

Katarzyna Szara

Uniwersytet Rzeszowski

Innowacyjność i kreatywność jako determinanty rozwoju regionalnego

Streszczenie: Celem artykułu jest próba wskazania miejsca innowacyjności i kreatywności w odniesieniu do rozwoju regionalnego. Region stanowi miejsce realizacji procesów innowacyjnych. Jest to szczególnie ważne w zakresie ich powstawania związanego z kreowaniem wiedzy. Innowacyjność przypisywana jest przedsiębiorcy. Przedsiębiorstwa, realizując swoją działalność na określonym terenie korzystają z szans, jakie stwarza im dana lokalizacja. Obie z analizowanych cech są postrzegane jako pozytywne czynniki sprzyjające rozwojowi.

Słowa kluczowe: rozwój, innowacje, kreatywność, region

Wstęp

Według Markowskiego, „rozwój” jest składową kierunkowego procesu ewolucji, oznaczającego przechodzenie kolejnej generacji organizmów żywych na wyższy, coraz bardziej zróżnicowany, złożony poziom¹. Stąd też dla wszystkich podmiotów działających na rynku związany on jest z umiejętnością dostosowania się już nie tylko do wymagań najbliższego otoczenia – uwarunkowań rynku lokalnego, ale również regionalnego, krajowego czy nawet globalnego².

Z punktu widzenia czasu i historii dostrzegalne są dysproporcje w rozwoju, zwłaszcza iż rozwój regionalny determinowany jest przez wiele czynników. W opracowaniach wymienia się najczęściej czynniki egzo- i endogenne³. Wskazuje się także na konkretne cechy, które w danych warunkach wpływają na rozwój regionu. Do często wymienianych

¹ T. Markowski: Teoretyczne podstawy rozwoju lokalnego i regionalnego, [w:] Gospodarka regionalna i lokalna, Z. Strzelecki (red.), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 13, 15.

² G. Ślusarz: Działalność gospodarcza w obszarach wiejskich w dobie globalizacji, [w:] Możliwości i bariery rozwoju działalności gospodarczej w obszarach wiejskich, A. Czudec, G. Ślusarz (red.), Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2004, s. 5.

³ Opisy czynników warunkujących rozwój regionalny można znaleźć m.in. w opracowaniach: T.G. Grosse: Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego, „Studia Regionalne i Lokalne” 1/2002, s. 45–46; O. Seibert: Czynniki sukcesu zintegrowanego rozwoju regionalnego, Fundacja im. Heinricha Bolla, Warszawa 2006, s. 7–8; P. Churski: Czynniki rozwoju regionalnego i polityka regionalna w Polsce w okresie integracji z Unią Europejską, Wyd. Naukowe UAM, Poznań 2008, s. 67–72.

w literaturze należą innowacje⁴. Towarzyszy im inna determinanta – kreatywność⁵, będąca siłą sprawczą tworzącą innowacje.

Wyrównywanie dysproporcji rozwojowych pomiędzy regionami to cel polityki regionalnej. Rozwiązywanie problemów, jakie występują na określonym obszarze wymaga wspólnych działań nie tylko przedstawicieli władzy, ale również przedsiębiorców i mieszkańców. To od ich postaw i podejmowanych działań zależy, czy wykorzystane zostaną szanse warunkowane określonymi czynnikami czy też nie. Jest to istotne ze względu na wpływ na jakość życia mieszkańców.

Głównym celem artykułu jest próba wskazania miejsca innowacyjności i kreatywności w odniesieniu do rozwoju regionalnego. Region stanowi obszar realizacji procesów innowacyjnych. Jest to szczególnie ważne w zakresie ich powstawania związanego z kreowaniem wiedzy. Innowacyjność najczęściej jest przypisywana przedsiębiorcy. Przedsiębiorstwa, realizując swoją działalność na określonym terenie korzystają z szans, jakie stwarza im dana lokalizacja. Ważne jest również wsparcie władz regionalnych i lokalnych na rzecz propagowania rozwoju.

Wykorzystując podejście heurystyczne, metody indukcji, dedukcji i syntezy dokonano weryfikacji literatury przedmiotu. Rozważania prowadzono pod kątem tezy, że wszelkim innowacjom towarzyszy kreatywność. Nadmienić należy, iż z czynnikami tymi spotykamy się nie tylko przy analizie zagadnień dotyczących rozwoju regionalnego, ale również przedsiębiorstw, organizacji, instytucji. Na tle literatury przedstawiano wybrane wyniki badań własnych dotyczących innowacyjności i kreatywności. Badania ankietowe dotyczące innowacyjności zrealizowane zostały wśród 100 podmiotów gospodarczych prowadzących działalność gospodarczą w 2013 roku na terenie województwa podkarpackiego. Badania dotyczące kreatywności zrealizowano w 2013 roku wśród 30 przedsiębiorstw z terenu województwa podkarpackiego. Badania z wykorzystaniem kwestionariusza wywiadu wśród 10 przedstawicieli urzędów gmin, również z terenu województwa podkarpackiego, przeprowadzono w 2014 roku.

Innowacje i kreatywność w literaturze

Analizę bogatej literatury związanej z podjętą problematyką należy podjąć w dwóch obszarach rozwoju regionalnego oraz innowacyjności. W teoriach rozwoju regionalnego spotykamy ujęcia, które wskazują na innowacje jako zasadniczy czynnik rozwoju.

Sama geneza innowacji, połączona z ideą kreatywności, została zaprezentowana w pracach J.A. Schumpetera. Wskazywał on na twórczą destrukcję, czyli proces zmian, w wyni-

⁴ Vide: W. Janasz, K. Kozioł: *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2007; M. Brzeziński (red.): *Zarządzanie innowacjami technicznymi i organizacyjnymi*, Difin, Warszawa 2001; M. Dolińska: *Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010.

⁵ Kreatywność definiuje się bardzo różnie. Najczęściej jest to zdolność twórczego myślenia, szeroko pojęta pomysłowość i elastyczność adaptacyjna skutkująca umiejętnością odnajdowania twórczych, oryginalnych rozwiązań wykraczających poza przyjęte schematy, cyt. za R. Drozdowski, A. Zakrzewska, K. Puchalska, M. Morchat, D. Mroczkowska: *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010, s. 20.

ku których powstają innowacje. W planowaniu rozwoju Schumpeter wymieniał przedsiębiorcę jako osobę wdrażającą innowacje. Kreatywność i innowacyjność połączone są we wspólnym wymiarze, na który zwracają uwagę przedstawiciele nauk społecznych⁶.

Poglądy Schumpetera znalazły wielu zwolenników i naśladowców. Wskazywali oni na konwergencyjne elementy towarzyszące innowacjom, np. postęp techniczny⁷, wiedzę⁸, miejsce alokacji. Wraz z rozwojem teorii ekonomii zmieniają się poglądy przedstawicieli poszczególnych nurtów. Czynniki innowacji występują jednak nieprzerwanie w życiu przedsiębiorstw, łącząc je z kosztami, kapitałem ludzkim, strategią działania.

C. Antonelli wskazuje, że w podejściach do innowacji można zidentyfikować cztery nurty: klasyczny, inspirowany dorobkiem A. Smitha i K. Marksa, oparty na pracach J.A. Schumpetera, oparty na poglądach K.J. Arrowa i rozwiązujący je, dorobek A. Marshalla, ostatecznie sformułowany w podejściach ewolucyjnych.

Podejścia klasyczne są szczególnie użyteczne w rozumieniu znaczenia innowacji i zmiany technologicznej dla rozwoju gospodarczego. Wkładem tej linii analizy są między innymi indukowane podejście do zmiany technologicznej oraz rola uczenia. Dorobek J.A. Schumpetera dostarcza podstaw do dociekań w dziedzinie relacji między innowacją a konkurencją na rynku, z ważnymi implikacjami dla teorii firmy oraz teorii rynków. Podejście J.A. Schumpetera koncentrowało się na roli innowacji jako narzędzia konkurencji, a także na korporacji i przedsiębiorczości jako czynnikach napędowych gospodarki. Spuścizna arrowiańska umożliwiła odkrycie ekonomii wiedzy z jej implikacjami dla teorii organizacji i ekonomiki regionalnej.

W drugiej połowie XX wieku podejścia ewaluowały równoległe z procesem specjalizacji właściwych obszarów. Prowadzone w świecie badania sprzyjały procesom rosnącej konwergencji i integracji nurtów.

Klasyczne podejścia J.A. Schumpetera, K.J. Arrowa i A. Marshalla różnią się w odniesieniu do standardów w ekonomii, jeśli chodzi o przypisywanie podmiotom gospodarczym zdolności do zmiany ich funkcji produkcyjnych i użytkowych. A wspólne motywy to: 1) coraz większą uwagę skupia podstawowe pojęcie uczenia się, ostatecznie formułowane w kategoriach reakcji kreatywnej, 2) heterogeniczność uczenia się i warunki interakcji, 3) uznanie wpływów historycznych (na poziomie systemu i podmiotów gospodarczych). Granice między ujęciami zacierają się w miarę nakładania się obszarów analiz i tradycyjnych nurtów badawczych. Ekonomia innowacji staje się oddzielnym polem dociekań naukowych, z dużym wachlarzem uzupełniających się koncepcji, w obrębie zbieżnych i zgodnych dziedzin specjalizacji⁹.

⁶ Vide: G. Trade: http://classoqis.upac.ca/classoqies/trade_gabriel/trade_gabriel.html [16.03.2015].

⁷ Vide: R.R. Nelson, S.G. Winter: *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Harvard University Press Cambridge 1982; R.M. Solow: *New directions in growth theory*, [w:] B. Gahlen (red.), *Wirtschaftswachstum turnwandel und dynamischer Wettbewerb*, Springer-Verlag, Heidelberg 1991.

⁸ Vide: P.M. Romer: *Endogenous technological change, part II*, *Journal of Political Economy* 1990, vol. 98, nr 5.

⁹ M. Markowska: *Dynamiczna taksonomia innowacyjności regionów, UE we Wrocławiu*, Wrocław 2012, s. 28.

Dla J.A. Schumpetera innowacja, w przeciwieństwie do wynalazku, jest cechą charakterystyczną procesu konkurencji, a kreatywna destrukcja to proces nieskończony. J.A. Schumpeter wskazał podstawowe wytyczne działalności w gospodarce – zmiana i nowość są zasadniczymi cechami procesu endogenicznego.

W analizie roli reakcji kreatywnej w historii ekonomii J.A. Schumpeter rozwija pogląd, że podmioty gospodarcze są skłaniane do reagowania na zmieniające się warunki zarówno rynku produktu, jak i czynników produkcji w sposób twórczy wraz z wprowadzeniem innowacji technologicznych i organizacyjnych oraz zmieniając swoje produkty i procesy¹⁰.

W analizie teorii rozwoju regionów należy odnieść się do tych, które akcentują rozwój oparty o wiedzę i innowacje. Wpływ regionalnych systemów innowacji jest widoczny w koncepcji cyklu życia produktów, związanej z tworzeniem produktów, które w poszczególnych fazach cyklu życia „przesuwają” się z centrum do peryferii. Znaczenie ma tutaj lokalizacja, która wiąże się z istnieniem na danym terenie potencjału innowacyjnego. Jednocześnie w ramach prac badawczo-rozwojowych tworzone są nowe produkty, wdrażane po zakończeniu cyklu życia przez poprzednie. Na przykład koncepcja biegunów wzrostu wskazuje na rozwój innowacji w określonym miejscu przez innowacyjnego przedsiębiorcę. Wyróżniony sektor innowacyjny jest sektorem, którego znaczenie jest większe w całej gospodarce. Powoduje to alokację zasobów w tym sektorze. Po pewnym czasie następuje tzw. efekt rozprzestrzeniania się, z czego wynika pobudzenie innych branż do rozwoju.

W koncepcji Perrouxa i Stohra o rozwoju regionu decydują jego możliwości do generowania nowych technologii. Wiąże się to również z tworzeniem nowej wiedzy i rozwiązywaniem problemów. Te ostatnie działania są właściwe dla kreatywności, której jedną z funkcji jest właśnie rozwiązywanie problemów.

W teorii Marshalla autor wskazuje na koncentrację małych firm o podobnym profilu w określonej lokalizacji. Dzięki ekspansji małych przedsiębiorstw powstają ich sieci, które elastycznie dostosowują się do panujących warunków. W rozwoju regionów duże znaczenie ma także polityka rozwoju systemów innowacyjnych opartych na klastrach. Podmioty powiązane ze sobą w układzie geograficznym klastra generują efekty synergiczne¹¹.

W centrum zainteresowania nowych strategii rozwoju przestrzennego znajdują się możliwości rozwoju tkwiące w przestrzeni rozwoju peryferyjnego. Prawdopodobnie dominujący obecnie przestrzenny podział pracy oraz specjalizacja produkcji pomijają rozwojowe możliwości regionów, co prowadzi do trzech konsekwencji:

- zasoby naturalne regionów peryferyjnych są eskortowane, a nie wykorzystywane innowacyjnie,
- innowacje nie są podejmowane z powodu braku w społeczeństwach tych regionów dogodnych systemów wymiany informacji, niezależności warunków rynkowych oraz

¹⁰ Ibidem, s. 34.

¹¹ Vide: E. Wojnicka: System innowacyjny Polski z perspektywy przedsiębiorstw, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2004, s. 24–26.

niskiego poziomu rozwoju technologicznego. Trudności z wymianą informacji sprzyjają raczej pasywnym niż aktywnym sposobom zachowania się i są pozostałością po układzie centrum – peryferie,

- część regionalnych zasobów i zdolności nie jest wykorzystywana w całości przez dodatkowy popyt regionalny¹².

Endogeniczne strategie rozwoju w szczególności sposób podkreślają rolę innowacji. Innowacje nie są ograniczone do obszaru rynku ponadregionalnego, ale oddziałują także na rynek regionalny. Dużym potencjałem innowacyjnym charakteryzują się małe i średnie przedsiębiorstwa. Ale do rozwoju endogenicznego potencjału innowacyjnego niezbędne wydają się być przynajmniej dwie strategie:

- usunięcie barier mentalnych – za pomocą właściwych struktur komunikacji i środków aktywizacji oraz poprawa podaży przez stworzenie innowacyjnej infrastruktury;
- poprawa dostępności i funkcjonowania rynku kapitałowego¹³.

W przypadku obu strategii znajdujemy odwołania do kreatywności. Koncepcja innowacyjnego otoczenia określa, iż innowacja jest rozumiana jako proces podziału pracy oraz proces współpracy, w którym kooperuje ze sobą wielu aktorów (publiczne i prywatne instytucje badawcze i doradcze, przedsiębiorstwa regionu, usługodawcy itd.). Tworzą oni między sobą mocno zakorzoną sieć powiązań¹⁴.

Z kreatywnością i innowacjami nierozzerwalnie związana jest wiedza. Dynamika wzajemnych oddziaływań między wiedzą i gospodarką tworzy nieprzerwany łańcuch składający się z:

- twórczości przez generowanie idei;
- innowacji przez prototypowe artefakty;
- dyfuzji przez sieć handlową i inne sieci upowszechniania;
- dyfuzji przez edukację;
- nowej fazy twórczości¹⁵, której najniższą formą jest kreatywność.

Domański opisuje¹⁶, iż o rozrastaniu się systemów przestrzennych i rozwoju organizacji przestrzennej decydują trzy wzajemnie powiązane procesy: wynalazczość, innowacje i dyfuzja. Wynalazczość klasyfikuje on jako proces twórczy. Wskazuje na fakt powstawania idei, nowych sposobów działania, typów organizacji, produkcji, technologii. Przyjęcie, przyswojenie tego wynalazku postrzega za innowacje, które determinuje czas. Mają one również charakter przestrzenny. Towarzyszy im informacja, bez której klient nie miałby możliwości „usłyszeć” o innowacji. Następuje więc transformacja informacji. Jest ona w procesie kreatywnym przekształcana w innowacje.

Podstawą rozwoju opartego o innowacje jest wiedza, tworzona poprzez wykorzystanie ludzkiej kreatywności. Kreatywność nie jest cechą preferowaną w analizach czynników. Jednak bez kreatywności nie byłoby innowacji. Wyróżnienie kreatywności jako

¹² Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne. Polska, Czechy, Niemcy, Golinowska S. (red.), Raport IPISS, Warszawa 1998, s. 101.

¹³ Ibidem, s. 103.

¹⁴ Rozwój ekonomiczny regionów..., op. cit. s. 105.

¹⁵ R. Domański: Gospodarka przestrzenna, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2013, s. 87, 129.

¹⁶ Ibidem, s. 129, 139, 140.

cechy mającej wpływ na rozwój wiąże się z koncepcją klasy kreatywnej Florydy¹⁷, który wskazał, iż rozwój miejsca wiąże się z występowaniem ludzi kreatywnych. Fakt zamieszkania w konkretnym miejscu skorelowany jest ze sprzyjającymi warunkami, do których należy talent, technologia i tolerancja. Jest to również koncepcja mocno akcentująca cechę kreatywności w odniesieniu do miejsca (najczęściej kraju, regionu, miasta).

Działania przedsiębiorstw i administracji publicznej w zakresie innowacyjności i kreatywności

Twórcza postawa człowieka będąca jego bytem, właściwością, stanowi drogę do rozwoju zarówno jednostki, jak i organizacji. To człowiek – kreator tworzy nowe produkty, udoskonala stare, ale także rozwiązuje problemy. Efektem kreatywnych działań człowieka są innowacje. Kreatywność jest wymieniana jako czynnik mający wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw. Pozwala ona bowiem na stworzenie czegoś zupełnie nowego lub przeciwnie – zaakceptowanie czegoś, co jest sprzeczne, wskazując innowacjom odpowiedni im kierunek wdrożenia.

Wdrażanie innowacji jest zadaniem nie tylko przedsiębiorstw, ale i administracji publicznej. W przypadku jednostek administracji publicznej wiąże się to jeszcze ze stwarzaniem odpowiednich warunków dla innowatorów i kreatorów występujących na danej przestrzeni.

Sektor administracji publicznej, podobnie jak każda inna organizacja, odpowiadając na wyzwania współczesności musi podejmować różnorodne działania innowacyjne. Można wyodrębnić cztery główne typy takich działań: instytucjonalne (tworzenie nowych instytucji lub wzorów działania), organizacyjne (nowe instrumenty zarządzania), procesowe (doskonalenie jakości usług), społeczne (zaspokajanie potrzeb na usługi publiczne wysokiej jakości). Zarówno kreatywność, jak i innowacyjność są cechami właściwymi ludziom¹⁸.

Kreatywność jest cechą mentalną, innowacyjność behawioralną. Kreatywność stanowi pewien potencjał, ma autonomiczny charakter i jest cechą wrodzoną, uniwersalną. Innowacyjność to określona, nabyta kompetencja, mająca charakter reaktywny¹⁹.

W ostatnich latach daje się zauważyć zjawisko rosnącego znaczenia regionów w polityce kształtowania życia społeczno-gospodarczego UE. Władze regionów prowadzą własne polityki naukowe i innowacyjne. Również znaczna część interakcji między firmami a sferą B + R zachodzi na poziomie regionalnym. Wydaje się, że bliskość oraz zaufanie do partnerów wywodzących się z tego samego terenu pozwala na większą efektywność prowadzonych działań. Poziom regionalny jest najważniejszy do budowania

¹⁷ Vide: R. Florida: *Narodziny klasy kreatywnej*, NCK, Warszawa 2010; *Klasa kreatywna w Polsce, Technologia, talent i tolerancja jako źródła rozwoju regionalnego*, Klincewicz K. (red.), Wyd. Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012.

¹⁸ B. Kożuch: *Innowacyjność w sektorze publicznym – bariery i możliwości rozwoju*, [w:] B. Kryk, K. Piech (red.): *Innowacyjność w skali makro i mikro*, Instytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 2009, s. 85.

¹⁹ Vide: R. Drozdowski, A. Zakrzewska, K. Puchalska, M. Morchat, D. Mroczkowska: *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, PARP, Warszawa 2010, s. 21–22.

strategii innowacji dostosowanych do specyficznych warunków gospodarczych i społecznych²⁰.

Rozwój regionu to wypadkowa rozwoju lokalnego, który następuje dzięki ludziom mieszkającym na danym terenie, zatrudnionym w przedsiębiorstwach czy w jednostkach samorządowych. Wiąże się on z ich zaangażowaniem, wypełnianiem ról społecznych i aktywnymi postawami. Potwierdzeniem są wypowiedzi przedstawicieli jednostek samorządowych, którzy uczestniczyli w pilotażowym badaniu w 2014 roku, przeprowadzonym przez autorkę z pracownikami zajmującymi stanowiska zarządzające w 10 urzędach gmin z terenu województwa podkarpackiego.

Kreatywność postrzegana jest przez pracowników gmin jako wykorzystanie umiejętności i wyobraźni do tworzenia nowych rozwiązań ulepszających proces pracy, otwartość na zmiany, inicjatywa i umiejętność w rozwiązywaniu problemów. Z ciekawszych definicji można przytoczyć, iż jest to „umiejętność myślenia rozwojowego na różnych płaszczyznach”. W wywiadzie wzięło udział 9 kobiet i 1 mężczyzna. Tylko jedna osoba legitymowała się wykształceniem średnim, pozostali wyższym. Większość, bo 80% badanych, było w wieku 46–55 lat. Jedna osoba była w przedziale wiekowym 26–35 lat i jedna w wieku 36–45 lat. Średni staż pracy respondentów wynosił 26 lat. Uczestnicy badania reprezentowali trzy gminy miejskie, trzy miejsko-wiejskie i pięć wiejskich.

Połowa respondentów za kapitał preferowany w urzędzie gminy uważa kapitał finansowy. Pieniądze w opinii pracowników gmin są podstawowym atrybutem pozwalającym na realizację celów i zadań zarówno w urzędzie, jak i w całej gminie. Problemem wskazywanym przez badanych jest brak środków finansowych. Kapitał niematerialny w porównaniu do finansowego nie ma w opinii respondentów tak dużego znaczenia, podobnie jak i inne rodzaje kapitału.

Najistotniejszą barierą kreatywności, wymienioną przez 70% badanych, są inni ludzie i niesprzyjające otoczenie. Kolejno respondenci wskazywali na politykę państwa jako barierę rozwoju gminy, a także ograniczenie kreatywności.

Słaby rozwój przedsiębiorstw to trzecia w kolejności bariera wymieniana przez badanych. Na czwartej pozycji uplasował się niski kapitał rozwojowy zarówno własny, jak i obcy. Takie wskazania mogą świadczyć o potrzebie stworzenia większych możliwości rozwoju dla napływu obcego kapitału i rozwoju przedsiębiorczości. Co ciekawe, respondenci wskazywali zawsze na kilka barier, twierdząc, iż hamują one rozwój gminy.

Podczas wywiadu zidentyfikowano problem przedstawiany przez pracowników jednostek samorządowych, a dotyczący potrzeby bycia kreatywnym na zajmowanym stanowisku, szczególnie w sytuacjach trudnych, konfliktowych z klientami. W opinii badanych istnieje potrzeba ciągłej zmiany zachowania w kierunku dostosowania pracy do wymagań otoczenia czy też globalnego rynku. I jest to obszar ciągłej zmiany, do której jako pracownicy muszą się dostosowywać. Na swoim stanowisku wykazują się więc po-

²⁰ A. Poszewski: Regionalne strategie innowacyjności jako sposób na wzrost konkurencyjności regionów na przykładzie województwa warmińsko-mazurskiego, [w:] B. Pławgo (red.): Czynniki rozwoju regionalnego Polski Północno-Wschodniej, Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Białymstoku, Białystok 2005, s. 670.

mysłowością, kreatywnością, zaradnością ze względu na różne problemy, z którymi się spotykają. Pracownicy urzędów wskazali, iż na ich stanowiskach pracy kreatywność jest ważna, co nie powoduje rutynizacji zadań zwłaszcza w przypadku kontaktów z klientami. Jest to istotne w sytuacjach, w których mieszkańcy angażują się w życie społeczne. Dbają o swoje wspólne cele i potrzeby.

W przypadku definicji kreatywności i innowacyjności określenia respondentów nie różnią się od proponowanych w literaturze. Różnica może dotyczyć wdrożeń rozwiązań innowacyjnych, które oczywiście są mile widziane przez pracowników urzędu, jednak najczęściej kojarzone z innowacjami na poziomie przedsiębiorstw. Pracownicy są świadomi, że wdrażanie innowacji przez przedsiębiorstwa i innowacji o charakterze społecznym przyczynia się do rozwoju danego terenu.

Stąd dalej rodzi się pytanie o działania, które należy podjąć na szczeblu lokalnym czy regionalnym, aby przedsiębiorcy lokowali swoje firmy na danym terenie. Wtedy będzie to może remedium na wskazane podczas wywiadu bariery.

Innowacyjność to cecha, która jest znacznie częściej wybierana jako czynnik rozwoju niż kreatywność. Wiąże się to z tym, iż innowacje są interpretowane w znaczeniu bezpośrednim. Z badań ankietowych zrealizowanych wśród 100 podmiotów gospodarczych prowadzących w 2013 roku na terenie województwa podkarpackiego działalność gospodarczą wynika, iż w okresie od 2000 do 2012 roku przedsiębiorstwo, jeżeli istniało przez taki okres, odnosiło się do innowacji jako do zmian. Zmiany te miały zróżnicowany charakter. Około 80% przedsiębiorstw wskazało na innowacje o charakterze produktowym i procesowym. W przypadku działalności handlowej swoistym dostosowaniem się do wymagań rynkowych było wprowadzanie nowych produktów (w ponad 30% przypadków). Zmiany o charakterze technologicznym były wskazane w przypadku 7% przedsiębiorstw. W większości były to innowacje bardzo kosztowne²¹.

Każdej innowacji można przypisać określone źródło, czyli miejsce, w którym została zainicjowana. Najczęściej pomysłodawcą zmiany był przedsiębiorca. Pomysł stawał się inspiracją do działania – rozpoznania możliwości zakupu, wdrożenia, oceny korzyści i kosztów. Pomysł miał charakter reakcji na sytuację, w której znalazło się przedsiębiorstwo. W niektórych przypadkach przybierał formę rozwiązania problemu. Każde takie rozwiązanie wiąże się z kreatywnością.

Analizę wyników ankietowych potwierdzają również dane uzyskane z kolejnego źródła badań. W tym wypadku realizowanego z wykorzystaniem techniki wywiadu wśród 30 przedstawicieli przedsiębiorstw z terenu Podkarpacia uczestniczących w warsztatach nt. kreatywności prowadzonych przez autorkę. Na początku określono potrzeby dotyczące kreatywności w przedsiębiorstwach, a następnie oceniano jej znaczenie w organizacji. Potrzebę rozwoju kreatywności dostrzegają wszyscy badani. Szczególny jest fakt, iż potrzeba ta nie dotyczy tylko obszaru zawodowego, ale i sfery prywatnej.

²¹ K. Szara: Kreatywność a innowacyjność w działalności przedsiębiorców, ZN Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, Prace z Zakresu Zarządzania. Innowacje w Nowoczesnych Organizacjach. Aspekty Ekonomiczne i Społeczne 2014, t. 1, nr 1, Wyd. MWSE, Tarnów 2014, s. 201–210.

Kreatywność oznacza dla badanych respondentów najczęściej otwartość na nowe pomysły, dążenie do wprowadzenia zmian. Wiąże się z umiejętnością znalezienia się w konkretnej sytuacji. To także zdolność innowacyjnego rozwiązywania problemów i tworzenie innowacyjnych projektów, która świadczy o wszechstronności i umiejętności wychodzenia poza przyjęty schemat rozwiązań. Wszyscy są zgodni, że efektem kreatywności są innowacje. Nie wszyscy badani, jednak większość (80%) uważa się za ludzi kreatywnych.

Respondenci postrzegają kreatywność jako „środek, czynnik” innowacyjności. Najczęściej kreatywność traktują jako cechę, która pozwala „tworzyć” innowacje. Z reguły nie są w stanie rozróżnić etapów procesu innowacyjnego, a w nim miejsca kreatywności. Uznają natomiast, iż kreatywność jest ważna, potrzebna. Chcieliby być w większym stopniu kreatywni, jednak nie wiedzą, jak to zrobić. Zauważyć można było potrzebę wyjścia „poza schemat”, a także, co zgłaszały osoby zajmujące stanowiska kierownicze, identyfikowana była potrzeba pobudzenia kreatywności wśród pracowników. Ponieważ kreatywności można się nauczyć, ważne jest również wybranie odpowiedniej drogi. Wszyscy stwierdzili, iż kreatywni pracownicy są szczególnie ważni dla każdej firmy. W organizacjach pracują różne osoby o zróżnicowanych predyspozycjach do rozwoju cechy kreatywności, a właściwie do kreatywnego myślenia. Stąd różnie można wpływać na rozwój kreatywności, szczególnie w kontekście uzyskiwania innowacji.

Potwierdzeniem są inne badania ankietowe dotyczące innowacyjności, zrealizowane wśród 66 podmiotów gospodarczych z terenu województwa podkarpackiego²². Wśród ankietowanych ponad 63% zadeklarowało, że w okresie działania ich przedsiębiorstwa wprowadzono zmiany innowacyjne. Tylko 30% z nich deklaruje wprowadzenie innowacji w okresie ostatnich 3 lat.

Wśród przedsiębiorstw wdrażających innowacje największy odsetek stanowiły te, które wprowadzały nowy produkt (47,4%). Kolejną grupą były te podmioty, które zdecydowały się na wprowadzenie nowej usługi (26,3%). Na ulepszenie już istniejącego produktu zdecydowało się 15,8% badanych podmiotów, a na ulepszenie już istniejącej usługi zaledwie 10,5%. Badania te potwierdzają aktywność innowacyjną podkarpackich przedsiębiorstw.

Innowacje są ważne zarówno dla przedsiębiorców, jak i pracowników urzędów gmin. Celowo zadane pytanie o kreatywność powoduje zastanowienie się nad połączeniem jej z innowacjami. Najczęściej wskazywane miejsce połączenia innowacji i kreatywności to początek procesu innowacyjnego. Zaznaczyć należy, iż innowacyjność jako cecha determinująca rozwój wskazywana jest częściej i oznaczana wyższą pozycją rankingową niż kreatywność. Wynika to prawdopodobnie z większej ilości publikacji dotyczących innowacyjności. W odniesieniu do rozwoju regionu zwłaszcza przedsiębiorcy wskazują na potrzebę podjęcia takich działań, które pozwolą im rozwijać własną działalność i przyciągnąć inwestorów. W tym obszarze wskazywane są ponownie jako źródło finansowania środki unijne, tym razem w perspektywie do 2020 roku.

²² Badania zostały zrealizowane do pracy magisterskiej D. Golec: Wpływ i rola zmian innowacyjnych w rozwoju organizacji napisanej pod kierunkiem K. Szarej.

Podsumowanie

Rozwój może być analizowany nie tylko poprzez pryzmat teorii, ale i w praktyce. W wielu teoriach znajdujemy odniesienie do innowacyjności i kreatywności jako determinant rozwoju. Różnorodność ujęć teoretycznych potwierdzona zostaje w badaniach. Zarówno przedstawiciele przedsiębiorstw, jak i jednostek samorządu terytorialnego uważają innowacyjność za cechę mającą znaczący wpływ na rozwój. Nie jest negowana również kreatywność, mimo iż w ocenach wyższe znaczenie przypisuje się innowacyjności. Pozytywna kreatywność w połączeniu z innowacyjnością nie wszystkim jest znana. Lokowanie jej na początku procesu innowacyjnego jest właściwe z podejściem teoretycznym. Bez nowego pomysłu, którego oczywiście autorem jest człowiek, nie byłoby innowacji.

W przypadku rozwoju regionalnego innowacyjność i kreatywność może być postrzegana przez pryzmat przedsiębiorstwa i samorządu terytorialnego. Innowacyjność stanowi bardzo silny bodziec szczególnie dla przedsiębiorców. Kreatywność zaś jest cechą, która pozwala na znalezienie się w danej sytuacji, ale jest również punktem wyjściowym do powstania innowacji. Obie z analizowanych cech są oceniane jako czynniki pozytywnie wpływające na rozwój.

Na podstawie analizy literatury i badań można sformułować następujące wnioski:

- połączenie innowacyjności i kreatywności we wspólnym wymiarze wskazuje na wyróżnienie cechy kreatywności towarzyszącej innowacyjności w sposób ciągły;
- zdolność do zmiany wskazana przez przedsiębiorców w postaci innowacji, jest wypadkową realizowanych przez nich funkcji na rzecz regionu, a jednocześnie reakcją na problemy, z którymi spotykają się w swojej pracy;
- można przypisać Podkarpaciu cechy charakterystyczne dla bieguna wzrostu, między innymi ze względu na rozwój innowacji w przedsiębiorstwach;
- należy ocenić pozytywnie działania zarówno przedsiębiorców, jak i pracowników jednostek samorządowych, którzy są aktorami „gry” rozwoju regionalnego. Należy jednak wskazać na potrzebę podjęcia prac mających na celu eliminację barier hamujących rozwój obu cech.

Literatura

- Brzeziński M. (red.): Zarządzanie innowacjami technicznymi i organizacyjnymi, Difin, Warszawa 2001.
- Churski P.: Czynniki rozwoju regionalnego i polityka regionalna w Polsce w okresie integracji z Unią Europejską, Wyd. Naukowe UAM, Poznań 2008.
- Dolińska M.: Innowacje w gospodarce opartej na wiedzy, PWE, Warszawa 2010.
- Domański R.: Gospodarka przestrzenna, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Drozdowski R., Zakrzewska A., Puchalska K., Morchat M., Mroczkowska D.: Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki, PARP, Warszawa 2010.
- Florida R.: Narodziny klasy kreatywnej, NCK, Warszawa 2010.
- Grosse T.G.: Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego, „Studia Regionalne i Lokalne” 2002, nr 1.
- Janasz W., Kozioł K.: Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2007.
- Klasa kreatywna w Polsce. Technologia, talent i tolerancja jako źródła rozwoju regionalnego: Klineciewicz K. (red.), Wyd. Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012.
- Markowska M.: Dynamiczna taksonomia innowacyjności regionów, UE we Wrocławiu, Wrocław 2012.

- Markowski T.: Teoretyczne podstawy rozwoju lokalnego i regionalnego, [w:] Gospodarka regionalna i lokalna, Z. Strzelecki (red.), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Nelson R.R., Winter S.G.: An Evolutionary Theory of Economic Change, Harvard University Press Cambridge, 1982, [w:] B. Gahlen (red.): Wirtschaftswachstum turnwandel und dynamischer Wettbewerb, Springer-Verlag, Heidelberg 1991.
- Poszewski A.: Regionalne strategie innowacyjności jako sposób na wzrost konkurencyjności regionów na przykładzie województwa warmińsko-mazurskiego, [w:] B. Plawgo (red.): Czynniki rozwoju regionalnego Polski Północno-Wschodniej, Wyższa Szkoła Administracji Publicznej w Białymstoku, Białystok 2005.
- Romer P.M.: Endogenous technological change, part II, Journal of Political Economy 1990, vol. 98, nr 5.
- Rozwój ekonomiczny regionów. Rynek pracy. Procesy migracyjne. Polska, Czechy, Niemcy, Golinowska S. (red.), Raport IPISS, Warszawa 1998.
- Seibert O.: Czynniki sukcesu zintegrowanego rozwoju regionalnego, Fundacja im. Heinricha Bolla, Warszawa 2006.
- Szara K.: Kreatywność a innowacyjność w działalności przedsiębiorców, ZN Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, Prace z Zakresu Zarządzania. Innowacje w Nowoczesnych Organizacjach. Aspekty Ekonomiczne i Społeczne 2014, t. 1, nr 1, Wyd. MWSE, Tarnów 2014.
- Ślusarz G.: Działalność gospodarcza w obszarach wiejskich w dobie globalizacji, [w:] Możliwości i bariery rozwoju działalności gospodarczej w obszarach wiejskich, A. Czudec, G. Ślusarz (red.), Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2004.
- Trade G.: http://classoqis.upac.ca/classoqies/trade_gabriel/trade_gabriel.html [16.03.2015].
- Wojnicka E.: System innowacyjny Polski z perspektywy przedsiębiorstw, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2004.

Innovation and creativity as determinants of regional development

Summary: This article attempts to indicate the place of innovation and creativity in regional development. The region is a place of innovation processes. This is particularly important with regard to their formation associated with creating knowledge. Innovation is most often attributed to entrepreneurs. Companies pursuing their activities in a given area using the opportunities provided by the given location. Both of the analyzed traits are seen as positive factors for development.

Keywords: development, innovation, creativity, region