

MAREK REICHEL

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu

## INNOWACYJNOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ REGIONÓW. KWESTIE DEFINICYJNE – ZAKRES ZBIEŻNOŚCI

**Abstract: Innovativeness and Competitiveness of Regions. Problems of Define.** Innovativeness and competitiveness of regions have become in recent years the concepts that are often discussed both in economics and spatial theories and in practical activities. In the literature it is assumed that in the modern global economy competitiveness is the primary mechanism for development and the key to becoming competitive is the innovation.

Explicit attempt to define innovativeness and the competitiveness of regions is difficult. Definitions presented in numerous studies about innovativeness and competitiveness of regions are sometimes very different.

It is therefore reasonable to try to organize these two interrelated concepts. Article does not include a full inventory of all the concepts of innovativeness and competitiveness of regions. The article contains only those that propose the new elements of their characteristics.

The paper covers issues that are only an introduction to solving two main problems. The first – the necessity of clearly defining the concepts. The second – the need to specify the exact list of determinants of innovativeness and competitiveness of regions. Ambiguity in the definition and freedom in determining the factors mentioned above makes it difficult to conduct studies on regional competitiveness and innovativeness.

### Wstęp

*Innowacyjność i konkurencyjność regionów* stały się w ostatnich latach pojęciami często przywoływanymi zarówno w teoriach ekonomiczno-przestrzennych, jak i w działaniach praktycznych. W literaturze przedmiotu przyjmuje się, że we współczesnej gospodarce światowej konkurencyjność jest podstawowym mechanizmem rozwoju, zaś kluczem do stania się konkurencyjnym jest właśnie innowacja.

Próba jednoznacznego zdefiniowania innowacyjności i konkurencyjności regionów jest trudna. W licznych opracowaniach dotyczących innowacyjności czy konkurencyjności regionów prezentowane definicje są zróżnicowane. Zdarza się też, że są one traktowane jako tożsame i stosowane są zamiennie.

Zasadne zatem jest podjęcie próby porządkowania tych dwóch wzajemnie powiązanych pojęć. Choć powiązane, są to jednak różne jakościowo kategorie.

W prezentowanym opracowaniu starano się przedstawić charakterystykę zarówno innowacyjności, jak i konkurencyjności regionów. Porównanie tych dwóch kategorii powinno unaooczyć spotykaną różnorodność podejścia. Praca nie zawiera jednak pełnej inwentaryzacji wszystkich pojęć innowacyjności i konkurencyjności regionów. Zamieszczono tylko te, które wnoszą do ich charakterystyki nowe elementy. Pominęto natomiast definicje, które choć różnie wyrażane, mają ten sam sens.

Zagadnienia podjęte w opracowaniu są tylko wstępem do rozwiązania dwóch zasadniczych problemów. Pierwszy – to konieczność jednoznacznego zdefiniowania pojęć. Rozwiązanie go niewątpliwie ułatwi precyzyjne rozumienie innowacyjności i konkurencyjności regionów. Drugi – to potrzeba określenia dokładnych katalogów determinant innowacyjności i konkurencyjności regionów. Potrzeba ta wynika z relatywnie swobodnego podejścia do wyznaczania czynników, które mają przesądzać o konkurencyjności czy innowacyjności regionów. Niejednoznaczność definicji oraz dowolność w określaniu czynników utrudnia prowadzenie badań nad konkurencyjnością oraz innowacyjnością regionów.

## 1. Pojęcie i klasyfikacja innowacji i innowacyjności

### 1.1. Przegląd definicji innowacji i innowacyjności

Powszechnie uważa się, że skłonność gospodarki do innowacji, do wprowadzania nowych technologii jest jednym z atrybutów konkurencyjności gospodarki i istotnym czynnikiem rozwoju.

Określenie *innowacja* pochodzi od późnołacińskiego słowa *innovatio* (odnawianie), od łacińskiego *innovare* (odnawiać). Słownik wyrazów obcych *innowacje* charakteryzuje jako wprowadzenie czegoś nowego, rzecz nowo wprowadzoną, nowość, reformę<sup>1</sup>. Podobnie definiuje je encyklopedia PWN.

Jednak definicji innowacji i jej interpretacji w literaturze naukowej jest wiele, od ujęć bardzo szerokich do bardzo wąskich.

Za ojca tego pojęcia uważa się Schumpetera, który twierdził, że rozwój charakteryzuje się nowymi kombinacjami powstałymi w sposób nieciągły i to one są innowacjami, w przeciwieństwie do zmian powstałych w toku ciągłych dostosowań, które nie powodują ukształtowania nowego zjawiska. Schumpeter rozróżniał pojęcie *innowacji* i *wynalazku* twierdząc, że są to ekonomicznie całkiem odmienne kategorie<sup>2</sup>.

Pogląd Schumpetera podziela wielu naukowców. Stoją oni na stanowisku, że innowacja to pierwsze praktyczne zastosowanie wynalazku w działalności gospodar-

<sup>1</sup> Kopalinski (1989).

<sup>2</sup> Schumpeter (1960), s. 45-46.

czej, rozprzestrzenianie się zaś jego zastosowania to proces dyfuzji innowacji<sup>3</sup>. Inni autorzy rozszerzają omawiane pojęcie na wszystkie działania doprowadzające nowy produkt lub metodę wytwarzania do praktycznego zastosowania<sup>4</sup>.

Drucker, znawca problematyki innowacji określa *innowacje* jako szczególne narzędzie przedsiębiorców, za pomocą którego ze zmiany czynią okazję do podjęcia nowej działalności gospodarczej lub świadczenia nowych usług. Innowacja dla Druckera jest bardziej pojęciem ekonomicznym lub społecznym niż technicznym<sup>5</sup>.

Odmienne od Druckera, znacznie w węższym ujęciu definiuje innowacje Freeman. Zakłada on, że o innowacji możemy mówić dopiero po pierwszym handlowym wprowadzeniu (zastosowaniu) nowego produktu, procesu, systemu lub urządzenia<sup>6</sup>. Podobnie do Freemana także Pajestka nie ogranicza innowacji do pierwszych zastosowań. Stwierdza on, że nie ma znaczenia, że produkty czy technologie (jako metody wytwarzania) znane są gdzie indziej; dla danego społeczeństwa, które ich wcześniej nie знаło, są one bez wątplenia innowacjami. Dla analizy procesów rozwojowych bardziej słuszne jest także rozumienie pojęcia *innowacje*, w którym innowacją jest nie tylko to, co jest absolutną nowością w skali światowej, ale to co jest nowością dla danego społeczeństwa<sup>7</sup>.

Warto w tym miejscu wspomnieć również o dorobku Atschullera, który podchodzi do tej problematyki z innej strony, mianowicie od procesów twórczych możliwych do nauczania i systematycznego wprowadzania. Podkreślał związek innowacji z kreatywnością, która według niego jest złożonym zjawiskiem i zbiorem umiejętności, odmiennym sposobem organizowania, syntezy i wyrażania wiedzy, postrzegania świata i tworzenia nowych idei, perspektyw, reakcji i produktów. Wyrazy te przy tak przyjętej definicji kreatywności mogą być uznawane za synonimy, przy czym kreatywność jest używana do opisu pierwszego pojawienia się nowych pomysłów, natomiast terminy *innowacja*, *innowacyjność* są często używane do opisu przekształcenia aktu kreatywności w rzeczywistość, czyli zastosowania go w praktyce. Różnica między innowacją a innowacyjnością polega jednak na tym, że innowacja jest rezultatem innowacyjności, bycia innowacyjnym. Innowacyjność jest pewnym procesem, którego wynikiem jest innowacja. Nieznany wcześniej produkt danego przedsiębiorstwa jest wynikiem jego innowacyjności. Jeśli zostanie wdrożony w praktyce stanie się innowacją. *Innowacyjność* jest więc zdolnością zastosowania aktu kreatywności, nowych idei, wynalazków czego czynnikiem jest innowacja<sup>8</sup>.

Kontynuując analizę literatury światowej można zauważyć dwa podejścia do problemu innowacji. Pierwsze to podejście funkcjonalne. Traktuje ono *innowacje*

---

<sup>3</sup> Wiszniewski (1999), s. 8.

<sup>4</sup> Poznański (1979).

<sup>5</sup> Drucker (1992).

<sup>6</sup> Za mankament tej definicji uważa się to, że Freeman nie precyzuje tego, w jakiej skali musi nastąpić to pierwsze handlowe wprowadzenie.

<sup>7</sup> Poznański (1979).

<sup>8</sup> *Some Thoughts...* (1999).

jako ciągły, strategiczny, dalekosiężny proces skierowany na osiągnięcie przez przedsiębiorstwa przewagi konkurencyjnej. Drugie – mechaniczne – utożsamia *innowacje* z czymś, co samo w sobie jest pewnym fizycznym przedmiotem. *Innowacyjność* jest mierzona częstotliwością, z jaką dana organizacja gospodarcza wprowadza nowe produkty będące zarazem nowinką technologiczną na danym rynku<sup>9</sup>.

W ostatnich latach podejście funkcjonalne wydaje się przeważać. Szerokie definicje innowacji dominują we współczesnej literaturze przedmiotu<sup>10</sup>. Przykładem niech będzie definicja Kamm, twierdząca, że *innowacja* jest procesem tworzenia nowych, w stosunku do swoich źródeł pomysłów, a także podejmowanych decyzji co do tych pomysłów, w wyniku których powstaje coś użytecznego<sup>11</sup>. Jest to niewątpliwie definicja funkcjonalna, a zarazem utylitarna.

W badaniach innowacyjności ważne miejsce zajmuje faktografia udostępniona przez Główny Urząd Statystyczny (GUS). W związku z tym, warto przytoczyć definicję innowacji przyjętą przez tę instytucję w badaniu innowacyjności. GUS przejął definicję zaproponowaną przez Oslo Manual<sup>12</sup>, w którym przez *innowacyjność* rozumie się zdolność przedsiębiorstw do tworzenia i wdrażania innowacji oraz faktyczną umiejętność wprowadzania nowych i zmodernizowanych wyrobów, nowych lub zmienionych procesów technologicznych lub organizacyjno-technicznych<sup>13</sup>.

Stosując tę definicję do całej gospodarki można przyjąć, że *innowacyjność gospodarki* to zdolność podmiotów gospodarczych do ustawicznego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce nowych wyników badań naukowych, prac badawczo-rozwojowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków<sup>14</sup>. Można również stwierdzić, że innowacyjność gospodarki jest wynikiem innowacyjności poszczególnych podmiotów gospodarczych, jakimi są przedsiębiorstwa.

W założeniach polityki proinnowacyjnej państwa<sup>15</sup> można napotkać rozróżnienie *innowacyjności gospodarki* od *innowacyjności nauki*. Ta druga wyraża się innowacjami uzyskanymi przez badania naukowe. Między obiema innowacyjnościami nie ma ścisłego związku. Innowacyjna nauka może nie wywoływać innowacyjności gospodarki, jeśli nie przejawia ona właściwej chłonności na innowacje. Z reguły jednak innowacyjna nauka motywuje w istotnym stopniu innowacyjność gospodarki.

Jak częściowo chociażby pokazuje powyższy przegląd, definicji innowacji jest dużo. Podobnie wiele jest metod klasyfikacji innowacji.

---

<sup>9</sup> Nowak-Far (2000), s. 22.

<sup>10</sup> *Ibidem*, s. 23.

<sup>11</sup> Kamm (1997), s. 1.

<sup>12</sup> Oslo Manual to międzynarodowy standard metodologiczny zwany Podręcznikiem Oslo. Zawiera wytyczne, zgodnie z którymi kraje OECD mogą wypracować porównywalne wskaźniki innowacji.

<sup>13</sup> Wiszniewski (1999), s. 19.

<sup>14</sup> *Założenia polityki proinnowacyjnej...* (1994).

<sup>15</sup> *Ibidem*.

## 1.2. Rodzaje innowacji

Najbardziej ogólny podział wyróżnia innowacje<sup>16</sup>:

- atropocentryczne – dotyczą różnych przejawów życia jednostek ludzkich,
- społeczne – dotyczą organizacji stosunków międzyludzkich,
- biotyczne – są to innowacje w zakresie przyrody,
- techniczne – dotyczą zmian w technice i technologii.

Ze względu na oryginalność innowacje można podzielić na<sup>17</sup>:

- pionierskie (oryginalne, kreatywne), które są pierwszym wdrożeniem w skali globalnej danej zmiany będącej oryginalnym wytworem pracy ludzkiej,
- adaptowane (powielające, imitujące), które są wdrożeniem już funkcjonujących, sprawdzonych zmian, które już przyniosły korzyści w innym czasie i miejscu. Innowacja imitująca jest czynnikiem dyfuzji innowacji.

Ze względu na skalę zmian innowacje dzieli się na<sup>18</sup>:

- radykalne (przełomowe, nieciągłe, rewolucjonizujące produkcję),
- przyrostowe (usprawniające produkcję, mały postęp).

Ze względu na złożoność innowacje dzielą się na<sup>19</sup>:

- niesprężone – są to zmiany wprowadzone przez pojedynczych racjonalizatorów; wprowadzanie innowacji następuje z wykorzystaniem tylko własnej wiedzy i posiadanego kapitału;
- sprężone – to zmiany wprowadzane przy współdziałaniu wielu osób, zespołów, instytucji; ten rodzaj innowacji jest podstawą współczesnego rozwoju.

Innowacje ze względu na zakres skutków, jakie ze sobą niosą dzielą się na<sup>20</sup>:

- strategiczne – są stosowane do realizacji długoplanowych, strategicznych celów przedsiębiorstw o dużym znaczeniu dla podmiotów gospodarczych, lecz także dla całych społeczeństw;
- taktyczne – służą do realizowania bieżących działań podnoszących efektywność działań przedsiębiorstw.

Innowacje ze względu na przedmiot innowacji zmian dzielimy na<sup>21</sup>:

- przedmiotowe (produktowe) – są to wszelkie zmiany polegające na udoskonaleniu wyrobu już wytwarzanego przez przedsiębiorstwo, lub na rozszerzeniu struktury asortymentowej o nowy produkt; produkt nowy pod względem technologicznym to taki, którego cechy technologiczne lub przeznaczenie różnią się znacznie od uprzednio wytwarzanych; innowacje tego typu mogą wiązać się z całkowicie nowymi technologiami, opierać się na połączeniu istniejących technologii w nowych

---

<sup>16</sup> Marciniak (1998).

<sup>17</sup> Stawasz (2005), s. 145.

<sup>18</sup> *Ibidem*.

<sup>19</sup> Janasz, Kozioł (2007), s. 22.

<sup>20</sup> Bogdaniecki (2004).

<sup>21</sup> Stawasz (2005), s. 143; Świtalski (2005), s. 89-93.

## Pięć poziomów innowacji

Poziom	Opis	Częstość występowania (w %)	Wielkość zmiany
1	Użycie środków (materiałów, metod itp.) odpowiednio do specyfiki sytuacji. Rozwiązania znajduje się indywidualnie lub grupowo w ramach posiadanej wiedzy lub informacji w danej specjalizacji lub też w ramach organizacji.	30	Niewielka lub żadna
2	Dodatkowe wymagania zwiększają poziom trudności w porównaniu do poziomu 1. Rozwiązania otrzymuje się na podstawie wiedzy posiadanej już przez przedsiębiorstwo, istniejącej technologii lub od specjalistów w danej dziedzinie.	45	Nieznaczna
3	Zasadnicze zmiany w sposobie działania. Wyjaśnienie nieścisłości. Zastosowanie wiedzy z innych dziedzin technologii.	20	Przedmiot istotnie zmieniony
4	Radykalne zmiany. Odmienne podejście, wykorzystanie innych istniejących systemów lub elementów. Zmiany w naukowych podstawach systemu. Zastosowanie jednej funkcji na wiele sposobów. Wykorzystanie posiadanej wiedzy w ramach nauki.	4	Przedmiot całkowicie zmieniony
5	Odkrycie lub przełom. Całkowicie nowa funkcja. Rewolucja, nie ewolucja. Nauka lub technologia nieznaną poprzednio.	ułamek procenta	Zmiana całego systemu technicznego

Źródło: *Goal/QPC...* (1997).

zastosowaniach lub też na wykorzystaniu nowej wiedzy; innowacja produktowa została wdrożona, jeśli została wprowadzona na rynek<sup>22</sup>;

- procesowe (technologiczne) – polegają na zmianach w stosowanych przez organizację metodach wytwarzania, a także w sposobach docierania z produktem do odbiorców; metody te mogą polegać na dokonywaniu zmian w urządzeniach lub w organizacji produktu, ewentualnie mogą być czynnikiem wykorzystania nowej wiedzy;
- organizacyjne (proceduralne) – są to zmiany tylko w organizacji procesu produkcyjnego.

Ze względu na korzyści, jakie przynoszą innowacje dzielą się na:

- obniżające koszty,
- powodujące polepszenie jakości,
- zwiększające wydajność produkcji,

<sup>22</sup> Stosowany termin *produkt* obejmuje zarówno towary, jak i usługi.

- wpływające na poprawę warunków pracy i jej bezpieczeństwo,
- związane z ochroną środowiska naturalnego.

Interesujący podział innowacji zaproponował Atschuller analizując przeszło 2 mln patentów stwierdził, że innowacje można sklasyfikować na pięciu oddzielnych poziomach. Syntetyczny opis wszystkich wyodrębnionych poziomów innowacji przedstawia tab. 1.

### 1.3. Innowacja jako proces sieciowy i zintegrowany

Innowacje należy rozpatrywać w dwojaki sposób. Po pierwsze, *innowacja* może być traktowana jako rezultat i w tym znaczeniu odnosić się będzie do jakiegoś dobra, usługi lub do pomysłu. Ważne w tym ujęciu jest również to, że dobro to, czy też usługa muszą być postrzegane przez odbiorców jako coś nowego<sup>23</sup>.

Po drugie, innowacje można traktować w znaczeniu czynnościowym jako proces innowacyjny. Nie obejmuje on swoim zasięgiem tylko końcowego rezultatu procesu, jak w pierwszym ujęciu. To podejście zwraca uwagę na wiele następujących po sobie czynności, jak powstanie pomysłu, prace badawczo-rozwojowe i projektowe, produkcję, marketing i upowszechnianie<sup>24</sup>.

*Proces innowacyjny* jest określany w literaturze jako dynamiczny interakcyjny model innowacji<sup>25</sup>. Zatem proces innowacyjny należy traktować jako ciąg interakcji, od momentu powstania pomysłu, idei, aż do końcowego etapu, czyli wdrożenia i upowszechnienia. W tym ujęciu eksponuje się rolę powiązań między nauką, techniką i działalnością innowacyjną i między firmami i instytucjami, zwraca się również uwagę na sprzężenia zwrotne<sup>26</sup> między rynkowymi i technologicznymi fazami innowacji.

Obecnie innowacja staje się coraz dobitniej procesem sieciowym i zintegrowanym. Wskazuje na to wzrost ilości różnego rodzaju porozumień poziomych w formie związków kooperacyjnych, aliansów strategicznych w dziedzinie B+R i rozwoju nowego produktu. Wzrasta także liczba więzi pionowych między przedsiębiorstwami, przy czym największy udział mają więzi z dostawcami, użytkownikami i odbiorcami. W takich, coraz bardziej złożonych powiązaniach rośnie udział małych firm innowacyjnych<sup>27</sup>.

Celem wielu firm jest współcześnie dążenie do skracania czasu i poprawy efektywności przygotowywania i wprowadzania na skalę przemysłową nowych produktów i procesów wytwórczych. Realizowanie tego celu jest bowiem dziś jednym z priorytetowych czynników w konkurencyjnej walce na coraz bardziej złożonych i globalnych rynkach. Sytuacja ta ma odzwierciedlenie w postaci bardzo wysokiego poziomu

<sup>23</sup> Kotler (1994), s. 322.

<sup>24</sup> Matusiak, Stawasz (1996), s. 12.

<sup>25</sup> Markowski *et al.* (1997), s. 10.

<sup>26</sup> Dlatego proces innowacyjny w tym ujęciu określa się często mianem sprzężeniowego.

<sup>27</sup> Matusiak, Stawasz (1996), s. 16.

zintegrowania działań prowadzonych równolegle wewnątrz firmy, a mających na celu wprowadzenie nowego produktu. Mowa o marketingu, B+R, rozwoju produktu i projektowania, zaopatrzenia i produkcji. W takim podejściu do innowacji wiele miejsca poświęca się roli informatyki i elektroniki, które pozwalają na wprowadzanie nowych metod zarządzania i komunikowania się z otoczeniem.

Literatura przedmiotu określa innowacje jako zjawisko społecznie złożone. Innowacje bowiem łączą trzy sfery: naukę, technikę i produkcję, przejmując od nich ich cechy. W związku z tym, cechy współcześnie rozumianej innowacji to<sup>28</sup>:

- Innowacja jest zlokalizowana. Powstanie i rozprzestrzenianie się innowacji odbywa się w konkretnej przestrzeni. Odpowiada to pojęciu *dobra klubowego*, a więc swego rodzaju zasobu intelektualnego w postaci wiedzy technologicznej, będącego własnością firm należących do sieci. Przeniesienie innowacji może nastąpić w inne miejsce przestrzeni, jeśli istnieje tam zorganizowany układ innowacyjny.
- Innowacja nie zależy wyłącznie od technologii *know-how*<sup>29</sup>. Istotny wpływ ma również ogólny poziom wykształcenia, zdobyte doświadczenie, kontakty z użytkownikami i dostawcami, konkurentami. Innowacja zależy więc od rozwoju oświaty i szkolnictwa wyższego w dziedzinach społecznych i ekonomicznych, jak również od wszelkiego rodzaju kontaktów w przemyśle.
- Innowacja jest procesem integracji – autonomiczne jednostki muszą ze sobą kooperować w takich dziedzinach, jak: produkcja, badania, marketing, planowanie finansowe. Wspólny cel o charakterze innowacyjnym może powstać przy dobrze rozwiniętej infrastrukturze informacyjnej jednostek integrujących się.
- Innowacja jest zjawiskiem o wymiarach społecznych. Wdrażanie nowych projektów musi być poprzedzone zbudowaniem dobrej atmosfery proinnowacyjnej w lokalnej społeczności. Tylko taka atmosfera pozwoli burzyć stare wzorce produkcyjne i konsumpcyjne.
- Innowacja jest procesem uczenia się. Powstaje w wyniku akumulacji specyficznej wiedzy i informacji użytecznej dla działania firmy. Jest to proces interaktywny, wykorzystujący źródła wewnętrzne, jak i zewnętrzne. Budowany jest wokół zasobów, jakimi dysponuje firma. Proces uczenia się powinien być wspierany przez władze regionalne. Chodzi o wspomaganie w organizowaniu szkoleń, szczególnie dla małych firm, wspieranie badań, pozyskiwanie nowych technologii, wdrożeń.
- Innowacja ma kulturowe źródła w procesie historycznym. Ma odniesienie do tradycji i kultury. Podczas budowania konkurencyjności regionów nie wolno pomijać czynników tradycji i kultury. Mogą one oddziaływać sprzyjająco lub hamująco na rozwój regionów, albo w istotny sposób go stymulować.

---

<sup>28</sup> Markowski *et al.* (1997), s. 12; *Instrumenty transferu...* (1997), s. 10.

<sup>29</sup> *Know-how* – ang. wiedzieć jak; nie objęta prawami patentowymi, licencjami i innymi zabezpieczeniami prawnymi część wiedzy na temat sposobu wytwarzania dóbr i usług. Obejmuje elementy sztuki i wiedzy eksperckiej związanej z konkretnym produktem lub technologią; Kozak *et al.* (2001), s. 22.

- Innowacja to proces kreatywnej destrukcji. Mimo że innowacja jest elementem rozwoju firmy, należy liczyć się z tym, że działa ona destruktywnie na wnętrze firmy przez konieczność zmian w organizacji, metodach zarządzania.
- Innowacja jest interakcyjna i multidyscyplinarna. Jest procesem wielosekwencyjnym, sprzęża funkcjonalnie odrębne elementy. Tak rozumiana innowacja wskazuje na potrzebę tworzenia relacji przedsiębiorstw z lokalnymi partnerami, klientami, użytkownikami, jak też z wieloma ośrodkami badawczymi.
- Innowacja jest kosztowna i ryzykowna. Analizując poszczególne fazy innowacji można stwierdzić, że nakłady na innowacje wznoszą się w miarę konkretyzacji pomysłu innowacyjnego. Ryzyko innowacji jest największe podczas prac badawczo-rozwojowych, a więc w początkowych fazach innowacji. Wzrasta ono tym bardziej, im bardziej podejmowane działania mają pionierski i perspektywiczny charakter. Ryzyko jest szczególnie niebezpieczne dla małych firm innowacyjnych. Ważną rolę w jego zmniejszeniu odgrywają różnego typu instytucje finansowe i ubezpieczeniowe, a także instytucje publiczne.

#### 1.4. Innowacyjność gospodarki i innowacyjność regionu

Wspomniano już, że *innowacyjność* postrzega się najczęściej jako zdolność gospodarki/przedsiębiorstw do ciągłego poszukiwania i wykorzystywania w praktyce wyników badań naukowych, nowych koncepcji, pomysłów i wynalazków. Wykorzystywanie przez polskie przedsiębiorstwa dotychczasowych osiągnięć innowacyjnych krajów rozwiniętych jest niewątpliwie koniecznością. Zatem za innowacyjne można uznać te gospodarki/przedsiębiorstwa, które potrafią tworzyć, absorbować i zdobywać nowe produkty czy usługi. Charakteryzują się one zdolnością ciągłego adaptowania się do zmian zachodzących w otoczeniu. Adaptacja ta wynika z konieczności włączania się kraju do światowego procesu rozwoju i postępującej globalizacji gospodarczej<sup>30</sup>.

Innowacyjne przedsiębiorstwa wyróżniają się twórczą postawą, charakteryzującą się praktyczną zdolnością wykorzystania zasobów oraz pomysłów i idei w celu osiągnięcia określonych rezultatów, którymi są nowe produkty, usługi czy też procesy technologiczno-organizacyjne. Przedsiębiorstwo innowacyjne nie może pozostawać biernym wobec szybko zmieniającego się otoczenia. Musi działać dynamicznie, samo inicjować rozwiązywanie problemów przemysłowych, wysyłać impulsy do placówek naukowych, aby te podejmowały badania rozwojowe w określonych sferach i kie-

---

<sup>30</sup> Rozpatrując *innowacyjność gospodarki i innowacyjność przedsiębiorstw* warto wskazać, że innowacyjność gospodarki, jakkolwiek zależna od innowacyjności przedsiębiorstw, nie jest jej sumą. Na innowacyjność gospodarki wpływają bowiem również działania, które leżą poza sferą oddziaływania przedsiębiorstw. Warto wspomnieć chociażby o konieczności rozwoju różnego rodzaju instytucji okołobiznesowych, budowaniu odpowiedniego klimatu do rozwoju przedsiębiorczości, a co ważniejsze – inicjowanie sieci powiązań między przedsiębiorstwami, szkołami wyższymi i instytucjami sfery B+R, instytucjami okołobiznesowymi oraz innymi podmiotami.

runkach. Takie podejście mogą zastosować na pewno przedsiębiorstwa duże, które mają wystarczająco środków na podjęcie i finansowanie podstawowych badań, które w późniejszym okresie będą możliwe do wykorzystania w praktyce.

Na rynku mogą przetrwać tylko podmioty, które tworzą i rozwijają nowe wyroby, a jednocześnie potrafią dynamicznie reagować na nieustające zmiany w otoczeniu, co więcej dążą do doskonalenia organizacji podejmując odpowiednią adaptacyjną taktykę działania. Podmioty te wprowadzają innowacje we wszystkich sferach swego działania<sup>31</sup>.

Miarą innowacyjności gospodarki jest dynamika jej rozwoju, choć oczywiście należy pamiętać, że nie tylko strumień innowacji zapewnia wzrost gospodarczy. Z badań nad problematyką rozwoju gospodarczego w krajach zachodnich wynika, że w długim okresie istnieje dodatnia korelacja między rozwojem gospodarczym a poziomem innowacji mierzonym wskaźnikiem udziału nakładów finansowych przeznaczonych na prace badawcze i rozwojowe w produkcie krajowym brutto, a także liczbą ośrodków badawczo-rozwojowych, proporcją personelu pracującego w B+R, charakterem czy też stopniem scentralizowania ośrodków B+R, liczbą jednostek współpracujących z uniwersytetami i instytucjami badawczymi<sup>32</sup>.

Wśród czynników sprzyjających innowacyjności gospodarki można wymienić<sup>33</sup>:

- warunki rynkowo-instytucjonalne tworzące klimat konkurencyjności w gospodarce,
- dobry, motywacyjny system prawno-patentowy,
- wysoki poziom wykształcenia,
- różnorodność gospodarczą,
- akumulację kapitału i inwestowania w badania i rozwój,
- wyższe uczelnie i instytuty naukowe,
- współpracę na styku wyższe uczelnie – przemysł,
- centra handlowe i wystawiennicze,
- skłonność do ryzyka, klimat przedsiębiorczości,
- sprawny przepływ informacji,
- mobilność przestrzenna mieszkańców,
- dobry system transportu i komunikacji,
- system szybkiego kształcenia i doskonalenia zawodowego,
- dobry system instytucji wspierania i transmisji innowacji i postępu technologicznego,
- dostępność kapitału i kredytu,
- współpracę międzynarodową i międzyregionalną.

Odnosząc pojęcie *innowacyjności* do regionu można powiedzieć, że *region innowacyjny* to taki, który odznacza się aktywnym zaangażowaniem się w procesy innowacyjne, w którym podejmuje się działania zmierzające do pobudzania innowacyjności oraz angażuje się w tym celu potrzebne zasoby. Niewątpliwie innowacyj-

<sup>31</sup> Penc (1995), s. 64.

<sup>32</sup> Matusiak, Stawasz (1996), s. 23.

<sup>33</sup> *Instytucje i instrumenty...* (1996), s. 18-19.

ność jest związana z posiadanymi zasobami ludzkimi, rzeczowymi, kapitałowymi oraz informacyjnymi, a także z umiejętnością ich wykorzystania, czyli potencjałem innowacyjnym<sup>34</sup>. Potencjał innowacyjny jest niewątpliwie związany z potencjałem badawczym (liczba jednostek B+R, liczba szkół wyższych). Aby mówić o regionie innowacyjnym, oprócz potencjału badawczego musi on mieć na swoim terenie przedsiębiorstwa, które mają możliwość absorpcji wyników badań naukowych. Musi być również zorganizowany efektywny system wymiany informacji między sferą B+R, szkolnictwem wyższym a innowacyjnymi przedsiębiorstwami.

Analiza literatury przedmiotu pokazuje, że pierwotnie termin *innowacyjności* wiązano tylko z przedsiębiorstwami. Obecnie pojęcie to odnosi się również do gospodarki kraju i regionu. Jest to wyrazem poszukiwania takich ścieżek wzmacniania potencjału gospodarczego państwa/regionu, które zapewnią im, właściwy współczesnym wymaganiom, poziom rozwoju.

## 2. Konkurencyjność regionów

### 2.1. Pojęcie konkurencyjności

*Konkurencyjność regionów*, podobnie jak ich innowacyjność, jest w literaturze przedmiotu różnorodnie definiowana.

Rozpoczynając przegląd definicji konkurencyjności regionu należy wyraźnie wskazać, że, pojęcie to pierwotnie pojawiło się na gruncie mikroekonomii i odnosiło się do przedsiębiorstw. Obecnie znajduje również swoje odzwierciedlenie w skali mezoekonomicznej i makroekonomicznej. *Konkurencyjność* jest pojmowana jako zdolność do osiągania sukcesu w gospodarczej rywalizacji. Przyjmując to określenie Winiarski definiuje *konkurencję jednostek terytorialnych* (regionów, miast) jako ich zdolność do tworzenia dla siebie, w stosunku do innych możliwie najkorzystniejszej pozycji rangowej w rozgrywającym się między nimi współzawodnictwie o przyciąganie na swój teren coraz to nowych impulsów rozwojowych<sup>35</sup>. Impulsy takie niewątpliwie pojawiają się wraz z napływającymi na ich teren inwestycjami. Definicja ta ogranicza pojmowanie konkurencyjności jednostek terytorialnych do budowania takiej atrakcyjności obszaru, która pozwoli na skuteczne pozyskiwanie zewnętrznych inwestorów.

Podobne definicje konkurencyjności można odnaleźć w wielu innych opracowaniach. Mikołajewicz uważa, że pojęcie *konkurencyjności regionów* jest utożsamiane z innymi pojęciami np. z: atrakcyjnością inwestycyjną, zdolnością do generowania pozytywnych zmian w kapitale ludzkim, zdolnością do generowania innowacji, zdolnością do współpracy i efektywnego eksportu, miejscem w rankingu regionów<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Wójtowicz (2007), s. 5.

<sup>35</sup> Za: Ziolo (2001), s. 33; Winiarski (1999).

<sup>36</sup> Mikołajewicz (1999), s. 42.

Wdowicka podaje, że *konkurencyjność miast i regionów* pojmuje się najczęściej jako zdolność do przystosowania się do zmieniających się warunków, pod kątem utrzymania lub poprawy pozycji w toczącym się między miastami (regionami) współzawodnictwie<sup>37</sup>. Autorka uzupełnia podaną definicję o komentarz, w świetle którego przybiera ona szersze znaczenie. Otóż wspomniane w definicji *zmieniające się warunki* odnoszą się nie tylko do problemów ekonomicznych, ale dotyczą także sfery społecznej, kulturowej, politycznej, technicznej i innych. Regiony zatem rywalizują o przejście na wyższy poziom rozwoju, znaczenie w przestrzeni, dostęp do różnego rodzaju korzyści z zewnątrz, środki finansowe, przyciąganie inwestorów, kapitału ludzkiego, a także o istotnej rangi imprezy kulturalne, wystawy, kongresy<sup>38</sup>.

Z kolei Broszkiewicz traktuje *konkurencyjność* jako rywalizację mającą na celu przyciąganie przedsiębiorstw i związanie ich z miastem (regionem) na trwałe<sup>39</sup>. Przy prowadzonych rozważaniach wskazuje, że konkurencyjność regionów – w odróżnieniu od konkurencyjności przedsiębiorstw – może być różnie rozumiana. Region może mieć przewagę konkurencyjną nad innymi regionami i dostarczać firmom i inwestorom korzyści ze względu na posiadane potencjały rozwojowe (zasobowe). Konkurencyjność regionu jest wówczas wypadkową konkurencyjności jego bazowych działalności gospodarczych zdolnych z powodzeniem funkcjonować na rynku krajowym i międzynarodowym<sup>40</sup>. Jest to, jego zdaniem, jedno z najbardziej trafnych sformułowań dotyczących idei konkurencyjności regionów, oparte na takich kryteriach, jak: przestrzeń, produkty, podmioty<sup>41</sup>.

Szerzej region konkurencyjny definiuje Markowski. *Regionem konkurencyjnym* nazywa taki, w którym poziom wiedzy ludzkiej rozumiany jako zdolność do wyprzedzania potrzeb i odkrywania nowej kombinacji zastosowania istniejących lub nowych zasobów rzeczowych pozwala na wytworzenie strukturalnej przewagi i skomercjalizowanie wytworów regionu. Markowski dodaje, że zdolności tej musi sprzyjać infrastruktura techniczna i społeczna oraz trudno uchwytny system powiązań i relacji, jaki zachodzi w regionie<sup>42</sup>.

Zdaniem Markowskiego *konkurencyjność regionów* należy rozumieć dwojako; jako konkurowanie pośrednie i konkurowanie bezpośrednie – podmiotowe. Konkurowanie pośrednie regionu należałoby rozumieć, jako istnienie (lub tworzenie) warunków otoczenia regionalnego dla firm w nim działających pozwalających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w elementach pozostających poza kontrolą ich działania. Pośrednie konkurowanie regionu jest wyrażane i mierzone zdolnościami konkurencyjnymi firm w nich zlokalizowanych. Konkurowanie bezpośrednie regionów, należałoby rozumieć jako rywalizowanie upodmiotowionych jednostek terytorialnych, które

---

<sup>37</sup> Wdowicka (2008), s. 90.

<sup>38</sup> *Ibidem*.

<sup>39</sup> Broszkiewicz (2001), s. 51.

<sup>40</sup> Bieniecki *et al.* (1997), s. 104–105.

<sup>41</sup> Broszkiewicz (2001), s. 53.

<sup>42</sup> Markowski (1996), s. 111.

konkurują o różnego typu korzyści, np. o: dostęp do środków finansowych, ściągnięcie zewnętrznych inwestorów, utrzymanie kapitału w regionie, lokalizację agend i instytucji rządowych, lokalizację i organizowanie imprez międzynarodowych, a najszerzej ujmując o wysoką jakość życia i rozwój społeczny i gospodarczy<sup>43</sup>.

Kontynuując rozważania, Markowski podaje, że większe zastosowanie, jak się wydaje, ma konkurencyjność pośrednia (...). Znaczenie podstawowe ma właśnie „istnienie lub tworzenie warunków...”. Dotyczy to m.in.<sup>44</sup>:

- odpowiednio skoordynowanego rozwoju ponadregionalnych sieci i węzłów infrastrukturalnych;
- tworzenia warunków do rozpoznawania i właściwego reagowania na wpływy otoczenia; a zatem dotyczy to warunków poprawy absorpcji zewnętrznych, stymulujących sygnałów rozwojowych, a także tworzenia amortyzatorów wpływów destrukcyjnych;
- tworzenia warunków wzrostu przestrzennej mobilności kapitału;
- poprawy stanu środowiska przyrodniczego;
- stosownych dla struktur wielkoprzestrzennych – działań marketingowych na rzecz zidentyfikowania stref, nakierowanych na kształtowanie ich wizerunku pozytywnie oddziałującego w geograficznie zidentyfikowanych relacjach transgranicznych.

Definicje konkurencyjności regionu można również odnaleźć w *Słowniku Rozwoju Regionalnego*. Według autorów *Słownika konkurencyjność regionu* – to pojęcie stosowane w dwojakim znaczeniu: 1) jako zespół cech decydujących o atrakcyjności regionu z punktu widzenia lokowania w nim inwestycji i jako miejsca zamieszkania; 2) jako wyraz przewagi technologicznej lub niższych cen produktów i usług wytwarzanych w regionie, w porównaniu z analogicznymi produktami i usługami w innych regionach<sup>45</sup>. Autorzy wyraźnie eksponują stwierdzenie, że konkurencyjność: po pierwsze – odnosi się do budowania potencjału regionu atrakcyjnego dla inwestorów zewnętrznych, po drugie – tworzenia takich warunków, które będą również atrakcyjne dla zamieszkującej region społeczności. Ta definicja rodzi pewne refleksje dotyczące możliwości kształtowania takiej atrakcyjności regionu, która będzie jednocześnie akceptowana przez potencjalnych zewnętrznych inwestorów i mieszkańców regionu. Okazuje się, że mogą pojawić się uwarunkowania sprzeczne z punktu widzenia tych dwóch grup odbiorców. Można bez wątplenia wskazać, że inwestor jako atrakcyjne w regionie wskaże niższe koszty produkcji. Natomiast z punktu widzenia mieszkańców danego obszaru może to oznaczać uzyskiwanie niższych dochodów, a więc zmniejszenie atrakcyjności regionu jako miejsca zamieszkania.

Podobnie Cybulski eksponując aspekt społeczny pisze, że konkurencyjność regionów nie polega wyłącznie na przyciąganiu inwestorów (szczególnie zagranicznych), ale odnosi się także do gospodarki lokalnej, stwarzając mieszkańcom regionów

<sup>43</sup> *Ibidem*, s. 120.

<sup>44</sup> Kuciński *et al.* (2002), s. 19-20.

<sup>45</sup> Kozak *et al.* (2001), s. 23.

warunki życia i środowisko społeczno-kulturowe zachęcające do dalszego zamieszkiwania, a pozostałe osoby przyciągając swoją atrakcyjnością<sup>46</sup>.

Także Stawasz uważa, że konkurencyjność regionów to przewaga nad innymi regionami będąca wypadkową atrakcyjności oferty usługowej skierowanej do obecnych i potencjalnych użytkowników regionu, którymi są mieszkańcy, firmy, inwestorzy, goście. Jej źródłem jest nowoczesna infrastruktura materialna, instytucjonalna i intelektualna regionu. Konkurencyjność wynika z atutów, czyli najważniejszych silnych stron regionu, których źródło tkwi m.in. w systemie edukacyjnym, strukturze gospodarczej i infrastrukturze<sup>47</sup>.

Tego typu definicje konkurencyjności regionów są również eksponowane w licznych programach rządowych<sup>48</sup>.

Kudłacz wskazuje, że choć pojęcie *konkurencyjność regionu* nie jest jednoznacznie określane, często jest utożsamiane z atrakcyjnością dla lokalizacji kapitału zewnętrznego. W definiowaniu konkurencyjności regionu najczęściej akcentowane są takie jego cechy, jak:

- umiejętność wykorzystywania szans stwarzanych przez otoczenie;
- zdolność do utrzymywania wysokiej pozycji wśród innych jednostek regionalnych (niekoniecznie w odniesieniu do ogólnego rozwoju, lecz najczęściej do pewnej grupy zjawisk);
- zdolność do innowacji, a szerzej, do stałej poprawy struktury gospodarczej;
- przyjazny klimat dla rozwoju przedsiębiorczości, kształtowany aktywną polityką miejscowych władz samorządowych.

Kudłacz dodaje, że o konkurencyjności regionu przesądzą dwa wektory. Jeden jest wypadkową pozycji konkurencyjnej zlokalizowanych tam przedsiębiorstw. Drugi natomiast kształtowany jest przez wartość – tzw. megaprodukt regionu. O wartości megaprodktu przesądza wszystko to, co region ma do zaoferowania. Dotyczy to głównie jakości warunków i czynników rozwoju, w tym tych, które dotyczą środowiska przyrodniczego, kapitału ludzkiego, zagospodarowania infrastrukturalnego, a także tworzonego, przez władze samorządowe oraz instytucje, środowiska biznesowego i klimatu do rozwoju przedsiębiorczości<sup>49</sup>.

Ponieważ o konkurencyjności regionów można mówić na zasadzie pełnej analogii do konkurencyjności miast, warto przyrzeć się również poniższym definicjom.

Według Bienieckiego, Klasika i Kuźnika *konkurencyjność* rozpatrywana w odniesieniu do obiektów przestrzennych – w tym wielkich miast – może być definiowana w dwojaki sposób. Oznacza przewagę w zakresie poziomu korzyści dostarczanych przez dany obszar przedsiębiorstwom i inwestorom, ale też ilustruje siłę konkurencyjną egzogenicznych sektorów gospodarczych tworzących bazę ekonomiczną tego

<sup>46</sup> Cybulski (2000), s. 137.

<sup>47</sup> Stawasz (2004), s. 203.

<sup>48</sup> Na przykład *Projekt Narodowego Planu...* (2005), s. 210.

<sup>49</sup> Lisiński (2007), s. 53.

obszaru<sup>50</sup>. Kontynuując rozważania wskazują oni, że konkurencyjność czy też poziom konkurencyjności danego obszaru nie są pojęciami statycznymi. Konkurencyjność może być rozpatrywana tylko względem kogoś innego. W przypadku wielkiego miasta takim punktem odniesienia mogą być inne obszary. Konkurencyjność oznacza rywalizację, dążenie do zdobycia przewagi nad obszarami, z którymi z pewnych względów dokonywane jest porównanie. Konkurencyjność to ciągłe podejmowanie przez nie działań mające na celu zdystansowanie rywali i osiągnięcie przewagi w ściśle określonych dziedzinach. Analizując działania tego typu, należy wziąć pod uwagę procesy zachodzące w systemie składającym się z obiektu i jego specyficznego otoczenia. W przypadku wielkich miast konieczne jest rozpatrywanie nie tylko posunięć, które powinny sprzyjać budowaniu ich pozycji konkurencyjnej, ale także rozpoznawanie impulsów w postaci działań ośrodków konkurencyjnych, skłaniających do wykonywania tych posunięć<sup>51</sup>.

Zioło prowadząc rozważania na temat konkurencyjności miast zauważa, że konkurencja między miastami polega na przyciąganiu na swój teren inwestorów prywatnych (krajowych, zagranicznych), pozyskiwaniu subwencji budżetowych i organizacji pozarządowych, pozyskiwaniu środków od Unii Europejskiej czy innych organizacji międzynarodowych, prowadzących do ich rozwoju gospodarczego, społecznego i kulturowego<sup>52</sup>. Z punktu widzenia inwestora istotne znaczenie mają tylko wybrane cechy (sektory działalności) miasta, które pozwalają im na osiągnięcie maksymalnego zysku, np. ceny wolnych i pozostających do zagospodarowania działek budowlanych, niewykorzystane budynki czy budowle, uzbrojenie w zakresie infrastruktury sieciowej, stopień rozwoju instytucji otoczenia biznesu, rozwój elementów infrastruktury społecznej, wielkość i stopień przygotowania zawodowego lokalnych zasobów pracy, sprzyjający klimat inwestycyjny tworzony przez lokalną władzę samorządową, otwartość społeczeństwa lokalnego na innowacje, jakość warunków środowiska przyrodniczego, a także wiele cech niekiedy o znaczeniu sentymentalnym, np. pochodzenie przodków z danego miasta. Należy przyjąć, że decydent wybiera lokalizację najkorzystniejszą z własnego punktu widzenia na podstawie przyjętych i specyficznych dla siebie kryteriów. Dokonuje więc wyboru najbardziej korzystnego z własnego punktu widzenia<sup>53</sup>.

Ważna w kontekście podjętego problemu jest definicja Strzeleckiego. Uważa on, że *konkurencyjność regionu* z punktu widzenia gospodarczego to pewien proces (bycia konkurencyjnym, zdolnym do konkurowania), w wyniku którego firma lub region uzyskuje określony stan, czyli przewagę konkurencyjną, w rezultacie której następuje rozwój firmy i regionu. *Konkurencyjność* to zdolność do tworzenia przewag konkurencyjnych, które są pewnymi faktami. (...) Pomiędzy innowacyjnością a konkurencyjnością istnieją bardzo ściśle związki i analogie. Odnosząc to do innowacyjności, można powiedzieć, że

---

<sup>50</sup> Bieniecki *et al.* (1996).

<sup>51</sup> Wrana (2001), s. 69.

<sup>52</sup> Por. Klamut (1999); Hauser *et al.* (1998), s. 185.

<sup>53</sup> Zioło (2001), s. 34-35.

innowacyjność firmy jest rozumiana jako jej zdolność do wytwarzania lub pojawiania się w niej innowacji (procesowej lub produktowej). (...) Regionalny system innowacyjny może być istotnym źródłem tworzenia przewag konkurencyjnych<sup>54</sup>. Strzelecki słusznie zauważa, że *innowacyjność* i *konkurencyjność* to pojęcia z sobą związane, ale nie należy ich utożsamiać. Należy raczej przyjąć, że innowacyjność jest jednym (ale nie jedynym) z czynników pozwalającym budować przewagę konkurencyjną regionu.

Szymła w swej definicji także mocno akcentuje innowacyjność jako czynnik przesądzający o silnej pozycji konkurencyjnej regionu. Według Szymli *konkurencyjność regionów czy miast* – w odróżnieniu od konkurencyjności przedsiębiorstw – może oznaczać przewagę nad innymi regionami ze względu na posiadane zasoby materialne, jak też istniejący potencjał intelektualny. Konkurencyjność regionu zależy od sprawności regionalnego systemu innowacyjnego, tj. różnych instytucji związanych z edukacją, nauką oraz postępem technicznym i organizacyjnym. Konkurencyjność regionów oznacza więc współdziałanie zasobów materialnych i zasobów intelektualnych, wynikające m.in. z infrastruktury innowacyjności i przedsiębiorczości<sup>55</sup>.

## 2.2. Determinanty konkurencyjności

Identyfikując czynniki mające wpływ na konkurencyjność warto odnieść się do rozważań Ziolo. Podaje on, że do katalogu determinant konkurencyjności miast należy zaliczyć<sup>56</sup>:

- jakość ich elementów strukturalnych (podmiotów produkcyjnych, usługowych, instytucji administracyjno-biznesowych) działających na danym terenie, zdolnych do osiągania sukcesu w toczącej się rywalizacji ekonomicznej;
- warunki i zasoby wewnętrzne przejawiające się w występowaniu potencjalnych terenów, które mogą być przeznaczone na działalność gospodarczą, istniejące i przewidywane zagospodarowanie infrastrukturalne, jakość zasobów potencjału intelektualnego, świadomość i kwalifikacje autorytetów i elit zarządzających (liderów lokalnych, administracyjnych, politycznych);
- położenie w sieci osadniczej i położenie funkcjonalne (transportowe, przestrzenno-produkcyjne i usługowe, finansowe, innowacyjne, administracyjne, polityczne) z otoczeniem (regionalnym, krajowym, międzynarodowym);
- warunki przyrodnicze i jakość środowiska (warunki ekologiczne);
- skuteczność działań promocyjnych miasta;
- powiązanie ze strukturami władzy i organami decydenckimi (formalne, nieformalne, emocjonalne, historyczno-sentymentalne i in.);
- umiejętności tworzenia lobbyngu w strukturach różnych szczebli władzy administracyjnej, politycznej, finansowej, korporacyjnej i in.

---

<sup>54</sup> Strzelecki (2008), s. 23.

<sup>55</sup> Szymła (2001), s. 5.

<sup>56</sup> *Ibidem*.

Nieco inaczej czynniki konkurencyjności klasyfikują Gaczek i Komorowski. Według nich do czynników konkurencyjności należy zaliczyć<sup>57</sup>:

- różnorodność struktury gospodarki (w tym obecność przedsiębiorstw, które przyswajają lepiej i więcej innowacji, opierają swoją działalność na lokalnych sieciach usług, na podwykonawstwie i wyspecjalizowanych dostawach, a jednocześnie sprzężone są z międzynarodowymi centrami produkcji, innowacji i techniki);
- stopień internacjonalizacji miasta;
- wysoką dostępność komunikacyjną (powiązania z krajowym i międzynarodowym układem transportu);
- wysokiej jakości kapitał ludzki i społeczny oraz kapitał wiedzy;
- zaplecze naukowo-badawcze zdolne do generowania innowacji i bazę edukacyjną (szkolnictwo wyższe);
- otoczenie okołobiznesowe (obecność usług wyższego rzędu dla przedsiębiorstw, tzw. usług wyspecjalizowanych, m.in. instytucji doradczych i konsultingowych, prawnych, marketingowych, ubezpieczeniowych, finansowych, banków);
- dostępność kapitału finansowego;
- wysoką jakość przestrzeni (architektonicznej), środowiska społecznego i przyrodniczego;
- obecność instytucji władzy administracyjnej oraz silnych lokalnych liderów politycznych, zdolnych do pobudzania polityki nastawionej na przyciąganie aktywności gospodarczej do miasta.

Kontynuując tematykę konkurencyjności miast warto zwrócić uwagę na rozważania Wrany, który twierdzi, że w przypadku wielkich miast działania dotyczące budowy konkurencyjności mogą dotyczyć kilku płaszczyzn. Potencjalne pola rywalizacji są przede wszystkim związane z funkcjami realizowanymi przez wielkie miasta. (...) Problem budowy konkurencyjności wielkich miast można rozpatrywać w trzech aspektach<sup>58</sup>:

- przewagi w zakresie korzyści oferowanych przedsiębiorstwom i inwestorom, a także obecnym i przyszłym mieszkańcom;
- siły struktur gospodarczych, a zwłaszcza bazy ekonomicznej;
- roli odgrywanej w otoczeniu.

Pierwszy aspekt dotyczy przede wszystkim korzyści zewnętrznych, których wielkie miasto może dostarczyć podmiotom gospodarczym. (...) Mogą one obejmować udogodnienia transportowe, cechy rynku pracy, infrastrukturę stworzoną w ramach gospodarki lokalnej, funkcjonowanie ośrodków naukowych, badawczych, projektowych<sup>59</sup>.

Drugi aspekt wiąże się z koniecznością wyraźnego określenia profilu bazy ekonomicznej. Jak wskazuje Wrana, wybór tego profilu powinien być dokonany na podstawie zasobów obszaru, jego tradycji, preferencji społeczności lokalnej (a więc elementów ściśle wewnętrznych), przy zwróceniu bardzo dużej uwagi na czynniki

---

<sup>57</sup> Gaczek, Komorowski (2006).

<sup>58</sup> Wrana (2001), s. 70.

<sup>59</sup> *Ibidem*, s. 70.

tkwiące w otoczeniu (trendy rynkowe, perspektywy rozwoju branży, potrzeby przedsiębiorstw działających w branży, aktualni i potencjalni konkurenci).

Trzeci aspekt jest związany z rywalizacją miast o zajęcie właściwej pozycji w otoczeniu. Dla wielkich miast ważne jest nie tylko odgrywanie głównej roli w gospodarce, ale także w innych dziedzinach (kultury, religii, nauki, informacji, polityki)<sup>60</sup>.

## Zakończenie

Celem prezentowanego opracowania było przedstawienie charakterystyki innowacyjności i konkurencyjności regionu. Terminy te choć są ze sobą powiązane, stanowią różne jakościowo kategorie. Analiza literatury wyraźnie pokazuje, że pojęcia te w literaturze przedmiotu są różnie definiowane, czasem traktuje się je jako tożsame.

Dokonany w pracy przegląd definicji i komentarzy licznych autorów świadczy o różnorodnym podejściu do innowacji, innowacyjności i konkurencyjności regionów. Zasadny zatem jest, wyrażony we wstępie, pogląd o konieczności precyzyjnego ich określenia.

Należy przypomnieć, że dokonana inwentaryzacja pojęć innowacyjności i konkurencyjności regionu nie jest kompleksowym przeglądem wszystkich napotkanych w literaturze definicji. Ze względu na ograniczone ramy objętościowe opracowania, skupiono się na tych terminach, które do prowadzonej charakterystyki wnoszą nowe elementy.

Dodać należy, że w opracowaniu dokonano również krótkiego przeglądu literatury przedmiotu w zakresie czynników, które mają przesądzać o potencjale innowacyjnym i konkurencyjnym regionów. W tym przypadku zauważa się relatywnie dużą dowolność w ich identyfikowaniu.

W związku z powyższymi uwagami istotne wydaje się podjęcie prac, których efektem będzie sprecyzowanie terminów *innowacyjność regionu* i *konkurencyjność regionu* oraz wypracowanie klasyfikacji, według której czynniki konkurencyjności i innowacyjności zostaną jednoznacznie przypisane do tych terminów.

Problem ten wymaga jednak bardziej szczegółowego badania, wykraczającego poza ramy opracowania.

## Literatura

- Bieniecki J., Klasik A., Kuźnik F., 1996, *Konkurencyjność województwa katowickiego: raport syntetyczny*. AE, Katowice.
- Bieniecki J., Klasik A., Kuźnik F., 1997, *Konkurencyjność województw Górnego Śląska*, [w:] *Zróźnicowanie poziomu konkurencyjności województw Polski Południowej*, A. Klasik, F. Kuźnik (red.). AE w Katowicach, Katowice.

---

<sup>60</sup> *Ibidem*, s. 73.

- Bogdaniecki J. (red.), 2004, *Innowacyjność przedsiębiorstw*. UMK, Toruń.
- Broszkiewicz R., 2001, *Konkurencyjność miast i regionów w Polsce*, [w] *Konkurencyjność miast i regionów*, Z. Szymła (red.). AE, Kraków.
- Cybulski L., 2000, *Edukacja a konkurencyjność regionów*, [w:] *Polityka budowy regionu konkurencyjnego*, M. Klamut (red.). Wyd. AE, Wrocław.
- Czyż T., 2009, *Konkurencyjność regionu wielkopolskiego w aspekcie gospodarki opartej na wiedzy*, [w:] *Charakter regionalny województwa wielkopolskiego*, T. Czyż (red.). Biuletyn Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Seria Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna nr 9, Bogucki Wyd. Naukowe, Poznań.
- Drucker P., 1992, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. PWN, Warszawa.
- Gaczek M., Komorowski J., 2006, *Przewaga konkurencyjna gospodarki wielkiego miasta w regionie*, [w:] *Kierunki przekształceń struktury gospodarczej i społeczno-demograficznej miast*, J. Słodczyk, E. Szafranek (red.). Uniwersytet Opolski, Opole.
- Gawlikowska-Hueckel K., 2008, *Potencjał rozwojowy polskich województw w latach 1995–2005*, [w:] *Lokalizacja przemysłu a konkurencyjność polskich regionów (w kontekście integracji europejskiej)*, A. Zielińska-Głębocka (red.). Wyd. UG, Gdańsk.
- Goal/QPC TRIZ, An Approach to Systematic Innovation*, 1997.
- Gorzela G., Jałowicki B., 2000, *Konkurencyjność regionów*. Studia regionalne i lokalne, nr 1(1), Wyd. Naukowe „Scholar”, Warszawa.
- Harańczyk A., 2007, *Regiony polskie w Europie*, [w:] *Problemy gospodarki regionalnej i polityki ekonomicznej*, K. Górka (red.). AE, Kraków.
- Hausner J., Kudłacz T., Szlachta J., 1998, *Identyfikacja nowych problemów rozwoju regionalnego Polski*, Biuletyn KPZK PAN, z. 185, Warszawa.
- Instytucje i instrumenty wzrostu konkurencyjności regionów. Raport uzupełniający*. Zespół Zadaniowy ds. Rozwoju Regionalnego w Polsce. Warszawa, czerwiec 1996.
- Instrumenty transferu technologii i pobudzania innowacji. Raport uzupełniający*, Zespół zadaniowy ds. Polityki Strukturalnej w Polsce. Warszawa, 1997.
- Janasz W., Koziół K., 2007, *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*. PWE, Warszawa.
- Kamm J. B., 1997, *An Integrative Approach to Managing Innovation*. Lexington, Toronto.
- Klamut M. (red.), 1999, *Konkurencyjność regionów*. Wyd. AE, Wrocław.
- Klasik A., Kuźnik F., 2001, *Konkurencyjny rozwój regionów w Europie*, [w] *Konkurencyjność miast i regionów*, Z. Szymła (red.). AE, Kraków.
- Kopaliński W., 1989, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych*. Warszawa.
- Kotler P., 1994, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrożenie i kontrola*. Gebether & Ska, Warszawa.
- Kozak M., Pyszkowski A., Szewczyk R., 2001, *Słownik rozwoju regionalnego*. Polska Agencja Rozwoju Regionalnego, Warszawa.
- Kuciński K., Kudłacz T., Markowski T., Ziobrowski Z., 2002, *Zintegrowany rozwój aglomeracji a konkurencyjność polskiej przestrzeni*. Studia KPZK PAN, T. CXI, Warszawa.
- Lisiński M. (red.), 2007, *Słownik podstawowych terminów samorządu terytorialnego*. Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Dąbrowa Górnicza.
- Marciniak S., 1998, *Innowacje i rozwój gospodarczy*. ONS Politechniki Warszawskiej, Warszawa.

- Markowski T., 1996, *Wspieranie wzrostu konkurencyjności w polityce rozwoju regionalnego*, [w:] *Strategiczne wyzwania dla polityki rozwoju regionalnego Polski*. Friedrich Ebert-Stiftung, Warszawa.
- Markowski T., Stawasz E., Zembaczyński R. (red.), 1997, *Instrumenty transferu technologii i pobudzania innowacji*. Wybór ekspertyz. Warszawa.
- Matusiak K. B., Stawasz E. (red.), 1996, *Przedsiębiorczość i transfer technologii. Polska perspektywa*. Łódź-Żyrardów, za Green Paper on Innovation, European Commission ELSC – EAEC, Brussels/Luxembourg, 1996.
- Mikołajewicz Z., 1999, *Czynniki konkurencyjności regionów*. Prace naukowe AE nr 821/1999, Wrocław.
- Nowak-Far A., 2000, *Globalna konkurencja, strategiczne zarządzanie innowacjami w przedsiębiorstwach wielonarodowych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa–Poznań.
- Penc J., 1995, *Strategie zarządzania i ich realizacja, zarządzanie strategiczne*. PLACET, Warszawa.
- Poznański K., 1979, *Innowacje w gospodarce kapitalistycznej*. PWN, Warszawa.
- Projekt Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013*, Warszawa 2005, s. 210.
- Schumpeter J., 1960, *Teoria rozwoju gospodarczego*. PWN, Warszawa.
- Some Thoughts on Definitions of Innovation*, The Innovation Journal, November 20. 1999.
- Stawasz D., 2004, *Ekonomiczno-organizacyjne uwarunkowania rozwoju regionu – teoria i praktyka*. Wyd. UŁ, Łódź.
- Stawasz E., 2005, *Rodzaje innowacji*, [w:] *Innowacje i transfer technologii – Słownik pojęć*, K. B. Matusiak (red.). PARP, Warszawa.
- Strzelecki Z., 2008, *Gospodarka regionalna i lokalna*. Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Szymła Z. (red.), 2001, *Konkurencyjność miast i regionów*. AE, Kraków.
- Świtalski W., 2005, *Innowacje i konkurencyjność*. Wyd. UW, Warszawa.
- Wdowicka M., 2008, *Konkurencyjność miast polskich dla korporacji ponadnarodowych*, [w:] *Mechanizmy i uwarunkowania budowania konkurencyjności miast*, J. Słodczyk, E. Szafrańek (red.).Wyd. Uniwersytetu Opolskiego, Opole.
- Winiarski B., 1999, *Konkurencyjność: kryterium wyboru czy kierunek strategii i cel pośredni polityki regionalnej?* [w:] *Konkurencyjność regionów*, M., Klamut (red.). Wyd. AE, Wrocław.
- Wiszniewski W., 1999, *Innowacyjność polskich przedsiębiorstw przemysłowych. Procesy dostosowawcze do polityki innowacyjnej Unii Europejskiej*. Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle „Orgmasz”, Warszawa.
- Wójtowicz M., 2007, *Analiza potencjału innowacyjnego przemysłu w Małopolsce*. Centrum Transferu Technologii, Politechnika Krakowska, Kraków.
- Wrana K., 2001, *Zarządzanie strategiczne w budowaniu konkurencyjności wielkich miast*, [w] *Konkurencyjność miast i regionów*, Z. Szymła (red.), AE, Kraków.
- Założenia polityki proinnowacyjnej państwa*. Komitet Badań Naukowych, Warszawa listopad, 1994.
- Zioło Z., 2001, *Konkurencyjność miast w układach przestrzennych*, [w] *Konkurencyjność miast i regionów*, Z. Szymła (red.). AE, Kraków.