480
MET_BEM	0.011262	0.000504	22.36423	0.0000
LLAT_BEM	-0.004034	0.001681	-2.399721	0.0177
C	12.29697	0.068692	179.0157	0.0000
R-squared	0.790517	Mean dependent var	13.18164	
Adjusted R-squared	0.784489	S.D. dependent var	0.372869	
S.E. of regression	0.173098	Akaike info criterion	-0.635817	
Sum squared resid	4.164829	Schwarz criterion	-0.532698	
Log likelihood	50.77880	F-statistic	131.1345	
Durbin-Watson stat	1.520609	Prob(F-statistic)	0.000000	

Źródło: opracowanie własne w programie Eviews 5.1.

Zapis analityczny modelu dla dzielnicy Bemowo w okresie złej koniunktury na rynku nieruchomości:

$$\text{LOG}(\text{CENA_BEM}_t) = 12,29697 + 0,0749 \cdot \text{LOG}(\text{LICZPIETER_BEM}_t) - + 0,0591 \cdot \text{HIP_BEM}_t + 0,0113 \cdot \text{MET_BEM}_t - 0,004 \cdot \text{LLAT_BEM}_t$$

Model pomimo nieco niższego dopasowania do danych rzeczywistych wykazuje zbliżone kierunki oddziaływania poszczególnych zmiennych objaśniających na cenę mieszkania jak przed pojawieniem się ogólnoswiatowego

kryzysu. Jedynym wyjątkiem jest liczba pięter budynku, w którym położona jest dana nieruchomość mieszkaniowa. W okresie minionym 2006–2008 mieszkania zlokalizowane w budynkach z większą liczbą kondygnacji wyceniane były niżej niż takie same położone w budynkach niższych. Tymczasem w okresie 2009 – 2011 tendencja ta została odwrócona. Należy oczekiwać, że w dzielnicy Bemowo nieco droższe okażą się mieszkania w budynkach wyższych. Może to mieć związek z zachodzącymi zmianami na rynku, korektami cen wywołanymi okresowym brakiem kupujących lub oddawaniem do użytku mieszkań nowych. Wówczas budynki posiadające większą liczbę pięter będą po prostu nowsze co wydatnie zwiększy wartość.

W okresie 2009-2011 model w 78%-ach wyjaśnia zmienność cen mieszkań na Bemowie. W tym przypadku również otrzymujemy relatywnie niską wartość odchylenia standardowego składnika resztowego ($\pm 0,17$). Hipoteczna forma własności zwiększa cenę nieruchomości mieszkaniowej średnio o 6,1% przy założeniu *ceteris paribus*. Zwiększenie powierzchni mieszkania o 1 metr kwadratowy powoduje średnio zwiększenie jego ceny o 1,13% przy spełnieniu założenia *ceteris paribus*. Każdy dodatkowy rok powoduje zmniejszenie ceny nieruchomości mieszkaniowej na Bemowie o 0,4% *ceteris paribus*.

Jak już wspomniano większa liczba pięter budynku związana jest z wyższą ceną położonego w nim mieszkania. Dosłowna interpretacja parametru nie jest wskazana z uwagi na konieczność wyrażenia liczby pięter w procentach.

W modelu nie występuje autokorelacja składnika resztowego, według testu Breusch-Godfrey'a. Ostatecznie wszystkie parametry oszacowanego równania są istotne statystycznie dla poziomu istotności bliskiego zeru. Parametry nieistotne zostały usunięte dla zmiennych oznaczających budulec typu wielka płyta oraz trend.

Jak widać modelowanie ekonometryczne cen nieruchomości mieszkaniowych możliwe jest również w okresie kryzysu gospodarczego. Wiarygodność szacunków jest jednak mniejsza o czym świadczą miary dopasowania modelu (np. skorygowany współczynnik determinacji). Abstrahując od oceny czysto statystycznej zaprezentowanego modelu pamiętać należy o zmniejszonej liczbie transakcji w okresie 2009–2011. W okresie tym oszacowanie wartości nieruchomości było bardzo trudne nawet dla licencjonowanych rzeczoznawców majątkowych z uwagi na ubogie dane, które mogłyby stać się przedmiotem porównań w prowadzonych analizach oraz zwiększone rozbieżności pomiędzy cenami ofertowymi a transakcyjnymi.

Oba modele regresji uwzględniają jedynie wpływ na cenę mieszkania jego podstawowych cech fizycznych lub prawnych. Ta część zmienności, która nie została opisana modelem może być przejawem oddziaływania czynników

o wymiarze społecznym, politycznym, makroekonomicznym oraz losowym. Zauważyć należy, że udział wymienionych powyżej czynników występujących poza formalną konstrukcją modelu jest większy w drugim przypadku (tj. w okresie 01.2009 – 07.2011) z uwagi na większy współczynnik indeterminacji (0.215511). Zatem precyzja oszacowania wartości konkretnej nieruchomości mieszkaniowej na podstawie modelu w okresie 2009–2011 jest zauważalnie mniejsza.

5. Podsumowanie

Ogólnoświatowy kryzys wywołany w 2008 roku w USA oraz jego druga fala odczuwalna w latach 2009-2010 znacząco zmieniły nastroje i trendy gospodarcze. Powszechnie wiadomo, że w czasach kryzysu ekonomicznego pewne dziedziny gospodarki zamierają. W niektórych przypadkach stan patologiczny, spowodowany przez kryzys, staje się sytuacją permanentną, w innych natomiast sytuację można określić mianem mniej lub bardziej trwałych rezultatów kryzysu.

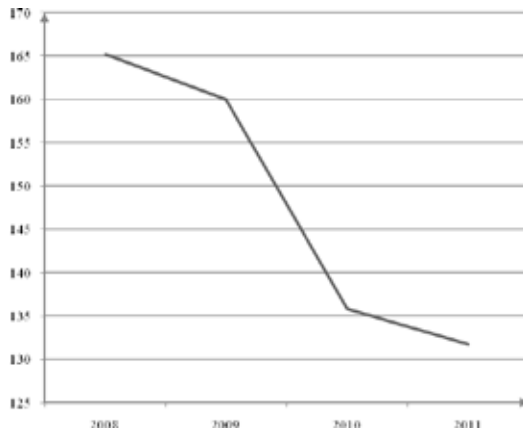
Pierwszą falę kryzysu w Polsce można było odczuć w branży mieszkaniowej, ponieważ popyt na mieszkania zmienił się niemal natychmiast. Ostrożniejsze przyznawanie kredytów (Zaleska, 2010) przez banki spowodowało fiasko wielu transakcji. Kryzys najpóźniej dotarł do branży nieruchomości komercyjnych, gdzie proces inwestycyjny jest znacznie rozłożony w czasie. Zawirowania na rynku walutowym nie miały większego wpływu na deweloperów rynku nieruchomości komercyjnych, jednak znacząco zmieniły zasady przyznawania kredytów hipotecznych, a co za tym idzie spowodowało to spadek popytu na nieruchomości mieszkalne. Kryzys, wywołał podwyższoną inflację co przełożyło się na wzrost cen materiałów budowlanych, kosztów wykonawstwa czy obsługi podstawowych gałęzi przemysłu bezpośrednio związanych z rynkiem nieruchomości. Ogólnoświatowe problemy gospodarcze spowodowały spadek lub brak płynności finansowej niektórych deweloperów, co może być związane z mniejszą ilością oddanych mieszkań do użytku (pomimo średniego, trzynastomiesięcznego okresu potrzebnego na realizację inwestycji, rys. 6).

Dodatkowym czynnikiem generującym presję na spadek cen była pogarszająca się sytuacja finansowa banków ze względu na dość znaczny udział kredytów walutowych, które są trudne do spłacenia ze względu na wahające się kursy walut. Przykładem może być kredyt zaciągnięty we franku szwajcarskim w 2006 roku, którego rata mogła okazać się nawet dwukrotnie wyż-

sza w okresie ogólnoświatowego kryzysu. W nowych realiach gospodarczych wycena nieruchomości w województwie mazowieckim a w szczególności w Warszawie stała się wyjątkowo trudna.

Rysunek 6

Ilość oddanych mieszkań do użytku ogółem w latach 2008–2011 (w tys.)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego.

W czasie pogorszenia się koniunktury firmy działające na rynku nieruchomości podejmowały decyzje bardzo ostrożnie. Wszelkie innowacyjne działania np. związane z rozwojem narzędzi zautomatyzowanej wyceny zostały wstrzymane. Było to zupełnie naturalne ponieważ brakowało informacji napędzających działanie „kalkulatorów” wyceny. Należy podkreślić, że narzędzia te mają charakter jedynie wspomagający pracę ekspertów od wyceny, którzy w tym trudnym okresie również napotykali na trudności związane z wiarygodnym szacowaniem wartości.

Dla okresu kryzysu autor również prowadził badania statystyczne jednak oszacowane modele odznaczały się mniejszym dopasowaniem do danych rzeczywistych. Często zmienność cen była większa i nieuzasadniona merytorycznie, więc składniki modeli w okresie kryzysu częściej okazywały się nieistotne statystycznie. Miało to również związek z mniejszą liczebnością baz danych, którymi dysponowały agencje obrotu nieruchomości w stolicy. Można zatem wnioskować, że kryzys wywarł negatywny wpływ na rozwój stosowania narzędzi wspomagających wycenę nieruchomości mieszkaniowych. Z jednej strony

zwiększyła się zmienność cen, a jednocześnie zmniejszyła liczba transakcji i chęć uczestników rynku do podejmowania innowacyjnych działań.

Zmiany jakie można było zaobserwować na rynku nieruchomości mieszkalnych na przestrzeni kilku ostatnich lat należy rozpatrywać z wielu punktów odniesienia. Z jednej strony dostrzegamy ogromne załamanie popytu, zwłaszcza po roku 2008, które być może doprowadziło na skraj bankructwa nie jedno przedsiębiorstwo związane z rynkiem obrotu nieruchomościami. Zwłaszcza w pierwotnej fazie spadek popytu oznaczał prawie całkowity brak kupujących i co za tym idzie brak możliwości negocjowania ceny, która została skalkulowana zazwyczaj w realiach rynkowych sprzed widma pojawienia się ogólnoświatowego kryzysu. Trzeba pamiętać, że wielu właścicieli nabyło wcześniej swoje nieruchomości po wygórowanych cenach zaciągając drogie kredyty. Taki stan rzeczy powodował, że korekty cenowe dokonywały się bardzo powoli (Błaszczak, 2009). Oczywiście proces dostosowawczy cen jest zróżnicowany przestrzennie. Istnieją lokalizacje na tyle atrakcyjne, że nawet silne załamanie na rynku nie jest w stanie wymusić redukcji średniego poziomu cen. Z punktu widzenia „statystycznego obrazu stolicy” próżno jest więc oczekiwać ujemnej dynamiki cen w lokalizacji tak atrakcyjnej jak np. Śródmieście. Ciekawostką jest trudność w weryfikacji cen transakcyjnych na dużą skalę zwłaszcza przez potencjalnego nabywcę, ponieważ podawane przez media wartości średnich arytmetycznych cen bardzo podatne są na wpływ wartości skrajnych. Pamiętać należy, że w interesie wielu inwestorów i deweloperów leżało kreowanie obrazu braku znaczących ujemnych korekt wartości na rynku nieruchomości w latach 2009–2011.

Z drugiej strony podkreślić należy zmianę zachowań nabywców na rynku nieruchomości, którzy przed rokiem 2008 częściej podlegali naśladownictwu. Obecnie nieco zmieniły się ich potrzeby, a decyzje zakupowe są podejmowane rozważniej. Doprowadziło to do pojawienia się na rynku mieszkaniowym nowych inwestycji, które są odpowiedzią na popyt zgłaszany na mniejsze metrażowo mieszkania (Baranowski, 2009). Zatem ten nowy trend zapewne również nie pozostanie bez wpływu na obraz polskich metropolii.

Nie ulega wątpliwości, że okres ostatniej dekady to czas burzliwych przemian na rynku nieruchomości mieszkaniowych w Polsce. Zmiany dotyczą również systemu gromadzenia danych. Obecnie wiele baz danych o nieruchomościach powstaje za pośrednictwem Internetu, agregując nie tylko charakterystyki opisowe i ilościowe, ale również multimedialne. Jest to zjawisko bardzo pozytywne, zwłaszcza w kontekście dużych miast, gdzie bazy danych są częściej aktualizowane. Sytuacja wygląda gorzej w lokalizacjach mniej zurbanizowanych, czy nawet miastach średniej wielkości. Dostępność

do baz danych warunkuje możliwości aplikacji narzędzi ilościowych na rynku obrotu nieruchomościami (na przykład takich jak przedstawiony w części empirycznej opracowania model ekonometryczny dla jednej z dzielnic Warszawy). Należy przyznać, że wraz z pojawieniem się ogólnoswiatowego kryzysu zmniejszył się również potencjał modelowania ekonometrycznego w omawianym zakresie. Stało się tak ze względu na mniejszą liczbę ofert, transakcji oraz większą fluktuację cen i zmianę postaw nabywców, a nade wszystko z powodu zwiększenia wpływu czynników makroekonomicznych, politycznych i społecznych które nie zostały zawarte w modelu.

BIBLIOGRAFIA

- Baranowski, L. (2009). Największe wzięcie mają najmniejsze mieszkania, *Rzeczypospolita*, 6 lipca 2009.
- Błaszczak, G. (2009). Ceny z hossa, a oczekiwania z bessy, *Rzeczypospolita*, 6 lipca.
- Brzeski, W.J., Cichoń, D., Jurek, K., Rogatko, B. (2007). *Nieruchomości w Polsce. Pośrednictwo i zarządzanie. Kompendium*, Europejski Instytut Nieruchomości, Warszawa–Kraków.
- Kucharska-Stasiak, E. (2006). *Ryzyka banku w zakresie określania wartości nieruchomości dla celów kredytowych w Polsce na tle trendów Unii Europejskiej*, Fundacja na Rzecz Kredytu Hipotecznego, Warszawa.
- Lipiec-Zajchowska, M., Sikora, E., Zajchowski, J., Kościuszko, P. (2001). *Optymalizacja procesów decyzyjnych – cz. I Analiza i prognozy*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa.
- Lorens, P., Dziworska, K., Guerts, T.G. (2007). *Strategie inwestowania w nieruchomości*, Urbanista, Warszawa.
- Maddala, G.S. (2006). *Ekonometria*, PWN, Warszawa.
- Sobczyk, M. (1998). *Statystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wiśniewska, M.A. (2011). *Inwestowanie w nieruchomości na rynkach międzynarodowych. Analiza komparatywna efektywności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Zaleska, M. (2010). Kredyty pod kontrolą, *Gazeta Bankowa*, 5/2010.
- Budowa nowej linii metra, <http://biznes.gazetaprawna.pl/> (25.04.2008).

Czynniki wpływające na ilość przedsiębiorstw w województwie mazowieckim

Streszczenie

Artykuł pokazuje czynniki mające wpływ na wzrost ilości firm w gminach województwa mazowieckiego. użytą metodą badawczą jest regresja liniowa. W badaniu zaprezentowanych jest kilka modeli. Autor kładzie szczególny nacisk na rolę kapitału ludzkiego w rozwoju przedsiębiorczości.

1. Wstęp

Głównym celem artykułu jest znalezienie odpowiedzi na pytanie, co decyduje o rozwoju przedsiębiorczości w województwie mazowieckim.

W tym badaniu przedsiębiorczość na terenie gminy jest definiowana jako proces rozwoju i wzrostu ilości podmiotów gospodarczych. Na podobny sposób rozumienia przedsiębiorczości wskazuje Griffin: „Przedsiębiorczość jest procesem organizowania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz podejmowania związanego z nią ryzyka” (Griffin, 2002: 730 za Oleksyn, 2012: 9).

Z kolei Beata Glinka w swej książce „Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce” zauważa, że „bazując na aparacie pojęciowym charakterystycznym dla teorii organizacji (i rozwijającej się w jej ramach teorii przedsiębiorczości), przedsiębiorczość traktuje jak zjawisko społeczno-ekonomiczne, którego istotą jest otwarta, aktywna i innowacyjna postawa, zakorzeniona w kulturze i istotnie wpływająca na tempo i sposób rozwoju gospodarczego kraju. Przedsiębiorczość nie musi oznaczać zakładania małej firmy, jednakże decyzja o prowadzeniu własnej działalności może być uznana

za jeden z najpowszechniejszych jej przejawów” (Glinka, 2008: 54). Bardzo często w polskiej literaturze przedsiębiorczość rozumiana jest jako innowacyjna działalność przede wszystkim osób fizycznych: „W naukowej literaturze przedmiotu wyznacznikiem przedsiębiorczości jest ukierunkowane na szansę innowacyjne działanie” (Hensel, Glinka, 2012: 10).

Główną metodą analizy będzie regresja liniowa. Tak tę metodę charakteryzuje Jan Gajda: „Parametry równania szacowane są np. za pomocą metody najmniejszych kwadratów na podstawie prób statystycznych, składających się z T obserwacji (Gajda, 2004); interpretowane są jako miary wpływu, jaki zmienna x_k „wywiera” na zmienną zależną y . Jeżeli zmienna x_k wzrośnie o jednostkę należy oczekiwać, że zmienna y zareaguje zmianą o wielkość równą parametrowi b_k . Równanie (1) popularnie nazywane jest równaniem regresji (warunkowej wartości oczekiwanej dla zmiennej y przy warunku, że znane są wartości zmiennej x_k) lub też jednorównaniowym modelem ekonometrycznym” (Gajda, 2009: 36). Regresja pozwoli ocenić, jakie zmienne mają wpływ na przedsiębiorczość i jak ich współwystępowanie wyjaśnia największą liczbę przedsiębiorstw.

Zmienna zależna to liczba przedsiębiorstw na 10 tys. mieszkańców zarejestrowanych w REGON w 2012 r. (dane za 2013 r. jeszcze nie zostały opublikowane). Główna zmienna wyjaśniana to liczba przedsiębiorstw wpisana w REGON na 10 tys. mieszkańców. Rejestr ten ma wiele wad, ale jest jedynym dostępnym źródłem takich danych, co potwierdza Juliusz Gardawski: „REGON jest jedynym źródłem, na podstawie którego można dokonywać doboru prób do badań, natomiast nie informuje o liczebności przedsiębiorstw aktywnych. Rozbieżność między zbiorem przedsiębiorstw zarejestrowanych a zbiorem firm aktywnych jest szczególnie duża w przypadku mikroprzedsiębiorstw i nieco mniejsza, chociaż nadal znacząca, w przypadku przedsiębiorstw małych. Znika ona w kategoriach przedsiębiorstw średnich i dużych” (Gardawski, 2013: 70).

Badaniu poddane zostały wszystkie gminy w województwie mazowieckim, czyli 314 jednostek obserwacji. Dane pobrano z banku danych lokalnych GUS, serwisu targeo.pl (1.12-5.12; 2.1-9.1) Google Maps (2.1-9.1). Wszystkie modele opracowano w programie GRET. Szczegółowy opis zmiennych zostanie umieszczony pod każdym modelem. Dane pochodzą z roku 2012 dla większości zmiennych. Wyjątek to odsetek ludzi z wyższym wykształceniem (dane ze spisu powszechnego z 2002 roku, aktualizowane w 2011) oraz liczba dróg przechodzących przez teren gmin (rok 2013).

W artykule zostaną zaprezentowane trzy główne modele odnoszące się do centralności Warszawy jako ośrodka metropolitalnego, decydującego

o kształcie przedsiębiorczości w całym regionie. Kolejny model zostanie poszerzony o kluczową rolę kapitału ludzkiego jako czynnika powiązanego z nowoczesnością i innowacją (zostanie on rozszerzony o model z uwzględnieniem gmin usługowych). Trzeci model główny jest alternatywnym przedstawieniem do pozostałych z silniejszym akcentem na charakter badanego regionu, czynniki infrastrukturalne oraz kapitał społeczny. W artykule zostanie przedstawiony model oddzielny dla obszaru aglomeracyjnego i reszty województwa.

2. Modele regresji liniowej obrazujące przedsiębiorczość na Mazowszu

2.1. Model zakładający centralność Warszawy

Główne założenie dotyczące tego modelu to przekonanie o kluczowej roli Warszawy jako ośrodka metropolitalnego. Miasto stołeczne (wraz z aglomeracją) dominuje gospodarczo nad resztą regionu. Korzystne położenie w aglomeracji i bliskość Warszawy stają się więc czynnikami decydującymi o rozwoju przedsiębiorczości. Umożliwia to także łatwiejsze pozyskanie inwestorów zagranicznych.

Po okresie transformacji nastąpił gwałtowny rozwój Warszawy, natomiast sam region nie odnotował aż tak wyraźnego skoku. Taki stan rzeczy powodują zmiany w gospodarce światowej. Coraz większa rola wiedzy i pozyskiwania informacji prowadzą do zmniejszenia pozytywnego wpływu obecności metropolii na obszary poza aglomeracyjne. Obecność metropolii na terenie województwa mazowieckiego może mieć negatywny wpływ na rozwój gmin położonych poza aglomeracją. Potwierdzają to słowa Macieja Smętkowskiego: „W gospodarce informacyjnej związki między metropolią i regionem uległy relatywnemu osłabieniu. Rola zaplecza ogranicza się do dostarczania prostej i wykwalifikowanej siły roboczej w formie tygodniowych migracji wahadłowych lub migracji stałych oraz zasobów środowiska – wody pitnej, przestrzeni rekreacyjnej, działek budowlanych, itd. Zasoby, które wcześniej dostarczane były do miasta z regionu, zaczęły płynąć z innych źródeł (np. żywność) lub utraciły znaczenie (np. surowce). W gospodarce informacyjnej dla metropolii, stanowiącej węzeł ogniskujący światowe przepływy informacji i kapitału (w tym kapitału ludzkiego), ważniejsze niż materialna wymiana towarów oraz przyciągnięcie masowej siły roboczej (która odgrywa decydującą rolę w rozwoju aglomeracji miejsko-przemysłowej) stało się skupienie tych przepływów, (często o charakterze niematerialnym)” (Smętkowski i in., 2012: 12).

Podsumowując można postawić tezę, że w **obszarze aglomeracji wzrosła rola przedsiębiorstw opartych na innowacjach i wykorzystujących kapitał ludzki**. Reszta Mazowsza stanie się bazą niżej płatnych pracowników i według autora artykułu źródłem przyszłych absolwentów studiów, którzy pozostaną po skończeniu edukacji na obszarze aglomeracyjnym. Dlatego władze gminy z obszaru poza aglomeracyjnego będą musiały opracować nowe strategie działania, by móc się dalej rozwijać gospodarczo i przeciwstawić się dominacji Warszawy. Warto w tym celu przeanalizować czynniki wpływające na wzrost przedsiębiorczości i zrozumieć mechanizmy jej rozwoju. Zgodnie z przedstawioną teorią za kluczowe zmienne wyjaśniające zostaną uznane: bycie w aglomeracji warszawskiej, odległość od Warszawy.

Model 1- wersja podstawowa centralność Warszawy

Model 1: Estymacja KMNK, wykorzystane obserwacje 1-314

Zmienna zależna (Y): v1

	Współczynnik	Błąd stand.	t-Studenta	wartość p	
Const	1089,47	46,0163	23,6759	<0,00001	***
Bycie wsią	-431,131	26,7528	-16,1154	<0,00001	***
Liczba kilometrów od Warszawy	-1,66425	0,327866	-5,0760	<0,00001	***
Bycie w Aglomeracji Warszawskiej	425,723	35,622	11,9511	<0,00001	***
Liczba stowarzyszeń w gminie	2,57302	1,0704	2,4038	0,01681	**

Średn. aryt. zm. zależnej	737,1911	Odch. stand. zm. zależnej	364,7580
Suma kwadratów reszt	7937313	Błąd standardowy reszt	160,2719
Wsp. determ. R-kwadrat	0,809401	Skorygowany R-kwadrat	0,806934
F(4, 309)	328,0522	Wartość p dla testu F	7,6e-110
Logarytm wiarygodności	-2037,164	Kryt. inform. Akaike'a	4084,329
Kryt. bayes. Schwarza	4103,076	Kryt. Hannana-Quinna	4091,820

Charakterystyka zmiennych:

- 1) Bycie wsią – zmienna przyjmuje tylko wartości 1 dla gmin wiejskich i 0 dla reszty. Gminy wiejsko-miejskie klasyfikowano jako miejskie, jeśli w mieście mieszka co najmniej 10000 mieszkańców danej gminy, lub jeśli gmina ma powyżej 7000 a w mieście mieszka 70% ludności danej gminy. Gminy znajdujące się w odległości 25 km od centrum Warszawy klasyfikowano jako miejskie. Dotyczy to czterech gmin, które sąsiadują

z Warszawą i nie mają cech wiejskich. A status wiejski jest bardziej dla nich korzyścią niż stratą (Izabelin, Jabłonna, Michałowice, Lesznówola). Mają duże dochody własne i ułatwia im to pozyskiwanie programów unijnych. Status wiejski zgodnie z teorią powinien być ujemnie skorelowany z przedsiębiorczością dlatego, że większość gmin wiejskich ma mały rynek wewnętrzny, rolniczy charakter, a czasem jest „sypialnią” dla większych ośrodków.

- 2) Odległość gminy w km od centrum Warszawy (Metro Centrum) – za pomocą serwisu targeo.pl, opcja trasa najkrótsza. Gminy: Bielany; Chotcza; Kowala; Mirów; Szelków. Nazwa terenu początkowego znajdującego się na terenie gminy wykorzystana w badaniu nie była zgodna (całkowicie) z nazwą gminy.
- 3) Obecność w aglomeracji warszawskiej (wszystkie gminy znajdujące się w promieniu 25 km od Centrum oraz wszystkie gminy znajdujące się na lewym brzegu Wisły w odległości 40 km, a także Grójec, Żyrardów i Sochaczew). Najbardziej rozwiniętą (najdalej sięgającą) częścią aglomeracji warszawskiej jest część południowo-zachodnia, najmniej – północno-wschodnia. Aglomeracja w tym modelu składa się z 49 gmin. W badaniu Macieja Smętowskiego ten obszar to 56 gmin (Gorzela 2007, s. 170). Różnica 8 gmin wynika zapewne z klasyfikacji gmin wątpliwych w tym modelu jako nie należących do aglomeracji.
- 4) Liczba stowarzyszeń w gminie ma wskazywać na siłę kapitału społecznego (fundacje, stowarzyszenia i organizacje społeczne na 10 tys. mieszkańców), który według teorii Putnama powinien przekładać się na wzrost gospodarczy. Zmienna ta jest dość problematyczna, gdyż może istnieć sytuacja gdzie jedno stowarzyszenie zajmuje się kilkoma rodzajami działalności, kapitał społeczny może być wysoki, a nie wykazuje tego klasyfikacja. Równocześnie pewne typy stowarzyszeń są bardzo korzystne dla rozwoju przedsiębiorczości jak choćby stowarzyszenia biznesowe.

Problemy teoretyczne dotyczące tego modelu to brak uwzględnienia tak istotnych czynników jak infrastruktura i kapitał ludzki. Dlatego transformacja modelu powinna zmierzać w kierunku uwzględnienia tych zmiennych.

Interpretacja modelu:

Początkowa wersja modelu oparta była na założeniu o centralność Warszawy w stosunku do innych obszarów. Liczba przedsiębiorstw na 10000 mieszkańców = 1089,47, -431,13 bycie wsią, -1,66 liczba kilometrów od Warszawy, +425,723 bycie w aglomeracji warszawskiej, +2,57 liczba stowarzyszeń w gminie.

Wyraz wolny nie ma interpretacji ekonomicznej, gdyż jednocześnie żadna gmina nie może przyjąć wartości zero dla liczby kilometrów od Warszawy i bycia w aglomeracji warszawskiej. Stolica może mieć wartość zero dla pierwszej zmiennej, ale jest ona kluczowym członkiem aglomeracji warszawskiej (musi mieć więc wartość jeden dla tej zmiennej).

Ocena parametru bycie wsią wynosi $-431,13$ co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana jako wiejska, to ma przeciętnie mniej o 431,13 przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin miejskich *ceteris paribus*.

Ocena parametru liczba kilometrów od Warszawy wynosi $-1,66$. Jeżeli odległość od Warszawy wzrośnie o jedną jednostkę (jeden kilometr) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców spadnie o 1,66 *ceteris paribus*.

Ocena parametru bycie w aglomeracji warszawskiej wynosi 425,72 co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana jako należąca do aglomeracji to ma przeciętnie o 425,72 więcej o przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin znajdujących się poza tym obszarem *ceteris paribus*.

Ocena parametru liczba stowarzyszeń w gminie wynosi 2,57. Jeżeli liczba stowarzyszeń wzrośnie o jeden na 10 tys. mieszkańców to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 2,57 *ceteris paribus*.

Poziom istotności jest bardzo wysoki dla wszystkich zmiennych z wyjątkiem „Liczby stowarzyszeń w gminie”, która osiąga wartość akceptowalną dla badacza (0,017). Współczynnik determinacji osiąga wysoką wartość 0,809 co oznacza, że wahania zmiennej objaśnianej udało się wyjaśnić w prawie 81%. Odchylenie standardowe reszt, czyli tzw. średni błąd szacunku wynosi 160,27, co oznacza, że przewidywane wartości zmiennej objaśnianej przez oszacowane równanie różnią się od ich empirycznych wartości średnio o 160,27.

2.2. Wyższe wykształcenie jako miernik kapitału ludzkiego

Kolejny prezentowany model będzie odnosił się do kluczowej roli kapitału ludzkiego, jako czynnika związanego ze wzrostem innowacyjność całego województwa i coraz większej roli wiedzy we współczesnej gospodarce. Szczególnie wysoki poziom innowacyjności Mazowska podkreśla raport PARP: „Z punktu widzenia ogólnego wskaźnika innowacji można wyróżnić siedem skupisk województw. (...) Do pierwszej grupy należy województwo

mazowieckie. Odległość pozostałych regionów jest na tyle znaczna, że nie można mówić o podobieństwie do Mazowieckiego” (Raport PARP, 2013: 49).

Kapitał ludzki został zoperacjonalizowany za pomocą odsetka osób z wyższym wykształceniem. Na takie rozumienie kapitału ludzkiego wskazują badania H. Badinger i G. Tondl. „H. Badinger i G. Tondl (2002) (...) twierdzą wręcz, że w regionach państw-członków Unii Europejskiej tylko upowszechnienie edukacji na poziomie uniwersyteckimi (a nie podstawnym bądź średnim) przyczyniło się do zwiększenia stopy wzrostu” (Herbst 2007, s. 120) (...) Autorzy zauważają jednak, że istotny dla stopy wzrostu w latach dziewięćdziesiątych był tylko kapitał ludzki na poziomie studiów wyższych (Herbst, 2007: 121).

Model 2 (kapitał ludzki)

Model 2: Estymacja KMNK, wykorzystane obserwacje 1-314

Zmienna zależna (Y): v1

	Współczynnik	Błąd stand.	t-Studenta	wartość p	
const	570,754	42,7561	13,3491	<0,00001	***
Bycie wsią	-82,3827	27,4088	-3,0057	0,00287	***
Liczba kilometrów od Warszawy	-1,12652	0,237047	-4,7523	<0,00001	***
Bycie w Aglomeracji Warszawskiej	279,059	27,1235	10,2885	<0,00001	***
Ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy	25,1688	8,17246	3,0797	0,00226	***
Odsetek ludzi z wyższym wykształceniem	56,2719	3,32673	16,9151	<0,00001	***

Średn. arytm. zm. zależnej	737,1911	Odch. stand. zm. zależnej	364,7580
Suma kwadratów reszt	3990215	Błąd standardowy reszt	113,8211
Wsp. determ. R-kwadrat	0,904183	Skorygowany R-kwadrat	0,902628
F(5, 308)	581,2925	Wartość p dla testu F	1,7e-154
Logarytm wiarygodności	-1929,191	Kryt. inform. Akaike'a	3870,382
Kryt. bayes. Schwarza	3892,878	Kryt. Hannana-Quinna	3879,371

Nowe dodane zmienne

- 1) Ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy. Zmienna jest oparta o dane z serwisu Google Maps i serwisu targeo.pl.

Dotyczy dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy. Droga numer 719 biegnąca z Warszawy do Pruszkowa została zaklasyfikowana jako krajowa (przedłużenie Alei Jerozolimskich) od granic Warszawy do Pruszkowa. Droga 92 w pobliżu Mińska Mazowieckiego jest zaznaczona jako nie krajowa (oznaczono tak końce obwodnicy tego miasta).

Drogi krajowe i autostrady powinny jako korzystny czynnik infrastrukturalny generować większą ilość przedsiębiorstw.

2) Odsetek ludzi z wyższym wykształceniem

Jest to procent ludzi posiadających wyższe wykształcenie w stosunku do ogółu ludności. Problemem jest to, że dane pochodzą z 2002 ze spisu powszechnego. Zostały zaktualizowane w 2009 roku. Jednak zmienna została włączona do modelu ze względu na bardzo dużą wartość wyjaśniającą.

Interpretacja modelu:

Liczba przedsiębiorstw na 10000 mieszkańców = 570,75, -82,38 bycie wsią, -1,13 liczba kilometrów od Warszawy, +279,06 bycie w aglomeracji warszawskiej, +25,17 Ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy, +56,27 Odsetek ludzi z wyższym wykształceniem.

Wyraz wolny nie ma interpretacji ekonomicznej.

Ocena parametru bycie wsią wynosi -82,38 co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana, jako wiejska to ma przeciętnie mniej o 82,38 przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin miejskich *ceteris paribus*.

Ocena parametru liczba kilometrów od Warszawy wynosi -1,13. Jeżeli odległość od Warszawy wzrośnie o jedną jednostkę (jeden kilometr) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców spadnie o 1,13 *ceteris paribus*.

Ocena parametru bycie w aglomeracji warszawskiej wynosi 279,06 co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana jako należąca do aglomeracji, to ma przeciętnie o 279,06 więcej o przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin znajdujących się poza tym obszarem *ceteris paribus*.

Ocena parametru ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy wynosi 25,17. Jeżeli liczba dróg krajowych i autostrad wzrośnie o jedną jednostkę (jedna droga przechodząca przez teren gminy), to ocze-

kujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 25,17 *ceteris paribus*.

Ocena parametru odsetek ludzi z wyższym wykształceniem wynosi 56,27. Jeżeli liczba osób z wyższym wykształceniem wzrośnie o jedną jednostkę (jeden procent ludzi z wyższym wykształceniem w całej populacji gminy) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 56,27 *ceteris paribus*.

Poziom istotności jest wysoki dla wszystkich zmiennych. Współczynnik determinacji osiąga wysoką wartość: 0,904 co oznacza, że wahania zmiennej objaśnianej udało się wyjaśnić w prawie 90%. Odchylenie standardowe reszt, czyli tzw. średni błąd szacunku wynosi 113,82 co oznacza, że przewidywane wartości zmiennej objaśnianej przez oszacowane równanie różnią się od ich empirycznych wartości średnio o 113,82. Jest bardzo duży progres w porównaniu z początkową wersją modelu. Należy zwrócić uwagę, że po włączeniu do modelu odsetka osób z wyższym wykształceniem zmienna liczba stowarzyszeń przestaje być istotna statystycznie.

Podczas tworzeniu modelu zakładano duże znaczenie kapitału ludzkiego jako zmiennej wyjaśniającej. Ze względu na brak danych z podziałem na wyższe wykształcenie dotyczących gmin, próbowano zastąpić tę zmienną innymi jak np. ilość czytelników bibliotek na 1000 mieszkańców, jednak żadna inna zmienna nie była tak istotna statystycznie, ani tak bardzo nie zmniejszała błędów standardowego reszt. Dlatego kluczowe wydaje się wyjaśnienie fenomenu znaczenia tej zmiennej oraz rozważenie innych zmiennych mogących być powiązanych z odsetkiem osób z wyższym wykształceniem.

Pierwszym wyjaśnieniem może być to, że coraz częściej to ludzie z wyższym wykształceniem stają się główną grupą zakładającą przedsiębiorstwa. Z jednej strony wpływa na to wzrost znaczenia nowych kompetencji w gospodarce, takich jak analizowanie i pozyskiwanie informacji oraz umiejętności ciągłego uczenia się. Wyższe wykształcenie staje się też nośnikiem pewnego kapitału kulturowego. Odwołując się do badań Juliusza Gardawskiego o roli wykształcenia wśród przedsiębiorców można dostrzec podobne zależności: „Treść podrozdziału dowodzi, że zasoby kapitału kulturowego i ludzkiego mają istotny wpływ na sylwetkę przedsiębiorcy. Zróżnicowania sylwetek były bardzo silnie skorelowane z wykształceniem rodziców przedsiębiorcy, na drugim miejscu z zawodową pozycją ojca/opiekuna przedsiębiorcy i w końcu z wykształceniem samego przedsiębiorcy. Znaczenie różnicujące miała także tradycja prywatnej przedsiębiorczości pozarolniczej w rodzinie.” (Gardawski 2013, s. 164).

Innym wyjaśnieniem może być to, że ludzie z wyższym wykształceniem skupiają się w określonym miejscu i budują popyt na drobną przedsiębior-

czość. Miejsca te muszą być atrakcyjne i zapewniać odpowiednie atrakcje lifestylowe. Richard Florida przedstawia ciekawą koncepcję rozwoju regionalnego nawiązującego do pozyskiwania ludzi z odpowiednim kapitałem ludzkim. Argumentuje (Florida 2010: 294), że skuteczniejsze niż budowanie kolejnych inkubatorów czy ulgi finansowe może być inwestycja w czynniki lifestylowe kreatywne, takie jak przyciąganie artystów i zwiększenie różnorodności. Wiąże się z tym także rozwój centrów miast. Podstawowym elementem jest budowa „klimatu dla ludzi”, czyli przyciąganie i zatrzymywanie ludzi, zwłaszcza kreatywnych (Florida 2010). Następuje także rezygnacja z budowy stadionów sportowych i centrów handlowych, na rzecz budowy np. parków czy ścieżek rowerowych. Ważnym rozwiązaniem w celu pozyskania małżeństw jest inwestycja w wysoki poziom edukacji i dobrą gospodarkę z budownictwem domków jednorodzinnych. Pozyskiwanie ludzi z wyższym wykształceniem ma jeszcze jeden pozytywny skutek dla lokalnej przedsiębiorczości. Osoby pracujące dla wielkich firm często mieszkają właśnie w przyjaznych regionach, odchodząc z korporacji mogą zakładać własne przedsiębiorstwo, zapewne zarejestrują je w miejscu zamieszkania, które ma powinno mieć bardzo dobre połączenie z Warszawą, gdy wymagane jest spotkania z klientem, a stanowi idealne miejsce pracy na co dzień.

Kolejnym możliwym wyjaśnieniem tak potężnego fenomenu wyższego wykształcenia może coraz większe zapełnienie rynku i trudności w osiągnięciu wysokich zysków, a firmy innowacyjne mogą je osiągnąć zarówno przez wzrost wartości, jak i większe marże.

Należy także zwrócić uwagę na to, że dane (z 2002) mogły uchwycić moment osiedlania się w gminach podwarszawskich przyszłych przedsiębiorców. Zwykle ludzie zakładają własną działalność gospodarczą po kilkunastu latach pracy dla innych firm. Obecnie ludzie w wieku 40-45, którzy osiedlali się w gminach około piętnastu lat temu, powinni być bardzo istotną grupą wśród nowych przedsiębiorców. Jednak jak pokazuje model dla reszty regionu tam również wykształcenie wyższe jest bardzo istotną zmienną wyjaśniającą.

2.3. Wyższe wykształcenie jako miernik kapitału ludzkiego rozwinięty o gminy usługowe

Poniżej zostanie zaprezentowana wersja modelu zbliżona do poprzedniej z dodaniem gmin usługowych. Gminy usługowe są to gminy, które Jacek Pasieczny opisał tak: „Jednostki terytorialne o profilu usługowym, podobnie jak jednostki o profilu mieszkaniowym, są najczęściej silnie związane ze znajdującym się w pobliżu ośrodkiem miejskim. Ze względu na wysokie

koszty, brak odpowiednich terenów, a także – niekiedy- brak odpowiednio wykształconych kadr, część usług jest wytwarzana w pewnym oddaleniu od metropolii.” (Pasiczny, 2008: 216). Są to gminy, które stają się naturalnym przedłużeniem wielkich miast. Mają na swoim terenie kluczową dla handlu drogę krajową (jak np. dla Słupna droga Płock–Warszawa). Często mają także tereny na których osiedlają się mieszkańcy pobliskich miast. Do tej kategorii zostało zaklasyfikowanych pięć gmin: Lesznówola, Raszyn, Łomianki (wszystkie związane z Warszawą), Słupno (Płock), Siedlce gmina wiejska (Siedlce). Są to gminy bardzo dobrze rozwinięte odnoszące olbrzymie korzyści z sąsiedztwa większego miasta. Problemem pozostaje ich niewielka ilość w województwie jak również olbrzymie znaczenie dla reszt modelu.

Model 3: Estymacja KMNK, wykorzystane obserwacje 1-314 Zmienna zależna (Y): v1

	Współczynnik	Błąd stand.	t-Studenta	wartość p	
const	593,397	37,3661	15,8806	<0,00001	***
Bycie wsią	-96,2238	23,9495	-4,0178	0,00007	***
Liczba kilometrów od Warszawy	-1,11488	0,206778	-5,3917	<0,00001	***
Bycie w Aglomeracji Warszawskiej	271,407	23,6723	11,4652	<0,00001	***
Ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy	21,6366	7,13774	3,0313	0,00264	***
Odsetek ludzi z wyższym wykształceniem	52,9198	2,92162	18,1132	<0,00001	***
Gminy usługowe	452,901	45,8002	9,8886	<0,00001	***

Średn. arytm. zm. zależnej	737,1911	Odch. stand. zm. zależnej	364,7580
Suma kwadratów reszt	3026287	Błąd standardowy reszt	99,28551
Wsp. determ. R-kwadrat	0,927330	Skorygowany R-kwadrat	0,925910
F(6, 307)	652,9278	Wartość p dla testu F	1,7e-171
Logarytm wiarygodności	-1885,779	Kryt. inform. Akaike’a	3785,558
Kryt. bayes. Schwarza	3811,804	Kryt. Hannana-Quinna	3796,045

Interpretacja modelu:

Jest to ta sama wersja modelu z dodaną jedną zmienną gminy inwestycyjne.

Liczba przedsiębiorstw na 10000 mieszkańców = 593,397, -96,22 bycie wsią, -1,115 liczba kilometrów od Warszawy, +271,407 bycie w aglomeracji warszawskiej, +21,64 Ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy, +52,92 odsetek ludzi z wyższym wykształceniem, + 452,901 gmina inwestycyjna.

Wyraz wolny nie ma interpretacji ekonomicznej.

Ocena parametru bycie wsią w wynosi – 96,22 co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana jako wiejska to ma przeciętnie mniej o 96,22 przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin miejskich *ceteris paribus*.

Ocena parametru liczba kilometrów od Warszawy wynosi -1,115. Jeżeli odległość od Warszawy wzrośnie o jedną jednostkę (jeden kilometr) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców spadnie o 1,115 *ceteris paribus*.

Ocena parametru bycie w aglomeracji warszawskiej wynosi 271,41 co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana jako należąca do aglomeracji to ma przeciętnie o 271,41 więcej o przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin znajdujących się poza tym obszarem *ceteris paribus*.

Ocena parametru ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy wynosi 21,64. Jeżeli liczba dróg krajowych i autostrad wzrośnie o jedną jednostkę (jedna droga przechodząca przez teren gminy) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 21,64 *ceteris paribus*.

Ocena parametru odsetek ludzi z wyższym wykształceniem wynosi 52,92. Jeżeli liczba osób z wyższym wykształceniem wzrośnie o jedną jednostkę (jeden procent ludzi z wyższym wykształceniem w całej populacji gminy) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 52,92 *ceteris paribus*.

Ocena parametru gminy usługowe wynosi 452,9 co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana jako gmina usługowa to ma przeciętnie o 452,9 więcej o przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin innego typu *ceteris paribus*.

Poziom istotności jest wysoki dla wszystkich zmiennych. Współczynnik determinacji osiąga wysoką wartość 0,926 co oznacza, że wahania zmiennej objaśnianej udało się objaśnić prawie w 93%. Odchylenie standardowe reszt, czyli tzw. średni błąd szacunku wynosi 99,2 co oznacza, że przewidywa-

ne wartości zmiennej objaśnianej przez oszacowane równanie różnią się od ich empirycznych wartości średnio o 99,2. Dzięki nowej zmiennej udaje się wykluczyć największe reszty.

2.4. Alternatywny model rozwoju przedsiębiorczości-znaczenie charakteru gospodarczego regionu i kapitału społecznego

Przedstawiony zostanie model odnoszący się do alternatywnych wyjaśnień poziomu przedsiębiorczości, takich jak: kapitał społeczny, infrastruktura drogowa oraz liczba gospodarstw rolniczych.

Putnam zwracał uwagę na kapitał społeczny jako na czynnik ułatwiający współpracę i obniżający koszty transakcyjne. Kluczowe w tej teorii są powiązania między ludźmi, ich budowa i stopień trwałości. Kapitał jest tutaj czymś jednoznacznie pozytywnym. J. Bartkowski określił ten typ kapitału jako „paradygmat działania zbiorowego, kooperacji i sieci powiązań” (Bartkowski, 2007, s. 69). Według niego „kapitał społeczny w tym podejściu składa się z trzech głównych elementów:

- 1) wzorów współdziałania, społecznego uznania dla norm chroniących kooperację i wymianę oraz wartości uzasadniających zachowania prospołeczne, takie jak dobro wspólne,
- 2) sieci powiązań, pomostów między jednostkami i grupami,
- 3) aktywnych relacji między ludźmi: zaufania, zrozumienia, wspólnych wartości i wzorów zachowania.

Czynniki te częściowo działają odrębnie, a częściowo we wzajemnej łączności. Dzięki współpracy, zaufaniu i więziom, różne odrębne zasoby i wzory zachowania mogą się ze sobą połączyć, dając efekt synergii.” (Bartkowski 2007, s. 71). Dzięki wzrostowi kapitału społecznego działalność przedsiębiorstw jest łatwiejsza i ponoszą one niższe koszty transakcyjne. Zmienna została zoperacjonalizowana za pomocą liczby stowarzyszeń na 10000 mieszkańców.

W tym modelu uwzględniono również rozwój dróg w gminach województwa mazowieckiego. Lepsza infrastruktura powinna przekładać się na wzrost firm na terenie gminy.

Czynnikiem negatywnie powiązany z przedsiębiorczością powinny być gminy skrajnie rolnicze. Są to gminy gdzie występuje bardzo dużo gospodarstw rolnych. W gminach takich częstym zjawiskiem jest niski poziom kapitału pomostowego, co utrudnia nawiązywanie kontaktów.

Model 4: Estymacja KMNK, wykorzystane obserwacje 1-314 Zmienna zależna (Y): v1

	Współczynnik	Błąd stand.	t-Studenta	wartość p	
const	1027,7	47,9535	21,4311	<0,00001	***
Bycie wsią	-290,938	34,6821	-8,3887	<0,00001	***
Liczba kilometrów od Warszawy	-1,42402	0,314026	-4,5347	<0,00001	***
Bycie w Aglomeracji Warszawskiej	400,274	34,5537	11,5841	<0,00001	***
Ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy	34,1365	10,9393	3,1205	0,00198	***
Liczba gospodarstw rolniczych na 1000 mieszkańców	-1,08224	0,22057	-4,9065	<0,00001	***
Liczba stowarzyszeń w gminie	4,25002	1,06368	3,9956	0,00008	***

Średn. arytm. zm. zależnej	737,1911	Odch. stand. zm. zależnej	364,7580
Suma kwadratów reszt	6997964	Błąd standardowy reszt	150,9790
Wsp. determ. R-kwadrat	0,831958	Skorygowany R-kwadrat	0,828674
F(6, 307)	253,3207	Wartość p dla testu F	1,1e-115
Logarytm wiarygodności	-2017,389	Kryt. inform. Akaike'a	4048,779
Kryt. bayes. Schwarz	4075,025	Kryt. Hannana-Quinna	4059,266

Nowe dodane zmienne

Liczba gospodarstw rolnych na 1000 mieszkańców – dane pochodzą z banku danych lokalnych ze spisu rolnego z 2010 roku, więc są o dwa lata starsze od wszystkich pozostałych (oprócz kapitału ludzkiego). Uwzględniono wszystkie gospodarstwa rolne (także te około 1 hektara, czyli tak zwanych „chłoporobotników”). Wysoki poziom liczby gospodarstw na 1000 mieszkańców powinien być ujemnie skorelowany z poziomem przedsiębiorczości.

Interpretacja modelu:

Liczba przedsiębiorstw na 10000 mieszkańców = 1027,7, -290,94 bycie wsią, -1,42 liczba kilometrów od Warszawy, +400,27 bycie w aglomeracji warszawskiej, +34,14 ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy, -1,08 liczba gospodarstw rolniczych na 1000 mieszkańców, +4,25 Liczba stowarzyszeń w gminie

Wyraz wolny nie ma interpretacji ekonomicznej.

Ocena parametru bycie wsią wynosi -290,94 co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana jako wiejska ma przeciętnie mniej o 290,94 przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin miejskich *ceteris paribus*.

Ocena parametru liczba kilometrów od Warszawy wynosi -1,42. Jeżeli odległość od Warszawy wzrośnie o jedną jednostkę (jeden kilometr) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców spadnie o 1,42 *ceteris paribus*.

Ocena parametru bycie w aglomeracji warszawskiej wynosi 400,27 co oznacza, że jeśli gmina została zaklasyfikowana jako należąca do aglomeracji to ma przeciętnie o 400,27 więcej o przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców od gmin znajdujących się poza tym obszarem *ceteris paribus*.

Ocena parametru ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy wynosi 34,14. Jeżeli liczba dróg krajowych i autostrad wzrośnie o jedną jednostkę (jedna droga przechodząca przez teren gminy) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 34,14 *ceteris paribus*.

Ocena parametru liczba gospodarstw rolnych na 1000 mieszkańców wynosi -1,08. Jeżeli liczba gospodarstw wzrośnie o jedną jednostkę na tysiąc mieszkańców to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców spadnie o -1,08 *ceteris paribus*.

Ocena parametru liczba stowarzyszeń w gminie wynosi 4,25. Jeżeli liczba stowarzyszeń wzrośnie o jeden na 10 tys. mieszkańców to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 4,25 *ceteris paribus*.

Poziom istotności jest wysoki dla wszystkich zmiennych. Współczynnik determinacji osiąga wysoką wartość 0,829 co oznacza, że wahania zmiennej objaśnianej udało się wyjaśnić w prawie 83%. Odchylenie standardowe reszt, czyli tzw. średni błąd szacunku wynosi 150,98 co oznacza, że przewidywane wartości zmiennej objaśnianej przez oszacowane równanie różnią się od ich empirycznych wartości średnio o 150,98. Model alternatywny bez wykorzystywania zmiennej kapitał ludzki ma mniejszy współczynnik determinacji i większy średni błąd szacunkowy. Jednak bardzo ciekawy sposób pokazuje zmiennej, na które władze gminy mają nikły wpływ.

2.6. Dualizm Mazowska (podział na aglomerację i obszar poza metropolitarny)

W artykule przedstawiono również oddzielny model dla obszaru aglomeracyjnego oraz reszty województwa. Ma to pokazać, iż Warszawa i gminy sąsiednie nie są przypadkami tak szczególnymi na tle kraju, że należałoby je traktować jako oddzielne obszary. Ważne jest również, czy w reszcie województwa kapitał ludzki pełni również tak silną rolę.

2.6.1. Model dla aglomeracji

W modelu dla aglomeracji poziom przedsiębiorczości silnie związany jest z odległością od Warszawy, co może wskazywać na podział centrum-peryferie tego obszaru. Rola kapitału ludzkiego jest nadal bardzo wysoka.

Model 5: Estymacja KMNK, wykorzystane obserwacje 1-49 Zmienna zależna (Y): v1

	Współczynnik	Błąd stand.	t-Studenta	wartość p	
const	1039,79	125,611	8,2779	<0,00001	***
Liczba kilometrów od Warszawy	-6,65193	2,6656	-2,4955	0,01623	**
Odsetek ludzi z wyższym wykształceniem	52,9453	6,3127	8,3871	<0,00001	***

Średn. aryt. zm. zależnej	1402,918	Odch. stand. zm. zależnej	368,6282
Suma kwadratów reszt	1433127	Błąd standardowy reszt	176,5076
Wsp. determ. R-kwadrat	0,780282	Skorygowany R-kwadrat	0,770729
F(2, 46)	81,67946	Wartość p dla testu F	7,29e-16
Logarytm wiarygodności	-321,4749	Kryt. inform. Akaike'a	648,9499
Kryt. bayes. Schwarza	654,6253	Kryt. Hannana-Quinna	651,1031

Interpretacja modelu:

Liczba przedsiębiorstw na 10000 mieszkańców = 1039,79, -6,65193 liczba kilometrów od Warszawy, +52,9453 odsetek ludzi z wyższym wykształceniem.

Wyraz wolny może mieć interpretację ekonomiczną jeśli w Warszawie byłoby zero procent ludzi z wyższym wykształceniem, co ze względu choćby na umiejscowienie w tym mieście administracji państwowej jest praktycznie niemożliwe.

Ocena parametru liczba kilometrów od Warszawy wynosi -6,65193. Jeżeli odległość od Warszawy wzrośnie o jedną jednostkę (jeden kilometr) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców spadnie 6,65193 *ceteris paribus*.

Ocena parametru odsetek ludzi z wyższym wykształceniem wynosi 52,94. Jeżeli liczba osób z wyższym wykształceniem wzrośnie o jedną jednostkę (jeden procent ludzi z wyższym wykształceniem w całej populacji gminy) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 52,94 *ceteris paribus*.

Poziom istotności jest wysoki dla wszystkich zmiennych. Współczynnik determinacji osiąga wysoką wartość 0,78 co oznacza, że wahania zmiennej objaśnianej udało się wyjaśnić w prawie 78%. Odchylenie standardowe reszt, czyli tzw. średni błąd szacunku wynosi 176,5 co oznacza, że przewidywane wartości zmiennej objaśnianej przez oszacowane równanie różnią się od ich empirycznych wartości średnio o 176,5.

2.6.2. Model przedsiębiorczości dla obszaru poza metropolitalnego

Jak widać poniżej, w reszcie województwa kluczowym czynnikiem wyjaśniającym liczbę przedsiębiorstw jest również wyższe wykształcenie. Nadal jednak ważna jest odległość od Warszawy oraz ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy. Podział na dwa obszary nie spowodował więc spadku znaczenia kapitału ludzkiego.

Model 6: Estymacja KMNK, wykorzystane obserwacje 1-265

Zmienna zależna (Y): v1

	Współczynnik	Błąd stand.	t-Studenta	wartość p	
const	451,446	23,8941	18,8936	<0,00001	***
Liczba kilometrów od Warszawy	-1,02729	0,209548	-4,9024	<0,00001	***
Ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy	26,7733	9,2041	2,9088	0,00394	***
Odsetek ludzi z wyższym wykształceniem	66,1904	3,1249	21,1816	<0,00001	***

Średn. aryt. zm. zależnej	614,0943	Odch. stand. zm. zależnej	188,5916
Suma kwadratów reszt	2552342	Błąd standardowy reszt	98,88928
Wsp. determ. R-kwadrat	0,728175	Skorygowany R-kwadrat	0,725050
F(3, 261)	233,0583	Wartość p dla testu F	1,65e-73
Logarytm wiarygodności	-1591,414	Kryt. inform. Akaike'a	3190,827
Kryt. bayes. Schwarz	3205,146	Kryt. Hannana-Quinna	3196,580

Interpretacja modelu:

Liczba przedsiębiorstw na 10000 mieszkańców = 570,75, -1,03 liczba kilometrów od Warszawy, +26,77 ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy, +66,19 odsetek ludzi z wyższym wykształceniem.

Wyraz wolny nie ma interpretacji ekonomicznej.

Ocena parametru liczba kilometrów od Warszawy wynosi -1,03. Jeżeli odległość od Warszawy wzrośnie o jedną jednostkę (jeden kilometr) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców spadnie o 1,03 *ceteris paribus*.

Ocena parametru ilość dróg krajowych i autostrad przechodzących przez teren gminy wynosi 26,77. Jeżeli liczba dróg krajowych i autostrad wzrośnie o jedną jednostkę (jeden droga przechodząca przez teren gminy) to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 26,77 *ceteris paribus*.

Ocena parametru odsetek ludzi z wyższym wykształceniem wynosi 66,19. Jeżeli liczba osób z wyższym wykształceniem wzrośnie o jedną jednostkę jeden procent ludzi z wyższym wykształceniem w całej populacji gminy to oczekujemy, że liczba przedsiębiorstw zarejestrowanych w REGON na 10000 mieszkańców wzrośnie o 66,19 *ceteris paribus*.

Poziom istotności jest wysoki dla wszystkich zmiennych. Współczynnik determinacji osiąga wysoką wartość 0,73 co oznacza, że wahania zmiennej objaśnianej udało się wyjaśnić w prawie 73%. Odchylenie standardowe reszt, czyli tzw. średni błąd szacunku wynosi 98,89 co oznacza, że przewidywane wartości zmiennej objaśnianej przez oszacowane równanie różnią się od ich empirycznych wartości średnio o 98,89.

3. Podsumowanie

Artykuł przedstawia kilka wersji modeli regresji pokazujących czynniki wyjaśniające liczbę przedsiębiorstw na terenie gmin województwa mazowiec-

kiego. Zgodnie założeniami i teorią, zmiennymi wyjaśniającymi są zmienne powiązane z aglomeracją warszawską. Rola stolicy i gmin z nią sąsiadujących jest bardzo silna w województwie. Widoczny jest również coraz bardziej nowoczesny charakter metropolii, która przynosi duże korzyści gminom znajdującym się w niedalekiej odległości, natomiast reszta regionu staje się dla niej bazą nowych mieszkańców. Co może mieć niekorzystny wpływ na ich rozwój.

Zaskakuje kluczowa rola kapitału ludzkiego wyrażonego wykształceniem wyższym. Staje się on najważniejszym czynnikiem wyjaśniającym liczbę przedsiębiorstw. Zmienna ta wnosi bardzo dużo informacji i pozwalająca zmniejszyć znacznie błąd standardowy reszty. Należy oczywiście rozważyć wpływ zmiennej ukrytej na tak wysokie wyniki. Jednak mimo często poruszanej kwestii inflacji wyższego wykształcenia, jest ono ważną wartością dla gospodarki opartej na wiedzy, ponieważ staje się źródłem innowacji i pomysłów na nowe firmy. Równocześnie ludzie z wyższym wykształceniem mogą się osiedlać w podobnych miejscach, tworząc skupiska i budując rynek wewnętrzny dla lokalnych przedsiębiorców. Dotyczy to zwłaszcza regionów graniczących z większymi miastami. Alternatywny model bez uwzględnienia wyższego wykształcenia oparty na kapitale społecznym i infrastrukturze miał mniejszą wartość wyjaśniającą.

Podsumowując, duże znaczenie kapitału ludzkiego jako czynnika wyjaśniającego liczbę przedsiębiorstw w gminach wskazuje na coraz większą rolę wiedzy i innowacji w województwie mazowieckim, co potwierdzają raporty PARP-u. Co ważne, rola wyższego wykształcenia jest istotna również przy podziale Mazowsza na aglomerację i resztę województwa.

BIBLIOGRAFIA

- Bartkowski, J. (2007). Kapitał społeczny i jego oddziaływanie na rozwój w ujęciu socjologicznym. W: M. Herbst (red.), *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionalny*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Florida, R. (2010). *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Gajda, J. (2009). Modele strukturalne w ekonomii i zarządzaniu, *Problemy Zarządzania*, 7(4).
- Gardawskiego, J. (red.) (2013). *Rzemieślnicy i biznesmeni. Właściciele małych i średnich przedsiębiorstw prywatnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Glinka, B. (2008). *Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości w Polsce*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- Gorzelał, G. (red.) (2007). *Polska regionalna i lokalna w świetle badań EUROREG-u*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Hensel, P., Glinka, B. (2012). *Urzędnicy i przedsiębiorcy. Kulturowe bariery współpracy*, Poltext, Warszawa.

- Herbst, M. (2007). Kapitał ludzki dochód i wzrost gospodarczy w badaniach empirycznych. W: M. Herbst (red.), *Kapitał ludzki i kapitał społeczny a rozwój regionalny*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Kufel, T. (2011). *Ekonometria, Rozwiązywanie problemów z wykorzystaniem programu GRETL*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Oleksyn, T. (2012). Przedsiębiorczość jako kategoria złożona. Jak ją rozwijać, *Problemy Zarządzania*, 1(36).
- Pasieczny, J. (2008). *Profile gmin w Polsce – zarządzanie rozwojem i zmianami*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Regionalne Systemy Innowacji w Polsce – raport z badań* (2013). PARP, Warszawa.
- Smętkowski M., Gorzelak G., Kozak M., Olechnicka A., Płoszaj A., Wojnar K. (2012). *Europejskie metropolie i ich regiony. Od krajobrazu gospodarczego do sieci metropolii*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.

Tomasz Ochowski
Michał Główka¹

Rozdział 8

„Benchmarking podwójnej pętli” na przykładzie doświadczeń branży kawowej w Warszawie

Streszczenie

Niniejszy artykuł stanowi swoiste post scriptum do współpracy autorów z nestorem polskich przedsiębiorców, a także badaczem przedsiębiorczości Kordianem Tarasiewiczem, którego działalność gospodarczą, doradczą i badawczą realizował na terenie Warszawy i Mazowsza. Prezentowany tekst otwiera, przytoczona in extenso wypowiedź Kordiana Tarasiewicza. Publikowana jest ona po raz pierwszy, objaśniając czytelnikowi przedmiot materialny niniejszego artykułu to jest zarządzania firmą, z sektora MŚP, reprezentującej branżę kawową. Zarządzania rozpoczętego od konieczności rozwiązania sytuacji kryzysowej. Tekst poświęcony jest analizie benchmarkingowego aspektu tych działań osadzonego w perspektywie historycznej.

1. Fragmenty rozmów z Kordianem Tarasiewiczem²

Panie Dyrektorze, jak to się stało, że Pan właśnie w pewnym momencie objął firmę? Był Pan wtedy jednym z najmłodszych dyrektorów, miał Pan dwadzieścia cztery lata...

¹ Autorzy pozwalają sobie zadedykować niniejszy artykuł prof. Monice Kosterze, z nieśmiałą prośbą by mimo wszystko nie zapomniała o Warszawie.

² Kordian Tarasiewicz (ur. 1910 – zm. 2013) – przedsiębiorca i propagator przedsiębiorczości, w latach 1934–1950 dyrektor rodzinnej firmy „Palarnia Kawy ‘Pluton’”, lidera na polskim rynku kawowo-herbaciarnym w okresie międzywojennym (zlikwidowanej przez władze PRL z przyczyn pozaekonomicznych), później zarządzający innymi przed-

Kordian Tarasiewicz: Takim momentem przełomowym był fakt, że „Plutona”, który istniał od 1882 roku, w dwudziestolecium międzywojennym prowadził dyrektor Stanisław Hirszel³ – przyjaciel rodziny Tarasiewiczów. Miał on wielkie zasługi. Dzięki niemu firma przetrwała I wojnę światową. Potem, po odzyskaniu przez Polskę niepodległości, wspomniany dyrektor przeprowadził „Plutona” przez różne niebezpieczeństwa, jakie branża kawy i herbaty wówczas przechodziły. Potrafił na przykład zwalczyć próby narzucenia monopolu państwowego, zagranicznego i tak dalej⁴. Hirszel stanął na czele całej branży w Polsce, przede wszystkim jako inicjator Zrzeszenia Importerów Kawy i Herbaty, które na zasadzie dobrowolności skupiało około 90% firm zajmujących się tymi produktami.

Ja wtedy byłem młodym człowiekiem. Zdałem maturę i zacząłem studiować w Wyższej Szkole Handlowej (dziś SGH). Gdy miałem dwadzieścia cztery lata, dyrektor Hirszel nagle zmarł. Powstał wtedy bardzo ważny dylemat dla firmy – kto ma objąć jej kierownictwo? Mój ojciec już dawno nie żył, zresztą on był aktorem dramatycznym i interesami się nie zajmował. Wśród żyjących członków rodziny, tylko jak byłem pełnoletni. Ponieważ przechodziłem praktykę jako student SGH, zawsze na dwie – trzy godziny przychodziłem do firmy, poznałem, jak się to wszystko odbywa. Muszę więc powiedzieć, że dosyć się wprowadziłem w tryb działania przedsiębiorstwa i wyczuwałem, że Pan dyrektor Hirszel pod koniec życia, już starszy pan (zmarł w wieku około siedemdziesięciu lat), nie miał siły, żeby nie tylko prowadzić branżę, ale jeszcze dostatecznie zajmować się rozwojem firmy. I „Pluton” trochę tak

siębiorstwami sektora prywatnego, autor książek dotyczących tradycji polskich działań gospodarczych na przykładzie własnej firmy. Do końca życia (zmarł w wieku 103 lat) współpracował z Centrum im. Adama Smitha, a także okazjonalnie prowadził gościnne zajęcia dla studentów różnych wydziałów UW (w ostatnim czasie za pośrednictwem elektronicznych nośników informacji). Rozmowę z Kordianem Tarasiewiczem na potrzeby dydaktyki dla studentów zarządzania przeprowadzili, w maju 2012 roku, Tomasz Ochowski i Agnieszka Kseba. Nie była dotąd publikowana.

³ Stanisław Hirszel (ur. ok. 1865 – zm. 1934) – jeszcze przed objęciem dyrektorstwa „Plutona” był aktywnym działaczem kupieckim i samorządowym, radnym Warszawy, organizatorem pomocy żywnościowej dla biednych podczas I wojny światowej, a także autorem artykułu na temat finansowania teatrów.

⁴ W latach trzydziestych ubiegłego wieku przez polską prasę branżową, mając także oddźwięk w codziennej, przetożyła się dyskusja na temat projektu monopolizacji handlu kawą przez państwo. Stanisław Hirszel walczył przyczynić się do zaniechania tego pomysłu i konsolidacji firm herbacianych i kawowych w obronie liberalnych reguł gry. W 1932 roku próbę monopolizacji handlu kawą brazylijską w Polsce podjęła holenderska firma „Hegoma”. Polscy przedsiębiorcy, znowu przy aktywnym liderowaniu Hirszla, zastopowali tę inicjatywę, wykorzystując pewne niejasności prawne.

zaczął „obracać starocią” powiedzmy. Także stanąłem, jako nowy dyrektor, przed ważnym zadaniem, żeby wprowadzić jakiegoś nowego ducha do tego obszaru.

Ale zaczęło się od problemów finansowych... przede wszystkim był bardzo mały zysk...

K.T.: Tak, zyski spadały... Stało się tak dlatego, że od 1930 roku cały czas w Polsce był kryzys ekonomiczny, a także Niemcy różne trudności sprawiały dla naszej gospodarki⁵. Zachowała się taka statystyka „Plutona”, że od 1930 roku do 1935, mniej więcej o 30% spadły obroty. Zyski jeszcze były, ale bilans finansowy zaczął sytuować się na poziomie niebezpiecznym.

I jakie kroki Pan podjął?

K.T.: Kroki były dosyć drakońskie dlatego, że zaapelowaliśmy do wszystkich pracowników, że jest sytuacja ciężka, i dlatego mniej więcej o 20–25% trzeba zmniejszyć wynagrodzenia, najmniej efektywnym z zatrudnionych. Dzięki temu, że to była kadra wieloletnia, masę było pracowników którzy po 10, 15, 20 lat pracowali, oni się wszyscy zgodzili bez żadnych formalności. Również sobie zredukowałem pensję dyrektorską o połowę w stosunku do uposażenia Pana Hirszla.

Na wydziałach zarządzania uczymy studentów, że zawsze obniżenie pensji powoduje spadek tak zwanego morale załogi (nawet jeśli kadra zarządzająca sama daje przykład) a u Pana nic takiego nie nastąpiło...

K.T.: Po prostu było silne przywiązanie pracowników do firmy. Obchodziło się jubileusze. Zatrudniony, który przepracował 10 lat, dostawał srebrny zegarek, a za 25 lat złoty. Poza tym co roku były gratyfikacje. Zysk nie tylko akcjonariusze zabierali, ale zawsze kilkadziesiąt tysięcy złotych przeznaczaliśmy na gratyfikacje dla pracowników po skończonym roku. Więc ludzie byli zadowoleni, mieli dobre płace. No i to zdało egzamin.

Wspomniał Pan też w naszych wcześniejszych rozmowach o tym, iż załoga dała Panu szansę, kredyt zaufania, ponieważ był Pan bardzo młodym dyrektorem.

⁵ Warto przypomnieć, iż Wielki Kryzys lat trzydziestych XX wieku miał swój początek w USA w 1929 roku. Nazwa kryzysu pochodzi stąd, iż wywołał światowe załamanie gospodarcze, którego głębokość nie miała precedensu ani wcześniej, ani później. W Europie zapanował na początku lat 30. Kraje rolnicze, takie jak ówczesna Polska, dotknął szczególnie boleśnie i trwał w nich długo. Z kolei kumulację polsko-niemieckich trudności gospodarczych stanowiła wówczas tak zwana wojna celna polegająca na wzajemnych zakazie importu towarów (1925 r.), ostatecznie względnie szybko wygrana przez Polskę dzięki znalezieniu nowych rynków zbytu, przede wszystkim węgla, oraz dzięki budowie portu w Gdyni.

K.T.: Oczywiście. Niektórzy pracownicy doceniali, że coś nowego się dzieje, że podchodzę do pewnych tematów bardziej nowocześnie, niż to było dotąd. Sprawa reklamy, sprawa opakowań, estetyki. Nawiązałem kontakty z projektantami, którzy byli bardzo zdolnymi grafikami polskimi tamtego pokolenia: Maciej Nowicki, Eryk Lipiński czy Jerzy Hryniewiecki⁶. Takie sławne nazwiska zostały wciągnięte w to, żeby zmienić opakowania. Ogłosiliśmy konkurs na Wydziale Grafiki Politechniki Warszawskiej. Wygrał go Jerzy Hryniewiecki. Jego projekt „ziarnko kawy w płomieniu” funkcjonuje do tej pory⁷. Był też szereg innych pociągnięć: w sklepach zaczęliśmy wprowadzać nowoczesne oświetlenie – neonowe, specjalne urządzenia zaprojektowali zdolni architekci. W ogóle zmieniliśmy wystrój sklepów, rozbudowaliśmy sieć przedstawicieli handlowych, wzorując się na Wedlu wprowadziliśmy formy prowadzenia sprzedaży, które dziś nazywają się franczyzą. Nawiązaliśmy kontakty z Polakami – plantatorami kawy w Afryce. Wszystko to ruszyło do przodu nasze przedsiębiorstwo. Niestety trzeba powiedzieć, że nie było dużo czasu, bo w 1939 roku wybuchła wojna. Ale były to cztery lata intensywnej pracy, która dała ciekawe rezultaty⁸.

⁶ Maciej Nowicki [1910–1950] – uważany za jednego z najzdolniejszych i najbardziej oryginalnych architektów XX wieku. Zaprojektowana przez niego sala sportowa w Raleigh (1949) znalazła się na liście narodowego dziedzictwa USA. Projektował m.in. domy robotnicze, ośrodki sportowe, wnętrza sklepów i kawiarni (m.in. kawiarni „Fregata” prowadzonej przez „Plutona” podczas okupacji hitlerowskiej). Wiele jego projektów nie zostało zrealizowanych. W 1946 wyjechał z Polski. Pracował m.in. przy projekcie siedziby ONZ w Nowym Jorku. Wykładał architekturę. Był także urbanistą. Zginął w katastrofie lotniczej na terenie Egiptu.

Eryk Lipiński [1908–1991] – znany polski karykaturzysta, satyryk, dziennikarz i grafik. Jerzy Hryniewiecki [1908–1988] – architekt, także projektant wystaw (m.in. Warszawa oskarża, 1945), profesor Politechniki Warszawskiej, był współautorem Stadionu X-lecia oraz Supersamu.

⁷ Kordian Tarasiewicz formalnie wznowił po 1989 roku działalność „Plutona”. Jego ostatnie marzenie, niestety nie zrealizowane, stanowiło otwarcie kawiarni, która byłaby miejscem kultywowania tradycji branży dla potrzeb nowoczesności.

⁸ Tak Kordian Tarasiewicz uszczegóławiał te rezultaty na kartach swoich wspomnień *Cały wiek w Warszawie*: „Wszystkie wspomniane (...) przedsięwzięcia organizacyjne, jak wprowadzenie nowych opakowań, szkolenie pracowników i pomysłowa reklama spowodowały, że w roku 1935 obrót (firmy „Pluton” – uwaga T.O.) wzrósł o 3%, w roku 1936 o 15%, w 1937 o 20%, a w 1938 o 22% w porównaniu z wynikami 1934 roku. Gdyby nie wybuch wojny w 1939 roku wyniki ukształtowałyby się na poziomie lat koniunktury przed kryzysem początku lat trzydziestych” (Tarasiewicz, 2010: 104).

2. Benchmarking w perspektywie historycznej

Niniejszy artykuł stanowi swoiste *post scriptum* do współpracy autorów z nestorem polskich przedsiębiorców, a także badaczem przedsiębiorczości, zmarłym przed rokiem w wieku 103 lat, Kordianem Tarasiewiczem, który zarówno swe długie życie, jak i działalność gospodarczą, doradczą czy pisarską realizował prawie wyłącznie na terenie Warszawy i Mazowsza. Wspomniana współpraca, mimo różnych perspektyw czasowych (w przypadku Tomasza Ochynowskiego było to klika lat, w przypadku Michała Głównki znacznie krócej) wywarła znaczący wpływ na myślenie o rzeczywistości biznesowej obydwu niżej podpisanych. Dlatego też prezentowany tekst otwiera, przytoczona in extenso wypowiedź Kordiana Tarasiewicza. Publikowana jest ona po raz pierwszy, objaśniając czytelnikowi przedmiot materialny niniejszego artykułu (by użyć terminologii klasycznej refleksji metodologicznej), to jest zarządzania firmą, którą dziś należałoby zaliczyć do sektora MSP, reprezentującej branżę kawową, zarządzania rozpoczętego od konieczności rozwiązania sytuacji kryzysowej. W naszym tekście poddajemy analizie benchmarkingowy aspekt tych działań.

Z kolei przedmiot formalny, rozumiany jako teoretyczne ramy artykułu ma dwie inspiracje poznawcze. Pierwszą wyznaczają prace niekwestionowanego, choć nadal nieco dotkniętego środowiskową niepamięcią, twórcy współczesnej polskiej socjologii organizacji w wersji znacząco niezależnej od ideologii państwowej czasów PRL-u. Chodzi o Aleksandra Matejkę (ur. 1924 – zm. 1999). Wspomniany uczeń Stanisława Ossowskiego, przez wiele lat związany z Uniwersytetem Warszawskim, później emigrant polityczny, profesor kanadyjskiego Uniwersytetu Alberta, stosował w socjologii organizacji zdobycze prakseologii oraz socjotechniki⁹. Po 1989 roku poprzez gościnne wykłady oraz szkolenia stał się propagatorem na terenie naszego kraju dobrych praktyk organizacyjnych adekwatnych do gospodarki rynkowej (np. Matejko 1994). Matejko (1969: 2010) rozwijał badanie funkcjonowania przedsiębiorstwa „jako organizacji techniczno-ekonomicznej i równocześnie jako społeczności ludzkiej”¹⁰. Postulował (a także praktycznie wypełniał

⁹ Chodzi więc o wykorzystanie do analiz organizacyjnych myśli Tadeusza Kotarbińskiego oraz Adama Podgóreckiego. Serdecznie dziękujemy Róży Sułek z Wydziału Stosowanych Nauk Społecznych za przypomnienie postaci i dorobku Matejki oraz udostępnienie nam jego prac.

¹⁰ Myśl Matejki, wydaje się stwarzać nadzieję na to, iż stanowić ona może teoretyczny pomost między efektywnościowym (ekonomicznym) a humanistycznym podejściem do zarządzania, tak jak rozumie je M. Kostera (2010).

ten postulat w swej aktywności naukowej) zdobywanie wiedzy potrzebnej do efektywnych oddziaływań socjotechnicznych poprzez szczegółowe **badania porównawcze przedsiębiorstw podobnych do siebie z jak największego obszaru** (podkreślenie T.O. i M.G.), a nie analizowanie wyabstrahowanej „organizacji jako takiej” (Matejko, 1968 i in.).

Nasz artykuł stanowi propozycję wzbogacenia obszaru porównań sugerowanych przez Matejkę o perspektywę historyczną. Używamy w tym celu kategorii „benchmarking podwójnej pętli”, którą jeden z nas (Ochowski) proponuje sformułować na drodze analogii do określenia „zapominanie drugiej pętli”. Sylwia Ciuk i Monika Kostera (2010) nazwały tak – „na wzór uczenia się drugiej pętli” – zjawisko utraty przez organizację pamięci o wartościach ją konstytuujących. „Polega ono na ‘zapominaniu, że się zapomniało’” (Kostera, 2010: 227).

Przy czym proponowana przez nas analogia jest tylko terminologiczna. Kategoria „druga pętla” w koncepcji Ciuk i Kostery posiada wydźwięk głęboko aksjologiczny i dotyczy archetypicznych poziomów organizacji. „Benchmarking podwójnej pętli” odnosi się jedynie do perspektywy czasowej. Chodzi – po pierwsze – o zachęcenie badaczy i menedżerów, by sięgali po dobre praktyki benchmarkingowe oraz związane z nimi (lub leżące u ich podstaw) wartości, które znaleźć można w tradycji biznesowej. Drugi etapem realizacji „benchmarkingu podwójnej pętli” stanowi wykorzystanie wspomnianych doświadczeń jako inspiracji dla współczesnych działań gospodarczych czy szerzej organizacyjnych. „Benchmarking pojedynczej pętli” określałby procesy naśladowania dobrych praktyk i wartości realizowane przez firmy działające współcześnie wobec innych firm, także współczesnych¹¹. „Benchmarking podwójnej pętli” to wykorzystanie danych z przeszłości dla potrzeb współczesnych działań benchmarkingowych.

Procesy „benchmarkingu podwójnej pętli” prześledzimy na przykładzie relacji dwóch firm międzywojennego rynku herbaciano-kawowego w Warszawie: „Julius Meinl” i „Pluton”. Relacje te znalazły współczesną – symboliczną, a zarazem bardzo konkretną – kontynuację w doświadczeniu zawodowym młodego przedsiębiorcy, współautora niniejszego tekstu. Artykuł powstał więc „na przecięciu” dwóch perspektyw: historycznej (rozumianej jako przyczynek do historii biznesu na terenie Polski) oraz autobiograficznej.

¹¹ Chodzi więc o rozumienie benchmarkingu, upowszechnianego przez znaczące publikacje z zarządzania (zob. np. Oleksyn, 2013).

3. Relacje między „Meinlem” a „Plutonem” w międzywojennej Warszawie¹²

Historia marki „Julius Meinl” zaczęła się 3 lutego 1862 roku, kiedy to Julius Meinl I¹³ otrzymał z wiedeńskiego magistratu koncesję na handel towarami kolonialnymi. Dwa miesiące później, 5 kwietnia, zapłacił 100 austriackich guldenów opłaty z tytułu „aneksji do kasy gremialnej” Wiedeńskiego Stowarzyszenia Kupców i powitał pierwszych klientów w swoim małym sklepie kolonialnym w wiedeńskim śródmieściu, na rogu ulic Köllnerhofgasse i Lugeck. Można było tam kupić kawę, herbatę, kakao, cukier i ryż. Julius Meinl jako jeden z pierwszych kupców w Europie postawił sobie za cel staranne dbanie o produkty, oferowanie najlepszej jakości towarów oraz przyjazną i serdeczną obsługę klientów. Według firmowej legendy zawsze witał odwiedzających sklep pytaniem: „Czym mogę służyć?”

W 1877 roku następca założyciela firmy, Julius Meinl II jako pierwszy w Europie zajął się zarobkowym paleniem kawy. Sprzedawał ją w swoim sklepie z artykułami kolonialnymi. Wcześniej klienci kupowali zielone ziarna kawy i palili je sami domowymi sposobami. W 1891 roku Julius Meinl II zbudował fabrykę a w 1893 roku otrzymał pozwolenie na fabryczne palenie kawy.

Pierwsza Polska filia „Meinla” powstała we Lwowie, w 1903 roku. Dziewięć lat później rozpoczęła pracę na naszych ziemiach kolejna. W 1927 roku wiedeńska centrala „Julius Meinl” powołała dla działalności w Polsce oddzielny podmiot pod nazwą „Juliusz Meinl Spółka Akcyjna” z siedzibą najpierw w Krakowie, później we Lwowie, a od 1928 r w Warszawie. Tam też funkcjonowało najwięcej sklepów firmy (9). Następne pod względem ilości

¹² W niniejszym punkcie wykorzystujemy, za zgodą wydawcy (Wydawnictwa Naukowe WZ UW), fragmenty podrozdziału „Dobre praktyki zarządzania w branży zdominowanej przez małe i średnie przedsiębiorstwa na przykładzie doświadczeń Palarni Kawy Pluton (1882–1950)” z publikacji: Ochowski (2013a: 234–264). Fragmenty te są w znacznym stopniu przeformułowane oraz osadzone w nowym kontekście treściowym. Przytoczona publikacja zawiera wykaz źródeł, które były wykorzystane przez Tomasza Ochowskiego do rekonstrukcji dziejów „Meinla” i „Plutona” na ówczesnym etapie badań. Obecnie źródła te zostały wzbogacone przede wszystkim o książkę Lehrbaumer (2000), oraz o materiały firmowe „Meinla” w posiadaniu Michała Głównki, a także o jego pamięć organizacyjną. Niniejszym poddajemy ten wstępny zarys wybranych elementów dziejów „Meinla” i „Plutona” pod krytyczny osąd czytelników. Serdecznie dziękujemy Paulinie Pachowskiej za opracowanie dla naszych potrzeb wspomnianej publikacji Lehrbaumer i niestrudzone tłumaczenie tekstów niemieckich.

¹³ W firmie Meinla panuje maniera oznaczania kolejnych właścicieli przedsiębiorstwa tak jak koronowane głowy.

punktów sprzedaży były Łódź (3 sklepy) i Lwów (2 dwa sklepy). W okresie międzywojennym liczba polskich filii „Meinla” dynamicznie rosła.

Omawiana firma zajmowała się na terenie naszego kraju importem produktów kolonialnych, a także własną produkcją surogatów kawy, ciastek, pralin, kakao, czekolady, marmolady, suszu warzywnego oraz handlem winem. Centrala w Warszawie prowadziła palarnię kawy, pakownię herbaty oraz produkowała sprzęt do butelkowania oleju i miodu. W 1936 roku rozpoczęto także wytwarzanie soków owocowych.

Już od 1934 roku Julius Meinl stał się największym Europejskim przedsiębiorcą handlowym i sprzedawcą detalicznym. Wybuch II wojny światowej przerwał szybki rozwój firmy.

Głównym konkurentem „Meinla” (i vice versa) na polskich ziemiach była w okresie międzywojennym warszawska, także rodzinna firma Palarnia Kawy „Pluton”, anonsowana już poprzez wywiad z jej ostatnim dyrektorem, który otwiera nasz artykuł. Dzieje tego przedsiębiorstwa utrwalił przede wszystkim wspomniany dyrektor Kordian Tarasiewicz, wnuk założyciela (1971, 2010, 2013, zob. także Ochinowski, 2013a).

W tym miejscu przypominamy tylko fakt, iż Palarnię „Pluton” otworzył Tadeusz Tarasiewicz w 1882 roku, a więc dwadzieścia lat po powstaniu pierwszego, wiedeńskiego sklepu Meinla, jedenaście lat po rozpoczęciu przez niego palenia kawy, ale jednocześnie dziewięć lat przed zbudowaniem Meinlowej palarni jako oddzielnej fabryki (w „Plutonie” fabryka, choć początkowo mała, była od początku). Okres między I a II wojną światową to czas, gdy „Meinl” (używamy zamiennie skrótu JM) i „Pluton” stali się głównymi graczami branży herbaciano-kawowej na terenie naszego kraju. Dane z połowy lat trzydziestych XX wieku mówią o 225 sklepach kawowych w Polsce tamtych lat. Niecałe 10% tych punktów sprzedaży (około 20) było własnością Meinla, następne nieco ponad 10% należało do „Plutona”. Obydwie firmy charakteryzowała też podobna dynamika rozwoju. Pod koniec okresu międzywojennego „Meinl” zwiększył swój stan posiadania do 28 sklepów w 1937 roku, „Pluton” dwa lata później miał ich 31 (Lehrbumer, 2000, Tarasiewicz, 2010). „JM” był jedynym przedsiębiorstwem omawianej branży o kapitale zagranicznym w ówczesnej Polsce. Firma Tarasiewiczów miała zasięg wyłącznie krajowy.

Obecny stan źródeł i opracowań pozwala na charakterystykę relacji benchmarkingowej między obydwojma podmiotami tylko z perspektywy kierownictwa polskiego przedsiębiorstwa. Kordian Tarasiewicz, który obejmował funkcję dyrektora „Plutona” w czasie, gdy firma ta przeżywała kryzys (por. wywiad rozpoczynający niniejszy artykuł), zauważał następujące przewagi konkurencyjne Meinla na terenie Polski:

- **duży kapitał** (praktyki jego powiększania polegały na tym, iż spółki krajowe uzyskiwały możliwość obniżenia podatków przez zadłużanie się w centrali lub zawyżanie cen, po których centrala sprzedawała swoje towary; budziło to zastrzeżenia polskich handlowców),
- **szeroki asortyment** oferowanych produktów (nie tylko kawa, herbata, kakao, ale także olej, wino, czekolada i wafle),
- **innowacyjny charakter zarządzania personelem** (na przykład wprowadzenie męskiej obsługi sklepów, co w okresie międzywojennym stanowiło na ziemiach polskich znaczną innowację obyczajową; sklepy Meinla charakteryzowało także bardzo dobre wykształcenie pracowników).

Jednym z pierwszych działań Kordiana Tarasiewicza po objęciu funkcji dyrektora „Plutona” była jego wizyta w wiedeńskiej centrali Meinla. Później, wzorując się na swym głównym konkurencie, zaczął (na zasadzie eksperymentu) zatrudniać mężczyzn w sklepach. Wprowadził także system szkoleń oraz inne innowacje HR w „Plutonie”, jednak wykorzystując własne doświadczenia oraz „know how” polskiej firmy „Wedel”. Ostatnie lata przed 1939 r. przyniosły decyzję o poszerzeniu zakresu towarów „Plutona”. Konieczna jednak okazała się przebudowa sklepów. Pomysł został więc odłożony na przyszłość. Przydał się podczas okupacji hitlerowskiej, gdy firma pozbawiona szerszych możliwości obrotu kawy zajęła się innym asortymentem, (takim jak marmolada na kartki i inne produkty możliwe do obrotu handlowego w warunkach wojny).

„Pluton”, dzięki innowacjom wprowadzonym przede wszystkim przez dyrektora Tarasiewicza bardzo dobrze rozwijała się do 1939 r. Przetrwała także okupację hitlerowską, zwiększając dwukrotnie zatrudnienie. Znacząco wspierała ofiary okupanta i ruch oporu. Po wojnie w 1951 r. została zlikwidowana decyzją polityczną stalinowskiego reżimu. Dziś przytoczone tu skrótowo wiadomości na temat benchmarkingowych relacji „Plutona” do Meinla wydają się warte uwagi współczesnych ludzi biznesu, choćby jako podstawa refleksji na temat możliwości kształtowania relacji firm krajowych z prężnymi, często bardziej innowacyjnymi podmiotami zagranicznymi w dobie globalizacji.

Meinl, po niechlubnej roli w czasach okupacji hitlerowskiej jako firmy prowadzącej sklepy „nur für Deutsche” (choć warto zaznaczyć, iż 9 sklepów tego przedsiębiorstwa sprzedawało podczas okupacji hitlerowskiej produkty także Polakom, zob. Lehrbaumer 2000) dopiero niedawno wrócił na polski rynek. W 2012 roku jeden z jej dystrybutorów złożył wizytę Kordianowi Tarasiewiczowi (wówczas 102-letniemu nestorowi polskiej branży kawowej). Tym dystrybutorem był Michał Główka, student zarządzania, współautor niniejszego artykułu.

4. Meinl jako okazja do benchmarkingu dzisiaj, w świetle tradycji „Plutona”¹⁴

Dziś Julius Meinl stanowi jedną z najbardziej znanych i prestiżowych marek austriackich. Firma podzielona jest na 3 sektory: Julius Meinl Caffè, Julius Meinl Am Graben i Meinl Bank. Pierwszy z wymienionych sektorów kultywuje tradycje założycielskie. Zajmuje się produkcją i sprzedażą kawy, herbaty, czekolady i dżemów w ponad 70 krajach na świecie, w tym na terenie USA, Chin i Australii. Zatrudnia 600 pracowników, posiada dwie palarnie kawy – jedną w Wiedniu (Austria) drugą w Vicenza (Włochy). Zyski firmy w 2010 r. wynosiły 108 000 000 euro (Prezentacja brw). Kawy Julius Meinl napić się można w wielu restauracjach, kawiarniach i hotelach na całym świecie. Przy firmie działa Akademia Kawy Julius Meinl, której celem jest szerzenie kultury przygotowywania i podawania kawy.

Kolejny sektor omawianej firmy, jak już wspominaliśmy, stanowią delikatesy, restauracje, kawiarnie i różnorodne bary funkcjonujące pod nazwą „Julius Meinl Am Graben”. Pod szyldem przedsiębiorstwa sprzedawane są produkty pochodzące od producentów austriackich oraz z wielu innych krajów świata.

Ostatni z trzech głównych sektorów omawianej firmy stanowi Meinl Bank, Austrian Private Bank, który powstał w 1923 roku. Zajmuje się on profesjonalnym doradztwem finansowym, ze szczególnym nastawieniem na poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań.

Firma Julius Meinl oficjalnie wróciła do Polski w 2009 roku, gdy wyłącznym dystrybutorem na terenie Rzeczypospolitej Polskiej została „JM. Sp. z o.o.”, z siedzibą w Lesznie.

Obecnie ważną rolę dla rozwoju przedsiębiorstwa spełnia dział szkoleń, którego pracownicy jeżdżą po całej Polsce i przeprowadzają kursy, zapoznające uczestników z historią firmy oraz uczące tego, jak przygotować kawę zgodnie ze standardami Meinla. Dystrybutorzy uczestniczą w corocznych spotkaniach, poświęconych dzieleniu się doświadczeniem i umiejętnościami. Firma jest nastawiona w szczególności na klientów HoReCa, którzy kupując kawę i herbatę, dostają w dzierżawę wszystkie niezbędne urządzenia do przygotowania firmowego espresso.

W przeciwieństwie do czasów przedwojennych nie ma w Polsce sklepu Julius Meinl. Kawę tej firmy konsument może wypić w kawiarniach, restauracjach czy hotelach (między innymi oferują ją hotele „Vienna Internatio-

¹⁴ Niniejszy punkt powstał w oparciu przede wszystkim o publikację Lehrbaumer (2000), oraz o materiały firmowe „Meinla” w posiadaniu Michała Główska, a także o jego pamięć organizacyjną.

nal Hotels” w Warszawie, Łodzi, Katowicach, Krakowie, restauracja „Słony” w Warszawie; sieć restauracji „Sphinx” i „Restauracja w Ratuszu” w Lesznie). Podmioty te zaopatrują się w kawę bezpośrednio w firmie „JM Sp. z o.o.” oraz u dystrybutorów.

W 2012 współautor niniejszego artykułu, Michał Główka założył własną firmę kawową „E-CAFE”. Od początku swej działalności gospodarczej do dnia dzisiejszego współpracuje on z „JM. sp. z o.o.”. Z perspektywy dwóch lat aktywności na rynku kawowym Główka ocenia kontakt z Meinlem jako inicjacyjny. Nauczył się dzięki niemu jak prowadzić własną firmę, a także miał okazję doświadczyć znaczenia tak zwanych cnót burżuazyjnych w działalności gospodarczej: tylko konsekwencja w działaniu, upór i ciężka praca może przynieść efekty. Nawet wieloletnia tradycja firmy nie gwarantuje natychmiastowego sukcesu.

Kilka lat temu firma Julius Meinl obchodziła jubileusz 150-lecia. W wielu krajach świata puszczano reklamy telewizyjne, organizowano imprezy na które chętni mogli było przyjść z rodziną, napić się kawy, posłuchać muzyki, a także poznać historię przedsiębiorstwa. Na przykład w Chorwacji stworzono największe na świecie cappuccino, wpisane do Księgi Guinnessa. W Polsce niestety, zabrakło takich inicjatyw, nie było nawet żadnych reklam. Tymczasem, co oczywiste, wiele marek kawy od wielu lat inwestuje w reklamę i ma już ugruntowaną pozycję na polskim rynku przez co trudno przekonać konsumentów, że może być lepsza kawa niż ta, którą piją od lat.

Aktualnie Główka już bardzo ograniczył pracę dla JM, lecz dostarcza jeszcze kawę do swoich stałych klientów. Obecnie postanowił stworzyć własną markę, która nie zajmuje się już kawą, ale jest związana z żywnością. Główka współpracuje z branżą HoReCa. Z jednej strony przydaje mu się doświadczenie zdobyte w Julius Meinl, z drugiej strony boryka się z licznymi trudnościami, bo kryzys także dotyka HoReCa.

W przyszłości Główka nie wyklucza jednak powrotu do współpracy z JM. Rynek kawowy w Polsce mimo kryzysu względnie dobrze się rozwija. Według badań „Euromonitor International”, w 2015 roku wartość wspomnianego rynku ma wynieść już blisko 1,3 mld euro, co oznacza przewidywany wzrost o 8 proc. w stosunku do roku 2011 (Dane..., [http](http://)).

Praca dla Meinla dała Głównce także nieoczekiwane spotkanie z przeszłością. Zainteresowany problematyką kawy szukał ludzi od których mógłby zdobyć informacje, także dotyczące genezy i tradycji tego obszaru konsumpcji. W ten sposób trafił na ślad Kordiana Tarasiewicza, wówczas już ponad 100-letniego nestora branży, który zaprosił młodego przedsiębiorcę na spotkanie. „Z Panem Kordianem spędziłem wiele czasu – wspominał Główka,

już po śmierci dyrektora „Plutona” – słuchając opowieści o przedwojennym rynku kawy, o palarni kawy ‘Pluton’ i sklepach z kawą.

Chcąc realizować pasję i marzenia Pana Kordiana, chciałbym uruchomić sieć małych przytulnych kawiarni z klimatem przedwojennej Warszawy. Myślę, że takich miejsc brakuje np. na warszawskim Starym Mieście¹⁵.

5. Konkluzje

Przytoczony autocytat, którym kończmy artykuł, wydaje się lepiej, niż jakakolwiek analiza oddawać istotę oraz potencjalną wartość „benchmarkingu podwójnej pętli”. Polega ona przede wszystkim na stworzeniu szansy międzypokoleniowego transferu doświadczeń i wartości. A jako wartość dodana wyłonił się także interesujący rodzaj benchmarkingu, wart oddzielnej interpretacji, może pod nazwą „benchmarking pasji i marzeń”?

BIBLIOGRAFIA

- Ciuk, S., Kostera, M. (2010). Drinking from the Waters of Lethe: A Tale of Organizational Oblivion, *Management Learning*, 41: 187–204.
- Dane Euromonitor International, <http://gospodarka.dziennik.pl/news/artykuly/378591,dynamiczna-ekspansja-kawy-polacy-odstawiaja-herbate.html> (06.11.2014).
- Kostera, M. (2010). *Organizacje i archetypy*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Lehrbaumer, M. (2000). *Womit kann ich dienen? Julius Meinel. Auf den Spuren einer großen Marke*. Wien, Pichler Verlag.
- Matejko, A. (1968). Przydatność socjotechniczna analizy strukturalno- funkcjonalistycznej zakładu pracy. W: A. Podgórecki (red.), *Socjotechnika. Praktyczne zastosowanie socjologii*, Książka i Wiedza, Warszawa.
- Matejko, A. (1969). *Więź i konflikt w zakładzie pracy*, Książka i Wiedza, Warszawa.
- Matejko, A. (1994). *Socjotechnika zarządzania*, Wyd. ZSB, Szczecin.
- Ochowski, T. (2013a). *Tradycje przedsiębiorczości w Polsce jako źródło kapitału kulturowego organizacji*, Wydawnictwo Naukowe WZ UW, Warszawa.
- Ochowski, T. (red.) (2013b). *Zapach świeżej kawy*, PWN, Warszawa.
- Oleksyn, T. (2013). *Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji*, Warszawa, Wolters Kluwer Polska.
- Prezentacje firmy „JM” w posiadaniu M. Główna, brw., bmw.
- Tarasiewicz, K. (1971). *Kawa po warszawsku. Dzieje firmy »Pluton«*, Gospodarczy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
- Tarasiewicz, K. (2010). *Cały wiek w Warszawie*, Wyd. Veda, Warszawa.
- Tarasiewicz, K. (2013a). *Dzieje domu przy ulicy Grzybowskiej 37 w Warszawie*. Wyd. Veda, Warszawa.

¹⁵ Korespondencja elektroniczna między autorami niniejszego artykułu, luty 2013.

Nowoczesne Mazowsze – mit czy rzeczywistość?

Poniżej przedstawiamy zapis dyskusji panelowej, która odbyła się w dniu 10 czerwca 2014 r. w ramach cyklicznego seminarium, poświęconego problemom ekonomiczno-społecznym Mazowsza, zorganizowanego w czerwcu br. przez Wydział Zarządzania UW. Uczestnicy debaty panelowej poszukiwali odpowiedzi na pytanie zawarte w tytule seminarium – „*Nowoczesne Mazowsze – mit czy rzeczywistość?*” – jak wykorzystać potencjał nauki do poprawy nowoczesności i konkurencyjności całego regionu. Seminarium poprowadziła doc. Władysława Zborowska.

Dr hab. Anna Giza-Poleszczuk, prof. UW – Prorektor ds. Rozwoju i Polityki Finansowej Uniwersytetu Warszawskiego.

Mazowsze i Uniwersytet Warszawski są ze sobą bardzo silnie zrośnięte. Nie jest tylko tak, że Mazowsze, jeśli spojrzymy na wszystkie dane i wykresy, jest województwem o największej kontrybucji do naszego Produktu Krajowego Brutto i o najwyższym poziomie innowacyjności. Jest też regionem, który posiada największy potencjał rozwojowy i kapitał intelektualny i z pewnością Uniwersytet Warszawski, (najważniejsza i najlepsza polska uczelnia, obok Uniwersytetu Jagiellońskiego), odgrywa ważną rolę w tworzeniu istotnych podstaw kulturowych i ekonomicznych dla pozycji i znaczenia Mazowsza.

Dzieje się tak już choćby dlatego, że większość naszych absolwentów znajduje zatrudnienie właśnie na Mazowszu. Jestem jednak głęboko przekonana, że wspólnie z instytucjami tu istniejącymi, możemy zrobić więcej przede wszystkim w sferze transferu wiedzy, transferu technologii, nie tylko technologii o charakterze twardym, ale również technologii o charakterze miękkim, czyli różnego rodzaju inteligencji organizacyjnej, rozwiązań organizacyjnych, związanych z budowaniem kompetencji miękkich i z zarządzaniem.

Zdaję sobie sprawę, że jeżeli chodzi o dialog uczelnia – przedsiębiorcy, to mamy jeszcze wiele do zrobienia. Nie potrafimy do siebie docierać w sposób,

który byłby komunikatywny dla przedsiębiorców. Sami, we własnym gronie, dostrzegamy pewne bariery w porozumiewaniu się np. fizyka z biologiem albo biologa z psychologiem. Tak więc może się okazać, że nie potrafimy dostatecznie przekonywująco pokazać nasze atuty, rzeczywiste nasze zasoby i realne możliwości. Potrzeba jeszcze więcej aktywności w zakresie informacji, aby przedsiębiorcy mieli pewność, czego mogą od nas oczekiwać, i na co, we współpracy, mogą liczyć. Chcę podkreślić, że jako Uniwersytet jesteśmy zdecydowani, (a przede wszystkim pan rektor Alojzy Z. Nowak, którego tu zastępuję, który jest prorektorem ds. badań naukowych i współpracy na UW), aby rozwijając i pogłębiając dialog z środowiskami biznesu, zbudować z nimi porozumienie, ale także po to, byśmy nauczyli się rozumieć lepiej potrzeby instytucji publicznych, czy społeczności lokalnych. Chodzi również o to, żebyśmy potrafili interesująco zaprezentować potencjał i atuty uczelni, które w szczególności mogą zostać wykorzystane w naszym regionie. Cieszę się, że seminarium, poświęcone problemom ekonomiczno-społecznym Mazowsza, zorganizowane przez Wydział Zarządzania UW, może być dobrym przykładem dialogu ludzi nauki ze środowiskami odpowiedzialnymi za rozwój całego regionu.

Doc. dr Władysława Zborowska – Wydział Zarządzania UW

Światowy kryzys finansowy oraz jego skutki pokazały, że wychodzenie z niego jest bardzo trudne i powolne. Dotychczasowe znane nam czynniki i sposoby rozwoju gospodarczego, powoli zaczynają się wyczerpywać. W związku z tym istnieje konieczność pogłębionej analizy nowych warunków i sposobów programowania rozwoju gospodarczego. Znalazło to już swoje odzwierciedlenie m.in. w dokumencie pt. Strategia „Europa 2020”, który jest nowym, długookresowym programem rozwoju społeczno-gospodarczego Unii Europejskiej (UE), zastępującym, realizowaną od 2000 r., zmodyfikowaną pięć lat później, Strategię Lizbońską.

Z perspektywy Polski, czy Mazowsza nowe podejście musi także uwzględniać fakt, iż rozwój i wzrost gospodarczy powinny być powiązane z rozwiązywaniem ważnych problemów społecznych. Są one trudne do zminimalizowania w krótkim okresie, jak np. wysokie bezrobocie, zwłaszcza wśród młodych osób, wchodzących na rynek pracy, czy utrzymująca się jeszcze znacząca sfera ubóstwa. Ale na poziomie całego kraju, czy regionu, takiego jak Mazowsze, istnieje jednak potrzeba przewartościowania istotnych elementów prowadzonej polityki gospodarczej, w szczególności w kierunku coraz większego wykorzystania zasobów lokalnych do rozwijania gospodarki danego regionu. Taka polityka powinna działać na rzecz zwiększania roz-

miaru zatrudnienia i zapewnienia większej spójności społeczno-ekonomicznej regionu. Istotną rolę w strategii jego rozwoju powinna odgrywać także polityka sektorowa. Na ten element zwraca uwagę w swych badaniach Pan Profesor Kazimierz Ryc z Wydziału Zarządzania UW.

Prof. dr hab. Kazimierz Ryc – Katedra Gospodarki Narodowej WZ UW

Przez ostatnie 25 lat Mazowsze bardzo się zmieniło. I na dobrze i na źle. Czy to jest już nowoczesne Mazowsze – to zależy od tego, jakie przyjmimy kryteria. Trudno jednoznacznie odpowiedzieć. Z punktu widzenia ekonomisty, jeśli chodzi o Mazowsze, wydarzyły się dwie bardzo ważne rzeczy. Utraściło ono praktycznie ogromną część swojego przemysłu. Deindustrializacja aglomeracji warszawskiej, Radomia, Siedlec, Wyszkowa (jedynie ostał się Płock z rafinerią), nie nastąpiła tylko w wyniku konkurencji dla przemysłu w regionie. Na proces ten złożył się brak szansy na wykorzystanie możliwości potencjału, mimo posiadania znakomitej kadry technicznej, która była źle wykorzystywana. Inny powód to, w niektórych przypadkach, niedostępność cennych dewiz potrzebnych do importu części zapewniających kontynuację procesów technologicznych. Gdyby udało się niektórym firmom przetrwać ówczesną, niesprzyjającą przemysłowi, politykę monetarną i fiskalną, miałyby obecnie szanse rozwoju.

Jeśli formalnie spojrzymy na to, co się dzieje na Mazowszu, to zamiast industrializacji nastąpiła „serwisyzacja”. Obecnie dominującą dziedziną, w której specjalizuje się region są usługi. Mam na myśli głównie aglomerację warszawską, ponieważ nie wygląda to tak samo na całym Mazowszu. Pytanie, które się nasuwa brzmi, jakie to są usługi? Są to głównie usługi finansowe, jak również szeroko pojęte usługi informatyczne. Nade wszystko są to niestety call centra, które światowe firmy, światowy biznes lokuje m.in. w Warszawie i w najbliższej okolicy, ze względu na dobrze wykształconą i tanią siłę roboczą.

Rzeczywiście, jeśli chodzi o Mazowsze, to jego rozwój poprzez „serwisyzację” zamiast industrializacji, dał pewne rezultaty. Mazowsze to dziś najbardziej zamożny region Polski. Ale w dłuższej perspektywie należy spojrzeć na obecny stan rzeczy bardziej krytycznie. Jeśli pominiemy Warszawę, dominują tu niskie koszty pracy, które staną się z czasem coraz bardziej istotnym problemem dla szans rozwojowych całego Mazowsza. I grożą tutaj dwa, w moim przekonaniu, niebezpieczeństwa, na które musimy zwrócić uwagę.

Pierwsze niebezpieczeństwo wiąże się, z tym, że w jakimś sensie już wygasają korzyści, jakie światu współczesnemu użyczyła globalizacja. Dobrodziej-

stwo globalizacji w postaci tanich, łatwo dostępnych towarów i szerokiego rozwoju wymiany międzynarodowej, stopniowo wyczerpuje się. Zaczynają się ujawniać negatywne następstwa globalizacji, w pierwszej kolejności dotyczące rosnącego bezrobocia w rezultacie rewolucji technologicznej i rywalizacji firm, poszukujących bez większych barier, tanich miejsc pracy. Problem ten jest nieobcy dla Mazowsza, które staje przed dylematem, jaki wzorzec rozwoju powinien tu dominować.

Drugie niebezpieczeństwo jest takie, że choć koszty pracy będą jednak rosnąć, to nie wszyscy inwestujący w call centra, czy ośrodki usługowe, uciekną z naszego regionu. A wraz z procesem integracji w Unii Europejskiej i doganianiem przez Polskę państw bardziej rozwiniętych, zacznie działać silnie tzw. efekt Balassy-Samuelsona. Efekt ten to zjawisko polegające na tym, że ceny usług rosną szybciej od cen towarów przemysłowych. Efektem jest m.in. to, że średni poziom cen w krajach bogatych jest wyższy niż w krajach ubogich. Polska wraz z dochodzeniem do poziomu krajów bogatszych narażona będzie na wzrost kosztów nie tylko w sektorze usług, ale i na wyższą inflację lub aprecjację nominalnego kursu walutowego. A to oznacza osłabienie konkurencyjności polskiej gospodarki, zwłaszcza, w sytuacji, gdyby Polska znalazła się w strefie euro, gdzie instrument kursu walutowego przestaje w istotny sposób oddziaływać na poziom konkurencyjności danej gospodarki.

W związku z tym, dla Mazowsza może istnieć sens postawienia na wspomnianą przez panią doc. Zborowską tzw. inteligentną specjalizację regionalną, opartą o wewnętrzne możliwości i nastawienie innowacyjne w sektorze produkcyjnym. To znaczy postawienie na to, co już częściowo jest i mogłoby być w przyszłości mocną stroną Mazowsza, zarówno ze względów społecznych, jak i ekonomicznych. Czyli także na wyborze rozwoju produkcji na potrzeby wewnętrzne, a w mniejszym stopniu na eksport. Zresztą, jeśli postawimy na jakość, na innowacje w tych dziedzinach, w których już jesteśmy dobrzy i mamy ku temu możliwości, to jakościowe efekty dadzą o sobie znać również i poza krajem. To znaczy wzrosną możliwości eksportu. Myślę tu przede wszystkim o inteligentnej specjalizacji w zakresie żywności.

Jednak istota sprawy sprowadza się do tego, iż tzw. inteligentna specjalizacja regionalna musi opierać się przede wszystkim na polityce przemysłowej, czy sektorowej. Bo przekonanie, że mechanizmy niewidzialnej ręki rynku, rozwiązują najważniejsze problemy gospodarek narodowych, również na poziomie regionalnym, okazało się wielką przesadą. Nie da się już w tej chwili zmienić charakteru naszego regionu, z powrotem go uprzemysłowić w takim rozumieniu, jak to było wcześniej. Także i dlatego, że mamy dziś inne

wymagania dotyczące efektywności funkcjonowania firm, ale można podjąć próbę wykorzystania innowacyjności tego regionu dla podjęcia i wspierania nowej polityki sektorowej na Mazowszu. Inteligentne innowacje to nie tylko wymyślanie nowych produktów, czy nowych rzeczy, to również umiejętność wykorzystania potencjału naukowego do podniesienia poziomu zarządzania firm i instytucji publicznych. Mówiła o tym Pani Rektor, dodając, że

Uniwersytet Warszawski jest oczywiście uniwersytetem mazowieckim. Kiedyś Wydział Zarządzania zawarł umowę z wojewodą plockim, według której m.in. naszym zadaniem była budowa tam ośrodka konsultacyjnego. Wojewoda w zamian za tę współpracę m.in. obiecywał kartki na benzynę, aby można było do Płocka dojeżdżać. W związku z tym myśmy się bardzo cieszyli, że dojedziemy tam na pełnym baku. A więc była to obustronna, mam nadzieję, korzyść i miasta Płocka i oczywiście tych, którzy do niego docierali. Dziś oczywiście wyobrażam sobie bardziej cywilizowaną współpracę, ale również z korzyścią dla obu stron.

Doc. dr Władysława Zborowska

Myślę, że dobrym punktem wyjścia jest zarysowanie pewnych tendencji i możliwości dla regionu, który nakreślił Pan profesor Ryć. Sądzę, że doświadczenie Pana prof. Zbigniewa Strzeleckiego – dyrektora Mazowieckiego Biura Planowania Regionalnego wniesie tutaj więcej nieco szczegółów, jeśli chodzi o te najbliższe kierunki proponowanych zmian w gospodarce, jak i w rozwoju społecznym.

Prof. dr hab. Zbigniew Strzelecki – Mazowieckie Biuro Planowania Regionalnego

Z mojej strony państwo oczekują konkretów, więc może oprę się na dokumentach, które samorząd województwa przyjął lub przyjmuje. Takim podstawowym, odpowiadającym na to, o czym mówił Pan prof. Ryć, jest Strategia Rozwoju Województwa Mazowieckiego. Do tego będzie tworzony dokument operacyjny – Regionalny Program Operacyjny, bo w nim są już zapewnione środki na wspieranie tych kierunków i działań, które są zapisane w strategii rozwoju województwa.

Jeśli chcemy odpowiedzieć na pytanie, które nurtowało profesora Rycia, na ile to jest Mazowsze nowoczesne, czy jest to mit, czy rzeczywistość to, jeśli przyjmiemy za kryterium nakłady na B+R, to możemy powiedzieć, że największa koncentracja potencjału naukowo-badawczego w skali Polski

jest najwyższa właśnie na Mazowszu. Nie chodzi tutaj tylko o koncentrację w Warszawie, choć występuje głównie w Warszawie i w obszarze najbliższym Warszawy, ale generalnie w całym obszarze metropolitalnym. Tu się koncentruje nie tylko potencjał naukowo-badawczy, ale też potencjał innowacyjny. Na każde 1000 warszawiaków przypada 200 podmiotów gospodarki narodowej, z tego duża część to są podmioty, które możemy zaliczyć do wykorzystujących B+R, natomiast w pozostałej części województw jest to o wiele mniej – 128 takich podmiotów na 1000 mieszkańców. Z punktu widzenia wnoszenia wartości innowacyjnych mamy 3 ośrodki. To jest Płock, gdzie oczywiście samorząd wspiera powstawanie, choć z wielkim trudem, takich firm wokół ORLEN-u, ale generalnie wokół przemysłu chemicznego. W Radomiu mamy Instytut Technologii i Eksploatacji, który ma markę światową. Praktycznie rzecz biorąc istnieje on na rynkach zagranicznych, a nie w Polsce. Mariaż z Politechniką Radomską przynosi wymierne efekty nie tylko dla Radomia. Trzeci ośrodek to Siedlce, które zaczynają budować system edukacji i badań oraz wdrożeń także we współpracy z przemysłem rolno-spożywczym. Czyli mamy, jak gdyby, oprócz Warszawy, jeszcze trzy takie ośrodki o charakterze innowacyjnym. Gorzej jest z Ostrołęką, bo jak państwo wiecie, jest to najbiedniejsza część województwa.

Tak więc nie jest mitem, że województwo mazowieckie jest nowoczesne – obecnie nakłady na B+R kształtują się w granicach 5 mld złotych. Jest to 40% nakładów poniesionych w całym kraju. Z tego punktu widzenia, przy takim kryterium, możemy więc stwierdzić, że to jest, relatywnie w skali kraju, region nowoczesny. Oczywiście z tym zróżnicowaniem, o którym mówiłem. Na jednego mieszkańca wielkość nakładów na działalność B+R na Mazowszu wynosi prawie 900 zł, natomiast w kraju – 300, a więc jest to u nas 3 razy więcej.

Generalną przesłanką, która leżałaby u podstaw skonstruowania Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego, jest dokument przyjęty uchwałą sejmiku, i zapewne bardzo państwa zdziwi albo zaskoczy, że przy tych różnicach politycznych występujących w naszym kraju, na Mazowszu został on przyjęty na sejmiku jednogłośnie. To jest pewnego rodzaju ewenement, czyli możemy powiedzieć, że program został zaakceptowany przez wszystkie siły polityczne. Być może dlatego, że zanim powstała jego wersja końcowa i został przedłożony do uchwalenia, odbyły się liczne konsultacje w dwóch, trzech rundach, w całym województwie oraz ze środowiskami różnego rodzaju przedsiębiorców, a także ze środowiskami naukowymi.

Nad wszystkim czuwała również rada naukowa. Konstrukcja tego dokumentu praktycznie rzecz biorąc idzie w tym kierunku, który mamy w tytu-

le naszego seminarium. Idzie o to, o czym mówił państwu prof. Ryć, żeby potencjały, które mamy, lub które się kształtują, wzmacniać, po to by rzeczywiście z tego regionu czynić region nowoczesny. Konstrukcja tej strategii opiera się na trzech rodzajach celów. Priorytetowym celem, tym nadrzędnym, w który zwątpił Pan Prof. Ryć, jest rozwój produkcji w przemyśle zaawansowanych i średnio zaawansowanych technologii, ukierunkowanej na eksport, oraz na przetwórstwie rolno-spożywczym, ale opartym też na tych nowoczesnych średnio i wysoko zaawansowanych technologiach oraz nowoczesnej dystrybucji.

To jest cel nazwijmy to nadrzędny, czyli nie ma powrotu do przemysłu energochłonnego, materiałowego, itd., Nam idzie raczej o wspieranie tych przedsiębiorstw które są lub będą powstawać z myślą o nowoczesnej i efektywnej produkcji.

Wcale nie jest tak, że jako Polska jesteśmy w wielu dziedzinach gorsi, nasze firmy choćby na rynku europejskim już wygrywają w przetargach, np. jeśli chodzi o środki transportu, kolej, autobusy, itd. Tylko żałujemy, że te zwycięskie firmy nie lokują się jeszcze na Mazowszu. Ale jestem przekonany, przy odpowiednim wspieraniu dobrych pomysłów przez środki UE, takie możliwości zaistnieją.

Kolejny poziom, to trzy cele strategiczne. Pierwszy, to wzrost konkurencyjności regionu przez rozwój działalności gospodarczej oraz transfer i wykorzystywanie nowych technologii. Poprawa spójności i terytorialności regionu oraz kształtowanie ładu przestrzennego, to drugi cel strategiczny. Natomiast trzeci, to poprawa jakości życia, wykorzystanie kapitału ludzkiego i społecznego do tworzenia nowoczesnej gospodarki. Nie można mówić o tym, że będziemy tworzyć nowoczesne Mazowsze i zwiększać potencjał innowacyjny tego regionu, jeśli nie będziemy mieli bazy w postaci ludzi, kształconych w kierunkach, które tym zadaniom mają odpowiadać. To uwzględniają dwa cele ramowe, które jak gdyby warunkują cele strategiczne. Priorytetem jest zapewnienie gospodarce zdywersyfikowanego zaopatrzenia w energię, przy zrównoważonym gospodarowaniu zasobami środowiska. By taki cel mógłby być zrealizowany, potrzebna jest nowoczesna gospodarka oparta na innowacjach w energetyce, jak i w podmiotach ekoinnowacyjnych. Kolejny cel ramowy, to wykorzystanie potencjału kultury i dziedzictwa kulturowego oraz walorów środowiska przyrodniczego dla rozwoju gospodarczego regionu i poprawy jakości życia. Tutaj w grę wchodzi głównie kultura i przemysły kreatywne.

Wracam do specjalizacji Mazowsza, o której mówił Pan prof. Ryć. Szczególnie Warszawa z jej otoczeniem, charakteryzuje się koncentracją prze-

mysłów kreatywnych, na skalę największą w Polsce. Nie chciałbym mówić państwu o działaniach szczegółowych, ale chcę powiedzieć o jednej rzeczy, która powszechnie znana nie jest. Na bazie tej strategii uważamy, że możemy osiągnąć jeszcze synergie i większe możliwości rozwoju, w tym m.in. innowacji oraz technologii, jeśli połączymy siły w skali ponadregionalnej. W związku z tym marszałkowie województwa mazowieckiego i łódzkiego podpisali porozumienie z udziałem Pani Prezydent Łodzi, po to, żebyśmy stworzyli wspólnie makroregion centralny Europy Środkowej. Łącząc te potencjały w tych dziedzinach, które są specjalizacjami, osiągnięciami własnymi albo wspólnymi zasobami obu województw, będziemy mieli największy potencjał region w Europie środkowej i wschodniej. Praktycznie rzecz biorąc, niewiele brakuje nam do potencjału Berlina. Mam nadzieję, że na pytanie, które jest postawione w tytule naszego seminarium można odpowiedzieć, że nowoczesne Mazowsze jest już faktem. A wraz z porozumieniem łódzkim ten fakt będzie coraz mniej dyskusyjny.

Doc. dr Władysława Zborowska

Ważne było to przybliżenie nam konkretów, jeśli chodzi o rozwiązania, które mają właśnie doprowadzić do tego, żeby Mazowsze stało się rzeczywiście regionem nowoczesnym. Nie ulega kwestii, że wymaga to także ściślejszej współpracy między nauką i biznesem, zwłaszcza jeśli chodzi o wdrażanie innowacji w małych przedsiębiorstwach i w ogóle w sektorze przedsiębiorstw. Ta tematyka jest przedmiotem badań kolejnej panelistki.

Prof. dr hab. Krystyna Poznańska – Kierownik Zakładu Zarządzania Innowacjami SGH

Pani Rektor wspominała na temat konieczności wykorzystywania potencjału szkół wyższych funkcjonujących na Mazowszu, i w związku z tym moje wystąpienie dotyczy tego aspektu. Chciałabym powiedzieć o pewnych uzasadnieniach również teoretycznych, które warunkują powstanie tych pozytywnych efektów działalności szkół wyższych, jak i w ogóle pożytków potencjału naukowego różnych jednostek naukowych, zarówno instytutów naukowych, jak też pałacówek wielkich badań, co jest generalnie podkreślane w modelu tzn. innowacji otwartej.

Obecnie istnieją poglądy, że firmy nie muszą się tylko koncentrować na własnej działalności badawczo-rozwojowej. Długi cykl innowacyjny można skrócić, a jednocześnie nawet ulepszyć pewne jego rozwiązania, wykorzysta-

jąc pomysły i osiągnięcia zarówno jednostek naukowych, jak i też klientów, dostawców, itd. Ponadto, biorąc pod uwagę różnego rodzaju rozwiązania w zakresie transferu wiedzy i technologii, z różnych badań w krajach wysoko uprzemysłowionych wynika, że bardzo duże znaczenie w tym obszarze mają szkoły wyższe, które dysponują niejednokrotnie dużym potencjałem badawczym, w szczególności, jeżeli chodzi o badania podstawowe. Stąd właśnie w takich dziedzinach, jak na przykład biotechnologie, czy przemysł farmaceutyczny, pożądane i nawet konieczne jest wykorzystanie potencjału szkół wyższych. Biorąc pod uwagę gospodarke polską, widzę szczególną rolę szkół wyższych i wykorzystania ich potencjału oraz wdrożenia osiągnięć ich w małych i średnich przedsiębiorstwach. W Polsce istnieje bowiem luka między innowacyjnością małych i dużych przedsiębiorstw. Kształtuje się na poziomie jak 1 do 5, podczas gdy w krajach wysoko uprzemysłowionych luka taka też ona występuje, ale jest znacznie mniejsza. Istnieje zatem bardzo wiele przesłanek wykorzystania potencjału MSP poprzez ich współpracę z jednostkami szkół wyższych.

Nawiązując do wystąpienia Pana Profesora Z. Strzeleckiego i kwestii poziomu innowacyjności Mazowsza, chciałabym w pierwszej kolejności zająć się poziomem innowacyjności regionu. Mazowsze zajmuje pierwsze miejsce epod względu regionalnego wskaźnika innowacyjności. W porównaniu do innych innowacyjnych województw, jak małopolskie czy dolnośląskie, różnica kształtuje się na poziomie dwóch punktów. Taki sam dystans dzieli inne województwa w stosunku do Mazowsza ze względu na wskaźniki cząstkowe, takie jak nakłady na badania i rozwój, zatrudnienie w sferze badawczo rozwojowej, wykształcenie ludności w wieku produkcyjnym, ilość doktorantów. Pod względem tym wskaźników Mazowsze zajmuje praktycznie pierwszą pozycję wśród wszystkich województw w Polsce. Trochę gorzej wypada porównanie Mazowsza ze względu na poziom innowacyjności przedsiębiorstw, czy działalność patentową.

Chciałabym nawiązać do wyników badań empirycznych, które dotyczyły współpracy szkół wyższych z przedsiębiorstwami i następnie warunków transferu wiedzy i innowacji do przedsiębiorstw. Przeprowadzone badania miały charakter badań zarówno ilościowych, jak i jakościowych. Badania ilościowe zostały przeprowadzone na próbie 500 przedsiębiorstw, przy czym to była próba reprezentacyjna, uwzględniająca wszystkie powiaty zlokalizowane na Mazowszu. Tak więc margines błędu był stosunkowo niewielki. Ze względu na fakt, iż w badaniach ilościowych nie zawsze można uzyskać poszerzoną informację odnośnie barier współpracy czy planów przedsiębiorstw, dotyczących przyszłości, badania poszerzono o wywiady zarówno z przedstawi-

cielami przedsiębiorstw, jak też przedstawicielami sektora nauki i instytucji okołobiznesowych, w tym platform technologicznych, przedstawiciele organizacji pozarządowych.

Przejdę zatem do konkretnych wyników badań. Biorąc pod uwagę współpracę przedsiębiorstw na polu innowacji to niestety, co już wielokrotnie podkreślano, nie wygląda ona zadowalająco. Zwraca uwagę przede wszystkim wysoki procent przedsiębiorstw w zakresie samodzielności posiadania działu badawczo-rozwojowego. Czyli firmy raczej koncentrują się na wykorzystaniu własnych wyników, niż na pozyskaniu wyników zewnętrznych instytucji. Aż 44% badanych przedsiębiorstw podkreślało, że prowadzi prace badawczo-rozwojowe samodzielnie. Natomiast, jeżeli chodzi o współpracę z podmiotami zewnętrznymi, to można zauważyć – tak jak wspomniałam – bardzo niekorzystną ocenę współpracy z jednostkami naukowymi, zarówno z instytucjami badawczymi, jak też ze szkołami wyższymi. Przykładowo, tylko 8% badanych deklorowało, że współpracę w zakresie działalności innowacyjnej ze szkołami wyższymi. Również, biorąc pod uwagę o plany przyszłościowe, w okresie najbliższych 2 lat, zdecydowana większość respondentów wskazywała, że raczej nie widzi możliwości nawiązania współpracy. Dotyczy to zarówno małych i średnich przedsiębiorstw, jak też dużych przedsiębiorstw.

Są też pozytywne przykłady przedsiębiorstw, wykorzystujących środki unijne i współpracujące ze szkołami wyższymi, ale nie są one zbyt częste. To co może szczególnie niepokoić, to fakt, że zdecydowana większość MSP bardzo nisko oceniała możliwości nawiązania współpracy z uczelniami wyższymi. Współpraca była oceniana w skali od 1 do 5 pkt. Ponad 60% badanych wystawiło najniższą ocenę, czyli ocenę 1 punktową. Natomiast, jeżeli najwyższą ocenę (5 pkt.), tylko 8% badanych przedsiębiorstw było skłonne ją przyznać. Jeżeli już jest podejmowana taka współpraca, to inicjatywa nie wychodzi od uczelni wyższych tylko od przedsiębiorstw. To one szukają partnerów, chcąc pozyskać rozwiązanie przydatne do wdrażania w praktyce gospodarce. Natomiast same uczelnie w tym zakresie nie są dostatecznie aktywne. Przedsiębiorcy wskazują między innymi, że przyczyny takiej negatywnej współpracy leżą często po stronie mało zaawansowanych merytorycznie prowadzonych prac. Większość z nich to badania o charakterze podstawowym, a nie takie, które możliwe byłyby do wykorzystania w krótkim okresie. Przedsiębiorstwa liczą przede wszystkim szybkie efekty współpracy, która przekładałaby się na nowe produkty, czy nowe technologie. Stąd bardziej interesują ich wyniki badań stosowanych a nie badań podstawowych. Ich zdaniem uczelnie proponują zbyt kosztowne rozwiązania, podczas gdy podobne rozwiązania można znacznie łatwiej i taniej można nabyć od pod-

miotów zagranicznych. Często są one ponadto bardziej nowoczesne. Do tego dochodzą procedury biurokratyczne, czyli bardzo przeciągający się okres nawiązywania współpracy, negocjacji i podpisywania umów. W przypadku firm zagranicznych ten proces znacznie uproszczony.

A więc większość badanych przedsiębiorstw bardzo negatywnie oceniała istniejący system współpracy. Jeżeli współpraca była nawiązywana, to najczęściej miała charakter ona zindywidualizowany. Pojedyncze osoby, naukowcy, wykonują pewnego rodzaju ekspertyzy, posiadają już kontakty z przemysłem, wtedy jakość proponowanych przez nich rozwiązań jest znacznie większa.

Ostatnio nawiązaliśmy współpracę dydaktyczną z Politechniką Berlińską, z wydziałem zarządzania w zakresie innowacji. Oczywiście i tam nie brakuje biurokracji. Ale uczelnia ma bardzo intensywną współpracę np. z Siemensem, do której włączani są zarówno pracownicy, jak i studenci, zaczynając do praktycznego ukierunkowania prac dyplomowych. Oczywiście nie są to jakieś duże pomysły innowacyjne, ale studenci motywowani są do nawiązywania współpracy są już na tym początkowym etapie swojej kariery zawodowej. Realizacja dużych projektów i bardzo wartościowych, odbywa się na poziomie wydziału i zainteresowanej firmy. Jest ona gotowa udostępnić laboratoria dla uczelni. W związku z tym większe znaczenie ma w tym przypadku współpraca instytucjonalna.

Gdy idzie o polskie realia, to należy podkreślić brak odpowiednich struktur, przygotowanych do realnej współpracy z przedsiębiorstwami. Jednostki, które obecnie funkcjonują i celowo powołane zostały do współpracy z biznesem, np. centra transferu technologii nie zdają egzaminu. W tej sytuacji bardziej opłaca się bezpośrednia umowa naukowca, czyli często umowa o dzieło, umowa zlecenie, a nie umowa realizowana przez uczelnię. W większości uczelni obowiązują bardzo wysokie narzuty kosztów pośrednio. Najczęściej 20-30% przychodów z realizowanych umów zostaje na uczelni. W związku z tym współpraca indywidualna wydaje się bardziej racjonalna. Ponadto, tak jak podkreślała to Pani Prorektor UW, uczelnie nie prowadzą intensywnej promocji swoich efektów, które można by wykorzystać w praktyce gospodarczej. Wiąże się to z wieloma barierami, w tym o charakterze psychologicznym, ale też niekiedy niechęcią władz uczelni, czy poszczególnych jednostek, wchodzących w jej skład.

A inny przykład – tworzenie firm akademickich, które nie są traktowane z należytyym szacunkiem. Z badań, które przeprowadziłam wynika, że naukowcy, którzy mają firmę, lub pracują w firmach, są bardzo często z różnych względów traktowani podejrzliwie, a nawet poniżani, bo przecież powinny się skupiać na działalności naukowej. W Niemczech, czy innych kra-

jach, już studenta zachęca się tworzenie własnej firmy. W Polsce dochodzą do tego: nieregulowane prawo i długotrwałe procedury dotyczące ochrony własności intelektualnej, które są barierą do wykorzystania własnych osiągnięć.

Mówimy bardzo często o możliwości wykorzystania funduszy unijnych do wspierania innowacji w przedsiębiorstwach oraz współpracy z nauką. Mam nadzieję, że pewne bariery możemy przełamać, ponieważ w Programie Operacyjnym Inteligentny Rozwój zasadniczy nacisk został położony na komercjalizację wyników badań naukowych. Realizacja projektów we współpracy z instytucjami naukowymi, jest szansą aktywizacji naszego środowiska naukowego.

Doc. dr Władysława Zborowska

Przybliżenie dylematów współpracy między przedsiębiorstwami a środowiskami naukowymi w zakresie wdrażania innowacji wydają się bardzo istotne w odniesieniu do tematu naszego seminarium. Problemy te z perspektywy doświadczeń Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, mogą nam te tematykę poszerzyć i uzupełnić.

Doc. dr Władysława Zborowska

Przybliżenie dylematów współpracy między przedsiębiorstwami a środowiskami naukowymi w zakresie wdrażania innowacji wydają się bardzo istotne w odniesieniu do tematu naszego seminarium. Problemy te z perspektywy doświadczeń Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego, mogą nam te tematykę poszerzyć i uzupełnić.

Leszek Król – Zastępca Dyrektora Departamentu Rozwoju Regionalnego i Funduszy Unijnych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego

Z badań przeprowadzonych wynika, że o ile duże przedsiębiorstwa mają swoje działy badawcze i jakoś dają sobie radę, o tyle małe i średnie przedsiębiorstwa niestety w małym stopniu przykładają wagę na rzecz działań w kierunku innowacji. Częściej walczą o przeżycie. Na pytania dotyczące tego tematu, od średniego czy małego przedsiębiorcy, otrzymujemy odpowiedź – jakie innowacje?, muszę przetrwać do jutra, patrzę, co z lewej do prawej kieszeni przełożę.

W ramach nowego programu RPO, pieniądze się jednak pojawią. Jest wiele racji w tym co już powiedziano, że same uczelnie muszą się przedsięwzięciom lepiej zaprezentować i zachęcić ich do współpracy. A odnosząc się już konkretnie do dzisiejszych wystąpień, i pytania „nowoczesne Mazowsze – mit czy rzeczywistość?”, to wiele zależy od statystyk. Z pewnością przy uśrednieniu danych w skali UE Mazowsze jest rozwiniętym regionem, tzn. osiągnęliśmy poziom ponad średni, ale nie zapominajmy, że jest to rezultat na tle innych krajów, takich również jak Rumunia, czy Bułgaria. Jest oczywiście Warszawa, która wyróżnia się na tle innych miejsc regionu. Stąd Pan Prof. Z. Strzelecki, z tego co wiem, razem z marszałkiem Struzikiem, próbowali nie administracyjnie, ale statystycznie wydzielić Warszawę po to, żeby właśnie tę statystykę trochę dopasować do rzeczywistości.

Jest też inny czynnik ważny – danina w postaci Janosikowego. Część środków wraca jednak z budżetu do miast i gmin na Mazowszu, i mogą być wykorzystane na ich unowocześnienie. Warto też zauważyć, że korzystanie z pieniędzy unijnych wiąże się z pewnymi określonymi warunkami i strukturami, czyli z odpowiednim systemem zarządczo-wdrażającym, z pewnymi procedurami, celami. W ramach tej nowej perspektywy finansowej w latach 2014-2020 chcielibyśmy znacząco część środków przeznaczyć na innowacje. W ramach projektu MSODI, czyli mazowieckiego systemu doradztwa, stworzyliśmy w naszych punktach subregionalnych, jak i w centrali w Warszawie miejsca, w których będziemy zbierać, analizować i koordynować działania innowacyjne w zakresie publicznym. Wypracowujemy też regionalną strategię na rzecz innowacji, w ramach której połączyliśmy trzy obszary działań: szeroko rozumianą sferę informatyki i Internet, oraz politykę klastrową i nową specjalizację – tzw. smart specialization. Myśmy taką specjalizację wypracowali. Mamy obszar Warszawy, gdzie zakładamy dalszy rozwój oparty na szeroko pojętych nowoczesnych technologiach. Mamy pozostałe regiony województwa, gdzie najczęściej stawiamy na przetwórstwo rolno-spożywcze. Ale pojmowane nie tradycyjnie, a w ramach rozwoju sieciowego, opartego m.in. na klastrach oraz nowoczesnej komunikacji i IT. I ta ciekawa sieć powiązań, według nas, okazuje się specjalizacją z możliwym dalszym potencjałem na przyszłość. Podobnie rzecz wygląda w zakresie nowych przedsięwzięć dotyczących ochrony środowiska. Wszystko to byłoby niemożliwe bez przemyślenia i opracowania Regionalnej Strategii Innowacji (RIS)-e, we współpracy ze środowiskami lokalnymi.

Tak więc w ramach Regionalnej Strategii Innowacji i Regionalnego Programu Operacyjnego chcemy wykorzystać narzędzia do współpracy przedsiębiorców ludzi nauki na rzecz innowacyjnego Mazowsza. Co prawda

Mazowsze w nowej perspektywie budżetu UE w latach 2014-2020 otrzyma 60% kwoty, którą dostaliśmy w latach 2007-2013, ale dziś jesteśmy lepiej przygotowani do wykorzystania tych mniejszych pieniędzy unijnych. Choćby właśnie poprzez- miejmy nadzieję – lepszą współpracę z uczelniami wyższymi, na którą będą kierowane środki finansowe. A są też jeszcze tzw. koperty krajowe, w ramach programów operacyjnych, przeznaczone tylko dla poszczególnych województw. I tutaj także współpraca przedsiębiorców z nauką będzie pożądana.

Doc. dr Władysława Zborowska

Pan Prezes Michał Luczewski zwróci zapewne uwagę na aspekt praktyczny, dotyczący możliwości wdrażania innowacji, rozwoju przedsiębiorczości przez funkcjonowanie parków technologicznych..

Michał Luczewski – Prezes Płockiego Parku Przemysłowo-Technologicznego

Jak moi przedmówcy już wspominali, stoimy przed dużym wyzwaniem. Nowa perspektywa finansowa na lata 2014-2020 wymusza na nas nowe rozwiązania, które sprowadzają się do lepszego połączenie nauki z biznesem. I to wcale nie jest takie proste. Z jednej strony, mamy niski potencjał małych i średnich przedsiębiorstw w kontekście absorpcji środków, które są przeznaczone na badania i rozwój. Ale też jest pewna bariera po drugiej stronie – nauki. Jak dotychczas połączenie tych dwóch światów jest dosyć trudne. Ludzie nauki w niedostatecznym stopniu myślą kategoriami praktyki gospodarczej. Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny jest instytucją do czynienia biznesu, która powstała w celu wsparcia przedsiębiorczości. Posiadamy sporo terenów inwestycyjnych, w dużej mierze w swej działalności korzystaliśmy z funduszy unijnych.

Około 10 mln złotych pozyskaliśmy na uzbrojenie naszych terenów inwestycyjnych, na takie projekty, jak 130 ha gruntów, położonych przy Orlenie. Kończymy dwie inwestycje, Centrum Usług Korporacyjnych – to biurowiec przeznaczony dla firm z szeroko rozumianego sektora BPO oraz firm działających w branżach rozwojowych, innowacyjnych. Ta druga inwestycja, to laboratorium centralne, jedno z największych laboratoriów analitycznych dla branży petrochemicznej. Robimy to w porozumieniu z PKN Orlen. Te dwie inwestycje będą oddane w roku 2014, przechodzimy z fazy organizacyjnej do fazy wdrożeniowej.

W tym momencie przystępujemy do budowy naszej kadry, od której oczekujemy wsparcia w dziedzinie innowacyjności i nowych powiązań biznesowych. W ogóle Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny jest bardzo ciekawą spółką, to spółka akcyjna, w 50% właścicielem jest PKN Orlen, a w 50% miasto Płock. To ciekawy mariaż dwóch podmiotów: samorządowego z biznesem. Jest to przedsięwzięcie mocno rozwojowe i dające duże możliwości. Przygotowujemy się do nowej perspektywy budżetowej. Nastawiamy się na wygenerowanie rozwiązań, które spowodują wdrożenie wysokich innowacji u nas w regionie, ale nie tylko, bo jesteśmy instytucją do czynienia biznesu, która ma oddziaływanie ponadlokalne, ponadregionalne. Mamy podpisane porozumienia z uczelniami, w tym z Uniwersytetem Warszawskim, Politechniką Warszawską, Wojskową Akademią Techniczną, Instytutem Chemii Przemysłowej i Instytutem Chemii Techniki Jądrowej. Doszliśmy do wniosku, że dzięki temu łatwiej możemy zdefiniować nasze potencjały.

Chcemy być w jakimś stopniu takim pośrednikiem w kontakcie biznes-nauka, gdyż widzimy potrzebę rozwoju innowacyjności regionu, identyfikacji naszych przewag konkurencyjnych, którą dobrze obrazuje pozycja tutejszej branży chemicznej. I takim naszym pierwszym sukcesem jest już powołanie mazowieckiego klastra chemicznego. Na samym starcie udało nam się zebrać ponad 43 podmioty, które łączą obszar nauki z biznesem. W tym klastrze mamy reprezentację 25 podmiotów gospodarczych, sektor badawczy to 5 instytutów badawczych, sektor nauki – 6 uczelni wyższych, sektor administracji, instytucji otoczenia biznesu, organizacji pozarządowych – 7 podmiotów. I to na starcie. Klastr ten został powołany 14 maja 2014 r., a jego koordynatorem został PPPT. Odpowiadamy za organizację funkcji klastrowej, ale mamy dużo większe ambicje. W funkcjonowaniu klastra współpracujemy z Agencją Rozwoju Mazowsza, która nam mocno pomaga w budowaniu naszej przewagi ponadregionalnej poprzez obecność w nim członków nie tylko z Płocka, ale z Radomia, z Warszawy, właściwie z całego województwa mazowieckiego. W tym momencie już wiemy, że prawdopodobnie będziemy mieli 60-70 podmiotów. Zaczynamy mieć przewagę na skalę krajową, jesteśmy już nie tylko klastrem regionalnym, ale ogólnopolskim.

Bardzo mocno skupiamy się na współpracy międzynarodowej, która stanowi dodatkowe wsparcie naszych podmiotów biznesu i nauki. Chcemy zidentyfikować pomysły różnych firm, czyli spróbować włożyć je, w różne „worki pomysłów”, które można będzie zdefiniować w projekty rozwojowe. Współpracujemy z Europejską Siecią Regionów Chemicznych, ja mam przyjemność być członkiem Rady Project Council. Europejska Sieć Regionów Chemicznych to jest ciało, które współpracuje na poziomie Komisji Euro-

pejskiej i Parlamentu Europejskiego i ma także dosyć mocne oddziaływanie nieformalne w zakresie projektów kluczowych dla branży chemicznej. Agencja Rozwoju Mazowsza ma swojego członka zarządu w tym gremium. Współpracujemy z Wielką Brytanią, Szkocją, Bawarią, Saksonią-Anhalt. Jest wiele podmiotów, które są mocno zainteresowane wejściem do Polski, ale chcemy, by stało się to na zasadach wzajemnych korzyści.

W kontekście wzrostu potencjału innowacyjnego przygotowaliśmy założenia do dwóch programów sektorowych – to program INNOCHEM i ChemBR. Mamy bardzo bliską współpracę z Narodowym Centrum Badań i Rozwoju. W tym zakresie zaproponowaliśmy NCBiR-owi uruchomienie czegoś na wzór INNOLOT, programu, który jest kołem rozwojowym polskiej doliny lotniczej. My wystąpiliśmy z inicjatywą i przygotowaliśmy założenia do INNOCHEM-u, czyli rozwoju szeroko rozumianej branży chemicznej, a więc nie tylko petrochemicznej, ale i sektora produkcji farb, czy chemii organicznej. Zaproponowaliśmy przeznaczenie 500 mln złotych na uruchomienie tego programu i 200 mln złotych na ChemBR. Odbyło się spotkanie oficjalne z przedstawicielami NCBiR-u. Prof. Kurzydłowski wstępnie zadeklarował, że widzi potrzebę wdrożenia takich programów sektorowych. Czekamy na kwestie przygotowania studium wykonywalności dla branży chemicznej.

Tak więc jako PPPT postrzegamy swoją rolę bardzo aktywnie. Wychodzimy z założenia, że oprócz tego, iż mamy tereny inwestycyjne, to mamy dodatkowe narzędzia, żeby kreować innowacje na skalę regionalną i ponad regionalną. Chcemy w coraz większym stopniu być pośrednikiem – tak jak wspomniałem – pomiędzy biznesem a nauką. PPPT ma w planach wykorzystanie nowej perspektywy finansowej i pozyskanie środków na dofinansowanie szeregu naszych „aktywności miękkich”, typu animatorzy innowacji, brokerzy innowacji, różnego typu doradcy.

Obecnie przygotowujemy projekty rozwoju i misji spółki na lata 2014–2020 i te wszystkie wspomniane wcześniej założenia i plany wpisujemy w naszą strategię. Chcemy pomagać przedsiębiorcom w pozyskiwaniu środków na B+R (prace badawczo-rozwojowe) i ewentualnie aktywnie uczestniczyć w ich realizacji. Będziemy dążyć do tego, by dzięki świetnej współpracy z Urzędem Marszałkowskim, z Agencją Rozwoju Mazowsza, z samorządem miasta Płocka, Warszawy, Narodowym Centrum Badań i Rozwoju, i innymi podmiotami, przy współpracy z ośrodkami naukowymi, można było znacząco zwiększyć nasz potencjał rozwojowy.

Doc. dr Władysława Zborowska

Pan Michał Kapczuk, student WZ UW zapewne odniesie się do warunków realizacji tego nowego podejścia w rozwoju regionalnym, oraz, w tym kontekście, do nabywania doświadczeń biznesowych nie tylko po ukończeniu studiów, ale już w czasie ich trwania.

Michał Kapczuk – student WZ UW, Koło Naukowe Finansów WZ UW, Firma AKADOS

Na samym początku pozwolę sobie zadać takie pytanie, które mam nadzieję, też będzie tematem w późniejszej dyskusji, a które, jak dla mnie, jest bardzo dzisiaj związane z pojęciem innowacji, a przede wszystkim z tym, jak ta innowacyjność będzie wyglądała w przeciągu najbliższych 5-10 lat. Czyli, co możemy zrobić, czy co powinniśmy zrobić, aby wykorzystać potencjał młodych osób, młodych studentów już na etapie studiów, czy być może już nawet wcześniej, we wcześniejszej edukacji, aby tą innowacyjność wzmocnić. Moim zdaniem, mimo kryzysu, czy w polskim przypadku spowolnienia gospodarczego możliwości, które stoją przed studentami i młodymi osobami w naszym kraju są coraz większe. Z wielkim optymizmem patrzę na to, jak rozwija się Warszawa, Mazowsze, czy nawet cała Polska.

Czym jako Polacy możemy się wyróżniać? Niewątpliwie wyróżnia nas kreatywność, innowacyjność, właśnie poszukiwanie różnych form nowoczesności. Od zarania dziejów uczono nas, także pod przymusem kombinowania, poszukiwania takich elastycznych dróg wyjścia z różnych sytuacji. Dziś należy się jednak skupić właśnie na kreatywności i innowacyjności, bo to są przymioty potrzebne w gospodarce rynkowej. Przykładem może służyć firma, którą prowadzę od dwóch lat. Szybkością działania, dobrą obsługą klienta, innowacyjnością, właściwym przekazem marketingowym można zdobyć spory obszar rynku i to w bardzo krótkim czasie

Od roku działa na terytorium Polski moja firma – Akademia Dobrego Startu, zajmująca się programami edukacji biznesowej dla studentów. Wydawać by się mogło, że rynek szkoleń, warsztatów w naszym kraju jest już bardzo nasycony. Jednak przykład tej firmy pokazuje, że jest inaczej. W 2013 r. byliśmy obecni w trzech miastach, w chwili obecnej jesteśmy już zaangażowani w czternastu miastach, w październiku będziemy w siedemnastu, a do końca roku chcemy być już w dwudziestu czterech miastach Polski. Współpracuje z nami ponad 50 osób.

W obecnego roku akademickiego w warsztatach uczestniczyło przeszło 15 000 studentów, w ciągu przyszłego roku zakładamy liczbę 40 000 osób. To pokazuje, że przy odpowiednim, systemowym podejściu, czego nam Polakom bardzo brakuje, jest zapotrzebowanie na kreatywność, innowacyjność, szybkość umiętnego działania.

Warto też podkreślić, że na Wydziale Zarządzania UW jest już dobry przykład, godny naśladowania, połączenia biznesu z nauką – mamy Radę Biznesu Wydziału Zarządzania. Na tym wydziale kontakt studentów z biznesem poprzez organizowanie wykładów czy ćwiczeń, prowadzonych przez osoby zapraszane z firm współpracujących z uczelniami, daje niewymierną korzyść. Tymczasem wydaje się, że cały czas brakuje jeszcze w naszym kraju systemowego odgórnego modelu nawiązywania kontaktów i współpracy nauki z biznesem. Dla studentów ma to duże znaczenie. To oni w niedalekiej przyszłości stają się istotnym potencjałem na rynku o znacznej sile napędowej w zakresie innowacyjności. Tak więc sensowne jest pytanie, kiedy pojawi się taki kompleksowy program wykorzystania potencjału młodego pokolenia.

Doc. dr Władysława Zborowska

Zostało sformułowane pierwsze pytanie. Otwieram zatem dyskusję i proszę o wypowiedzi, zapytania do panelistów.

Doc. dr Ewa Krakowińska – Prodzikan Wydziału Zarządzania UW

Chciałabym zwrócić Państwu uwagę, że zbliżamy się do sytuacji niżu demograficznego i jako uczelnie, stajemy wobec nowych zadań, np. promocji ciągłego uczenia się. Myślę, że to jest jedna z metod, która powinna prowadzić do podnoszenia kwalifikacji, po to, by młodzi ludzie mogli stawać się również bardziej innowacyjni. Tymczasem wiele kierunków na Uniwersytecie obawia się kontaktu nauki z biznesem. Na Wydziale Zarządzania ta obustronna współpraca jest bardzo poprawna. Choć oczywiście przekonanie, że już prace licencjackie, czy magisterskie przełożą się na dokonania o charakterze innowacyjnym są mimo wszystko takim pobożnym życzeniem.

W strategii rozwoju Mazowsza swój wkład do niej powinny mieć zarówno uczelnie, jak i instytucje badawcze, oraz same przedsiębiorstwa. Musimy po prostu lepiej ze sobą współpracować. Ta współpraca przełoży się na sukces, ale często nie przyjdzie on od razu. Częściej będziemy dochodzić do niego małymi krokami. Jestem przekonana, że za 2-3 lata statystyki potwierdzą postęp w zakresie innowacyjności w małych i średnich przedsiębiorstwach.

Jednak warto zauważyć, że szkoły wyższe nie są dziś konkurencyjne na rynku, jeśli chodzi o innowacje, bo ich oferty na tym rynku, są zbyt drogie. W konsekwencji gdy idzie np. o obszar usług nowoczesnych, to obecnie Mazowsze traci w tym segmencie prymat na rzecz Krakowa, o czym jeszcze powiem potem.

Mgr Michał Luczewski

Jako Płocki Park Przemysłowo-Technologiczny jesteśmy oczywiście spółką, która ma kreować biznes, ale tworzymy również swojego rodzaju narzędzia dla rozwoju przedsiębiorczości wśród młodych ludzi. Współpracujemy aktywnie ze wspomnianym Akademickim Inkubatorem Przedsiębiorczości, który ma u nas nieodpłatnie udostępnianą siedzibę, sale konferencyjne. Jesteśmy bardzo otwarci dla start up'ów, które funkcjonują na preferencyjnych warunków najmu.

Są bardzo ciekawe programy europejskie, które wspieramy przy współpracy z uczelniami, rozszerzamy kontakty z Europejską Siecią Regionów Chemicznych, co jest zrozumiałe w naszym regionie. Program Stypendialny Marii Curie-Skłodowskiej obejmuje młodych naukowców. Są też inne programy stypendialne, bardzo korzystne dla młodych ludzi.

Dyrektor Leszek Król

Innowację rozumiem jako kreację siebie i otoczenia, otwarcie na świat, coś co przełoży się na pozytywny rezultat na rynku. To nie jest coś nowego, przysłowiowe odkrywanie Ameryki. Prosta, zwykła racjonalizacja przekładająca się na usprawnienie produkcji to też wartość dodana. Czasem należy też spojrzeć na otaczający nas świat, a nic tak nie inspiruje nas, jak otaczająca rzeczywistość.

Doc. dr Mariusz Szałański – Wydział Zarządzania UW

Na wstępie chciałbym przytoczyć kilka zdań z artykułu, który ukazał się w „Harvard Business Review” w czerwcu 2013 r. Zaczyna się on tak: „Od przeszło dwóch dekad przemian gospodarczych wyczerpują się proste źródła wzrostu polskich firm. To niskie koszty, nienasycony rynek wewnętrzny, naśladownictwo zagranicznych praktyk produkcyjnych, czy relatywnie łatwo dostępne fundusze unijne. Szukając szans rozwojowych firmy zmuszone są kierować się na nowe rynki i wchodzić w nowe obszary produktowe. To zaś

wymaga wysokiej innowacyjności. Tymczasem Polska bardzo źle wypada we wszystkich rankingach innowacyjności. Zajmujemy w zestawieniu Global Innovation Index miejsce 44”.

Autorzy tego artykułu stawiają tezę, że kończy się w Polsce pierwsza fala takiej innowacyjności ekstensywnej, uprzemysłowienia kraju, czyli równania poziomu Polski do Europy. I zastanawiają się, czy ruszy druga fala, ale tym razem innowacyjności intensywnej i produkcji wysokich technologii. Można zadać sobie pytanie, czy w ogóle jesteśmy zdolni do takich przedsięwzięć, czy także młodzież jest już przygotowana na taką perspektywę.

Przygotowując się do tego seminarium rozmawiałem na ten temat z panem Michałem Kapczukiem. Pytałem go, czy zna wśród studentów Wydziału Zarządzania osoby, które myślą o rozpoczęciu albo rozpoczęły już działalność gospodarczą w zakresie wysokich technologii. Może nie uruchomili firmy jako takiej, ale pomagali w tym procederze. Poszukiwania trwały 3 miesiące. Na naszym wydziale studiuje około 8 000 osób. Nie mogliśmy znaleźć takiej, która byłaby zaangażowana w ten rodzaj działalności gospodarczej. I dopiero po paru miesiącach poszukiwań udało się taką osobę zidentyfikować. Niestety, nie jest ona z naszego Wydziału, tylko z Politechniki Warszawskiej. Sądzę, że warto taką firmę zaprezentować.

Wypada też wrócić do pytań – czy pojawi się ta fala druga, w oparciu o kończącą się pierwszą falę innowacyjności?, i czy w ogóle teza, którą stawiają autorzy artykułu w „Harvard Business Review” jest prawdziwa, czy nie?

Bartosz Gryczko – przedsiębiorca, Społecznościowa Agencja Graficzna Corton.pl

Nazywam się Bartosz Gryczko i trzy lata temu założyłem Społecznościową Agencję Graficzną Corton.pl, która jest pierwszą i największą tego typu agencją w Polsce. Spośród innych agencji graficznych wyróżniamy się tym, że działamy w Internecie i jednocześnie działamy społeczniowo. Aktualnie zrzeszamy ponad 17 000 grafików i mniejszych agencji z całej Polski. Nasz model biznesowy polega na tym, że jeżeli przedsiębiorca potrzebuje logo, wizytówki, strony www., dowolnego materiału graficznego to, zamiast zgłaszać się do jednej agencji lub do pojedynczego grafika, zgłasza się do nas. My ogłaszamy konkurs na projekt dla tego przedsiębiorcy.

W ciągu 7 dni firma otrzymuje ok. 100 propozycji, projektów od firm z całej Polski i wybiera spośród nich jeden, za który płaci. Wybiera jednocześnie firmę graficzną, z którą będzie współpracować. Klient otrzymuje więc kilkaset propozycji do wyboru, to taki mini przetarg. Na początku byli zwykli

przedsiębiorcy, małe firmy, później też przyszły duże firmy, jak Lewiatan, UPC, Legia Warszawa, WOŚP. Bardzo dużo konkursów jest otwartych, także jeżeli kogoś to interesuje może sobie obejrzeć www.corton.pl.

Dr Agnieszka Wysokińska – Wydział Zarządzania UW

Do tej pory w ogóle nie poruszaliśmy problemu finansowania innowacji. I cały czas zastanawiam się, czy problem leży bardziej po stronie braku dobrych pomysłów, czy problem leży po stronie finansowania. Finansowanie innowacji jest trudne. Dlaczego?, bo jest ogromne ryzyko, ile z nich zostanie zaakceptowanych, i przyniesie pożądany efekt. 10 procent? – to jest bardzo optymistyczna wersja. Czasem jest też tak, że te innowacje nawet sfinansowane nie przynoszą oczekiwanych rezultatów. Tak więc jest to w dużej mierze problem ryzyka. Problem ten w szczególności dotyczy małych firm, których na takie ryzyko często nie stać.

I jeszcze kolejna kwestia, to problem selekcji, czyli w końcu finansowanie tych innowacji. Ważne jest, jak są podejmowane te decyzje. Z dzisiejszej perspektywy widzimy, że oczywiście samo kryterium dotyczące tego finansowania ma wielki wpływ na przebieg selekcji projektów. Prosiłabym może o zabranie głosu najpierw pana, który jest młodym przedsiębiorcą. Czy widzi pan problem bardziej po stronie finansowania, czy po stronie kreatywności?

Bartosz Gryczko

Odpowiadając na pani pytanie odnośnie finansowania innowacji. Stwierdziła pani, że często trzeba dużo środków poświęcić na taką innowację, a przecież wiele z nich, nie przynosi oczekiwanych rezultatów. I dla mnie innowacja, która nie wychodzi, to nie jest innowacja, to jest wynalazek. Można powiedzieć: nowość, pomysł. A dopiero, gdy ten pomysł zostanie zaadaptowany przez rynek, to jest dopiero innowacja. Możemy mieć dużo pomysłów, ja mam ich też co dzień dużo, ale one są nic nie warte, dopóki ich nie zrealizujemy.

Także finansowanie pozwalające na testowanie tych pomysłów jest bardzo ważne. Ja odpowiem ze swojej strony w takiej mikro skali, że aktualnie młodzi przedsiębiorcy mają naprawdę duże pole manewru do tworzenia nowości i realizowania swoich pomysłów, pod warunkiem, że chcą. I właśnie Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości są takim przykładem fundacji, która pomaga młodym ludziom w realizowaniu swoich pomysłów. Ma mnóstwo

funduszy inwestycyjnych i dojrzałych biznesmenów, którzy chcą inwestować w młodych ludzi.

Jednocześnie obserwując rynki zagraniczne, np. w USA, które są kolebką start-upów, można zobaczyć, że takie ciśnienie społeczne na tworzenie nowych rzeczy jest tam naprawdę bardzo duże i młodzi ludzie mogą się realizować, pod warunkiem, że tego chcą.

Dyrektor Leszek Król

Potwierdzam. Patrząc z mojego punktu widzenia, ze strony urzędu, który reprezentuję, pieniądze nie są zasadniczym problemem. Są różnego rodzaju instrumenty pożyczkowe, zwrotne, z których można korzystać i są one bardzo nisko oprocentowane. Raczej ciężar problemu kładłbym na ten drugi obszar, czyli na brak pewnych pomysłów. Ryzyko występuje. Nikt oczywiście przy zdrowych zmysłach, mający finanse, nie zainwestuje w coś, co z góry skazane jest na porażkę. Musi być to produkt, czy jakieś działanie, bo przecież nie mówimy tylko o rzeczach materialnych, które zasługują na miano sensownej innowacji. To wymaga od drugiej strony, od innowatora, czy kreatora odpowiedniej pracy, pewnego wysiłku i cierpliwości. Do tego potrzebna jest wiedza i nauka.

Jeśli idzie o wspomniany przez doc. Szałańskiego problem tzw. drugiej fali. Myślę, że tak, będzie ta druga fala, bo trudno sobie wyobrazić rozwój oparty o działania materiałochłonne, które poza tym, że są nieefektywne, to zużywają środowisko naturalne. I jeszcze taka konkluzja na koniec – ekonomiczna. Jestem przeciwnikiem i wrogiem, rzadko używam tego słowa, tzw. maksymalizacji zysków. Maksymalizacja zysków to jest nic innego jak chciwość, zwykła, ordynarna chciwość, najlepiej widać to na przykładzie wielu banków. Ich działania przynoszą nierzadko kryzysy finansowe o zasięgu międzynarodowym. Dlatego wspieram ekonomię społeczną. A więc również przedsiębiorstwa, które powstają w oparciu o ludzi, którzy zakładają spółdzielnie. Spółdzielczość w Polsce ma swoją długą tradycję.

Prof. dr hab. Krystyna Poznańska – Kierownik Zakładu Zarządzania Innowacjami SGH

Mnie tak zawsze uczono za granicą, że jak jest dobry pomysł to pieniądze zawsze się znajdują na wdrożenia. U nas rzeczywiście, w ostatnim okresie, zwiększyła się dostępność środków finansowych, również dla tych małych

przedsiębiorców. Natomiast wydaje mi się, że nie zawsze mają oni atrakcyjne pomysły.

Jeśli idzie o młodych naukowców, ostatnio uczestniczyłam w ocenie projektów koordynowanych przez Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości w Poznaniu „Staż dla naukowca”. Bardzo trudno było wyłonić takie projekty, które faktycznie by się nadawały do sfinansowania. Natomiast można zauważyć, iż niejednokrotnie pomysłami młodych pracowników naukowych i doktorantów skutecznie interesują się firmy zachodnie, czy też parki technologiczne. Park technologiczny w Berlinie jest szczególnie aktywny w tym zakresie. Zdolni młodzi ludzie wyszukiwani są nawet na konferencjach, seminariach, itp. Pytani jesteśmy, czy nie znamy właśnie studentów, którzy by chcieli wdrożyć tam swój pomysł, w zamian za interesujące warunki finansowe.

Mnie wydaje się, iż w Polsce nie zwracamy dostatecznej uwagi na współpracę interdyscyplinarną naszych studentów przy realizacji projektów. Studenci zarządzania powinni współpracować ze studentami kierunków ścisłych, technicznych, ale jednocześnie kierunków artystycznych, którzy mogą zaproponować np. design nowych produktów. Tak szeroko rozumianej współpracy u nas nie dostrzegamy, podczas gdy istnieją ciekawe rozwiązania w innych krajach. Przykładowo na Uniwersytet w Linz organizuje raz miesiącu tzw. giełdy innowacji, na których prezentowane są interdyscyplinarne projekty studentów. Następnie w drodze konkursu wyłania się najbardziej atrakcyjne, które mają szansę na realizację i oferuje się ich autorom (nierazko młodym) atrakcyjne źródła finansowania.

Podsumowując, należy stwierdzić, iż ważny jest potencjał uczelni i pomysły, które mogą oferować pracownicy, doktoranci i studenci, a dopiero później szukać źródeł ich finansowania. W proces współpracy powinny włączyć się też instytucje otoczenia biznesu, oferując środki finansowe oraz wsparcie w zakresie doradztwa, marketingu, itp.

Prof. Zbigniew Strzelecki

Kilka refleksji na temat wypowiedzi, które się pojawiły. Najpierw może co do wyników badań pani profesor Poznańskiej. Badanie prowadzone wśród uczelni polskich dają wyniki odwrotne. Czyli, to uczelnie narzekają na przedsiębiorców. Prawda leży pewnie gdzieś pośrodku.

Komisja Europejska prawdopodobnie wcześniej знаła wyniki badań pani prof. Poznańskiej i radykalnie zmieniła zasady finansowania nauki i badań naukowych B+R w tym okresie programowania. Czyli pożądany jest efekt

działań wspólnych, integracyjnych. Współpraca biznesu z nauką nie powinna być okazjonalna, bo nie daje trwałego rezultatu. Ona musi być długotrwała, czyli na cały okres programowania. Wierzę również w przedsiębiorczość i wszechstronność myślenia polskich młodych ludzi. To nowe pokolenie to nasza potencjalna przewaga konkurencyjna na rynku europejskim. Na przykład programiści, gdzie na konkursach światowych praktycznie rzecz biorąc zgarniamy prawie wszystko. Konstruktorzy robotów, nawet marsjańskich wysoko w światowych rankingach, konkursach, to absolutna czołówka.

Kolejną barierą w Polsce są też koszty patentowane. Dziś zbyt wielu przedsiębiorców ucieka z innowacjami za granicę. Tam czekają na nich z otwartymi rękami.

A inny problem, np. miejsca, w których młodzi ludzie mogliby swoje firmy zakładać. Niech ci najlepsi, którzy przedstawią najlepsze pomysły innowacyjne, finansowane m.in. ze środków europejskich, mają pewne miejsce do prowadzenia działalności i poszukiwania wynalazków. Jest przykład pozytywny: proszę spojrzeć na światowy ośrodek pod Warszawą profesora Starzyńskiego, ile tam jest młodych ludzi, którzy są liderami światowymi, jeśli idzie o medycynę słuchu. Osobiście jestem za tym, żeby takich, którzy zakładają firmy nowatorskie i odnoszą sukces zwolnić przez jakiś czas z wszelkich danin na rzecz budżetu państwa.

Jeśli chodzi jeszcze o uczelnie. Zaczęliśmy faworyzować programy skostniałe. Zlikwidowaliśmy praktyki, które wiążą studentów z przedsiębiorstwami. Nawet semestr w firmie tworzy związek młodych ludzi z nią.

Prof. dr hab. Kazimierz Ryc

Może będę niepopularny w sprawie, o której mówił doc. Szałański, czyli o tej drugiej fazie, wyższej fazie innowacyjności gospodarki polskiej. Nie osiągnie się tego stanu, jeśli tylko wyścielimy drogę wszystkim samymi marchewkami. Ja nie mówię, żeby w tej strategii był kij, ale żeby była przynajmniej różga. Jeżeli mamy taką sytuację, że właściwie koszt pracy jest niski, a to za sprawą niskich płac, to niewiele z tego wyjdzie. Bo, kto oszczędza pracę, kto poszukuje innowacji podnoszących wydajność pracy, kiedy to nie jest opłacalne.

Jeżeli złoty jest słaby to nie ma problemu z eksportem itd. Ale na dłuższą metę trzeba również mieć tę różgę w postaci konkurencji w sferze kosztów pracy. I dopiero przymus ekonomiczny połączony z usuwaniem barier biurokratycznych może przynieść pewien przełom w zakresie postaw innowacyjnych, tak potrzebnych gospodarce.

Michał Kapczuk

Wydaje mi się, że ta druga fala innowacyjności już powoli się zaczyna. Miałem przyjemność współpracować ze start-upami, które projektują np. zielone ściany, które oczyszczają powietrze. Znalazł się inwestor, firma wykonująca te zielone ściany. Jest to też jakaś wskazówka, że warto jest łączyć pomysł na biznes, z poszukiwaniem drugiej osoby, która może na tym również zarobić, inwestując w ten pomysł. Wtedy nasze prawdopodobieństwo sukcesu na pewno się zwiększy. W tym przypadku tą drugą osobą jest student 3 roku informatyki na UMK w Toruniu.

Przede wszystkim kładł bym nacisk na to, abyśmy rozwijali w sobie to, co jest naszą najsilniejszą stroną. Nie szukajmy na siłę jakiś odległych innowacji. Koncentrujemy się na tym, w czym jesteśmy dobrzy.

Michał Luczewski

Z założenia projekty innowacyjne niosą za sobą ryzyko i instytucje wdrażające muszą mieć tego świadomość. Wszakże dysponujemy choćby takimi narzędziami, jak demonstratory. Dają one możliwość budowy danego rozwiązania technologicznego oraz jego testowania. Ryzyko jakieś zawsze istnieje, ale nie ono aż tak gigantyczne. Taka jest moja ocena sytuacji.

Doc. Władysława Zborowska

Dyskusja wskazała na konieczność lepszej współpracy między nauką a biznesem, w celu efektywnego wykorzystania innowacji i „inteligentnych” specjalizacji w podniesieniu nowoczesności i konkurencyjności Mazowsza, a także w pokonywaniu dystansu występującego w poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego między aglomeracją warszawską a pozostałymi obszarami województwa mazowieckiego.

O Autorach

Alojzy Z. Nowak – prof. zw. dr hab., Katedra Gospodarki Narodowej, Prorektor Uniwersytetu Warszawskiego

Ewa Krakowińska – doc. dr, Katedra Gospodarki Narodowej, Prodziekan Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Władysława Zborowska – doc. dr, Katedra Gospodarki Narodowej, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Tomasz Zalega – prof. nadzw. dr hab., Katedra Gospodarki Narodowej, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Mariusz Szałański – doc. dr, Zakład Metod Matematycznych i Statystycznych Zarządzania, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Tomasz Ochowski – dr hab., Katedra Psychologii i Socjologii Zarządzania, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Rafał Zbyrowski – dr, Zakład Badań Operacyjnych Zarządzania, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Łukasz Łata – doktorant Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Paweł Kłobukowski – doktorant Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego

Michał Główka – przedsiębiorca, obecnie studiuje na Wydziale Zarządzania UW

