

Kreatywność jako determinanta rozwoju gospodarczego regionu w ramach działań nowoczesnych samorządów terytorialnych

Irena Lisowska-Szron 

Uniwersytet Szczeciński

e-mail: irena.szron@gmail.com

Streszczenie

Nowoczesny system zarządzania w samorządach terytorialnych stawia samorzady w roli partnera dla przedsiębiorców i mieszkańców i zmusza je do szukania rozwiązań idących z postępem technologicznym. Dużą rolę odgrywa tu kreatywność, która stymuluje zarówno samorzady, jak i działające na ich terenie jednostki do kreatywnych postaw, które skutkują poszukiwaniem innowacji i rozwojem całych regionów.

Celem artykułu jest próba zarysowania znaczenia kreatywności prowadzącej do innowacji w nowoczesnym samorządzie terytorialnym w kontekście rozwoju gospodarczego regionu. Na jego potrzeby przyjmuje się hipotezę, że kreatywność jest determinantą rozwoju gospodarczego regionu w ramach działań nowoczesnych samorządów terytorialnych.

Słowa kluczowe: samorząd terytorialny, gospodarka, rozwój, województwo lubuskie

JEL: O18, O31

1. Wprowadzenie

Twórcy Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z 1997 roku poświęcili samorządowi terytorialnemu odrębny rozdział, podkreślając tym samym, jak ważne jest jego istnienie we współczesnej Polsce oraz jaka jest istota funkcjonowania samorządów. Samorzady rozwijają się od przeszło dwudziestu lat, stale próbując aktywizować lokalne społeczności do działań na rzecz wspólnoty. Reforma ustroju terytorialno-administracyjnego, mająca swój początek w 1990 roku, zapoczątkowała wiele zmian w podejściu władz do zarządzania rozwojem lokalnym. Na mocy uprawnień samorząd bierze bowiem czynny i bezpośredni udział w społecznym i gospodarczym życiu na danym terenie. Samorzady terytorialne stale muszą się rozwijać, by sprostać oczekiwaniom coraz bardziej świadomego społeczeństwa obywatelskiego.

2. Kreatywność a samorząd terytorialny

Kreatywność to połączenie czterech czynników: osoby, procesu, wytworu i sytuacji, a zachodzące między nimi interakcje są złożone i trudne do rozpoznania (Dimov, 2007, s. 713–732). Istnieje koncepcja twórczości codziennej, według której twórczością jest każdy przejaw aktywności, każde znalezienie rozwiązania, które choćby w minimalny sposób doprowadza do zmiany sytuacji wewnętrznej lub zewnętrznej (Limont, 2003, s. 18). Twórczość jest więc działaniem, które doprowadza do powstania czegoś nowego, nowych pomysłów, koncepcji, rozwiązań, które mimo swojego nowatorstwa są przydatne w życiu społecznym. Kreatywność jest często traktowana równorzędnie z pojęciem twórczość, ponieważ w odniesieniu do niej występują takie określenia, jak: *mający zdolność do tworzenia czegoś nowego, dynamiczny, pomysłowy, dający w efekcie coś nowego*. Z kolei twórczość oznacza proces psychiczny, którego efektem jest powstanie nowych rozwiązań, idei, koncepcji, produktów czy też wytworów artystycznych uznanych za nowe i użyteczne (Drozdowski i in., 2010, s. 19). Kreatywność to zatem zdolność twórczego myślenia, szeroko pojęta pomysłowość i elastyczność adaptacyjna skutkująca umiejętnością odnajdywania twórczych, oryginalnych rozwiązań wykraczających poza przyjęte schematy (Drozdowski i in., 2010, s. 20).

Kreatywność jest istotna z punktu widzenia samorządów, ponieważ stanowi bazę do rozwoju technologicznego w regionie. Jednostki i firmy, dzięki swojej kreatywności, stale prowadzą „wysciąg”, który skutkuje dynamicznymi zmianami w otoczeniu oraz wzrostem konkurencji na rynku. Również jednostki samorządu terytorialnego (JST), jako zarządzające danym terytorium, muszą sprostać rozwojowi podmiotów i dostosować swoje programy oraz działania do zmieniającego się otoczenia. Zgodnie z *New Public Management*, które jest aktualnie obowiązującym paradygmatem w zarządzaniu w sektorze publicznym, kierownicy w jednostkach samorządu terytorialnego powinni pełnić funkcję menedżerów, a ich decyzje powinny być elastyczne i wynikać z odpowiedzi na zmiany zachodzące w otoczeniu. Efektem nowoczesnego zarządzania publicznego jest skuteczne wypełnianie celów ustawowych i spełnianie oczekiwań swoich interesariuszy. Cele powinny być osiągnięte przy jak najmniejszym zużyciu zasobów albo przy danym poziomie zasobów generować możliwie najwyższą wartość dla odbiorców (Musialik, Musialik, 2013, s. 380).

Wiele samorządów stało się nowoczesnymi podmiotami, stosującymi odmienne niż przed laty kryteria rozwoju gospodarczego regionu. Obywatel to dla nich nie tylko mieszkaniec i wyborca, ale również klient, a pracownicy samorządu oraz osoby nim zarządzające muszą wykazać się kreatywnością, by sprostać wyzwaniom, przed jakimi stoi lokalny samorząd. Aby zrozumieć, w jaki sposób kreatywność wiąże się z rozwojem gospodarczym, rozważania należy rozpocząć od samorządów, które idąc

z duchem czasu i oczekiwaniami społecznymi, coraz szerzej adaptują u siebie nowoczesne metody zarządzania oraz wprowadzają innowacje.

Samorząd terytorialny został przywrócony w Polsce w 1990 roku na mocy Ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz.U. z 1990 r. Nr 16, poz. 95). W 1999 roku wprowadzono trójstopniowy podział terytorialny, obejmujący szczeble gminny, powiatowy i wojewódzki (Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym; Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa).

W 1985 roku europejskie państwa – członkowie Rady Europy – przyjęły Europejską Kartę Samorządu Lokalnego. W art. 3 sygnatariusze Karty definiują samorząd lokalny jako „[...] prawo i rzeczywistą zdolność wspólnot lokalnych do regulowania i zarządzania, w ramach prawa, na ich własną odpowiedzialność i na rzecz ich ludności, istotną częścią spraw publicznych” (art. 3, pkt 1 Europejskiej Karty Samorządu Terytorialnego). Definicja ta wyznaczyła sposób postrzegania samorządu lokalnego jako zorganizowanej wspólnoty, która sama zarządza sprawami publicznymi, które jej dotyczą.

Definicję samorządu terytorialnego jako wyodrębnionego w strukturze państwa, powstałego z mocy prawa związku lokalnego społeczeństwa, powoływanego do samodzielnego wykonywania administracji publicznej zaproponował E. Ochendowski (1999, s. 299). Związek ten jest wyposażony w materialne ośrodki umożliwiające realizację nałożonych zadań.

Samorząd terytorialny wykonuje zadania publiczne niezastrzeżone przez Konstytucję lub ustawy dla organów innych władz publicznych (art. 163 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.). W literaturze można spotkać się z różnymi podejściami do określenia samorządu. Współczesna administracja publiczna to zespół działań, czynności, przedsięwzięć organizatorskich i wykonawczych, prowadzonych na rzecz realizacji interesu publicznego przez różne podmioty i na podstawie odpowiedniej ustawy (Szczepańska, 2009, s. 607). Dużym uznaniem cieszy się koncepcja *New Public Management*, która w Europie wyparła tradycyjny model zarządzania biurokratycznego. Jej istotą jest rynkowy charakter transakcji między zarządzającymi administracją publiczną a klientami. Administracja publiczna jest dostawcą nietypowych usług dla swoich klientów (Szczepańska, 2011, s. 328).

Samorząd daje również przestrzeń do innowacji. Głównym zadaniem samorządów jest dbałość o życie mieszkańców. Źródłem innowacji w samorządzie jest to, co pobudza do rozpoczęcia procesu zmian. Odpowiednio ukierunkowana kreatywność pozwala na rozwijanie projektów stymulujących rozwój regionu. W samorządzie, podobnie jak w przedsiębiorstwie, pojawiają się problemy z dziedziny zarządzania, które można rozwiązać dzięki niestandardowemu podejściu, wyjściu poza ramy myślowe, czyli właśnie dzięki kreatywności. Te działania sprawiają, że pojawia się szansa na uzyskanie przewagi nad potencjalnym konkurentem, działania mogą bowiem opierać się na nowych założeniach, a ich efektem mogą być niespodziewane pomysły.

Współczesny, nowoczesny samorząd charakteryzuje więc podejście prokonsumenckie i marketingowe. Mieszkaniec regionu jest klientem, którego potrzeby muszą być realizowane w ramach działań administracji samorządowej. Samorząd z kolei jest quasi-przedsiębiorstwem, które musi dopasowywać metody działania do zmieniającej się rzeczywistości oraz postępu technologicznego. Jednostką terytorialną, do której stosuje się odniesienie skutków działań samorządowych, jest region, czyli system ekonomiczno-przestrzenny, w którym odwzorowywana jest pewna, względnie wyodrębniona z otoczenia przestrzeń ekonomiczna (Szewczuk, 2011, s. 17). W tej przestrzeni znajdują się podmioty gospodarcze powiązane ze sobą w zróżnicowany sposób. Są one składowymi systemu – jedne pełnią funkcje realne (przedsiębiorstwa i gospodarstwa domowe), inne funkcje regulacyjne z mocy prawa (organy państwowe, władze samorządowe, instytucje, związki, stowarzyszenia itp.).

Pojęcie rozwoju regionalnego jest trudne do jednoznacznego zdefiniowania. Często określany jest on jako swoisty skrót myślowy, obejmujący szersze spektrum zjawisk gospodarczych, społecznych i przestrzennych (Brol, 2006, s. 13).

Jak twierdzi cytowana przez R. Broła D. Szlachta: „[...] rozwój regionalny to systematyczna poprawa konkurencyjności podmiotów gospodarczych i poziomu życia mieszkańców oraz wzrost potencjału gospodarczego regionów, przyczyniający się do rozwoju społeczno-gospodarczego kraju” (Brol, 2006, s. 13). Warto podkreślić, że region ekonomiczny nie odwzorowuje gospodarki narodowej, ale realizuje określone w ustawie zadania własne, w odpowiednim otoczeniu, które na niego oddziałuje.

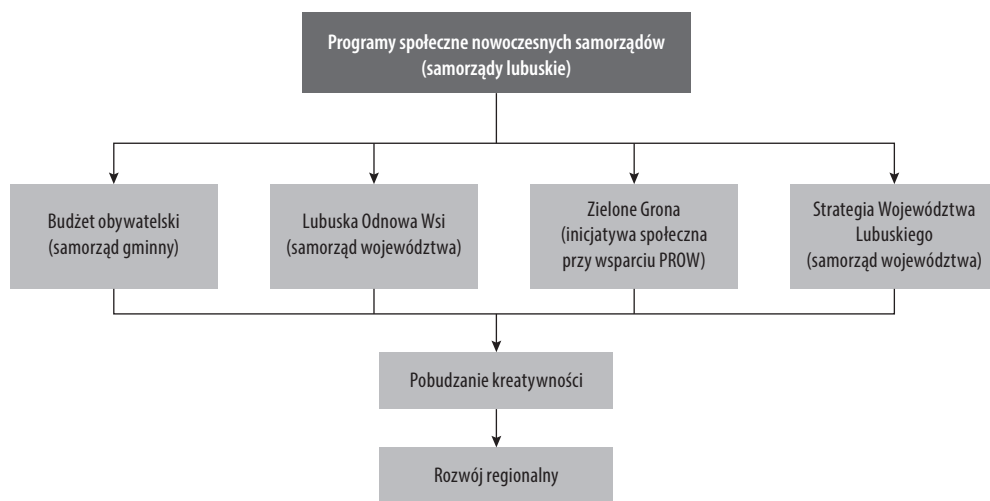
3. Kreatywne działania samorządu terytorialnego – przykład województwa lubuskiego

Nowoczesne samorządy wspierają projekty wymagające od społeczeństwa kreatywność oraz formują zespoły, które odpowiadają za kreatywne poszukiwanie rozwiązań wpływających na rozwój regionu. W dalszej części artykułu na przykładzie województwa lubuskiego zostanie scharakteryzowany problem innowacyjności.

Województwo lubuskie jest położone w zachodniej Polsce, w bezpośrednim sąsiedztwie Niemiec (dokładniej landów Brandenburgii i Saksonii). Bliżej stąd do Berlina niż do Warszawy. W pobliżu znajdują się również aglomeracje poznańska, wrocławska i szczecińska. Przez województwo przebiegają szlaki komunikacyjne o znaczeniu międzynarodowym – łączące wschód i zachód Europy oraz południe Europy ze Skandynawią (Regionalny Program Operacyjny Lubuskie 2020, 2020, s. 16–20).

Ważny potencjał w regionie stanowi sektor małych i średnich przedsiębiorstw, który przy odpowiednim wsparciu, szczególnie w kontekście innowacyjności, przełoży się na konkurencyjność regionu. Hasłem, pod którym – za sprawą polityki urzędu marszałkowskiego – definiuje się lubuskie, jest „Zielona Kraina Nowoczesnych Tech-

nologii”. Województwo kreuje się na nowoczesne, otwarte, kreatywne, wykorzystujące potencjał płynący z faktu, że jest najbardziej zaludnionym województwem w Polsce. Dużą rolę przykłada się tutaj do rozwoju sektora innowacji oraz B+R, który wymaga ciągłego wsparcia kadrowego i instytucjonalnego, a także mechanizmów umożliwiających transfer technologii do gospodarki i komercjalizację wyników badań (Regionalny Program Operacyjny Lubuskie 2020, s. 16–20). Na potrzeby artykułu zbadano cztery programy wspierane przez nowoczesne samorządy lubuskie, które przyczyniają się do rozwoju regionalnego (rysunek 1).



Rysunek 1. Programy społeczne nowoczesnych samorządów

Źródło: opracowanie własne.

Pierwszym z omawianych programów jest Lubuska Odnowa Wsi, która jest projektem skierowanym do organizacji pozarządowych na rzecz rozwoju obszarów wiejskich w województwie lubuskim (Uchwała 262/3625/18). Cele projektu to:

- podnoszenie świadomości społeczności lokalnej;
- podnoszenie jakości życia społeczności lokalnej;
- rozwijanie aktywności społeczności lokalnej;
- rozwój turystyki i rekreacji;
- zachowanie, odtworzenie, zabezpieczenie lub oznakowanie cennego, lokalnego, dziedzictwa krajobrazowego i przyrodniczego;
- zachowanie lokalnego dziedzictwa kulturowego i historycznego;
- wyłączenie lub oznakowanie szlaków turystycznych, ścieżek dydaktycznych lub przyrodniczych, w tym pomników przyrody.

Intencją Zarządu Województwa Lubuskiego przy tworzeniu programu było pobudzenie kreatywności społecznej na obszarach gminnych. Lubuska Odnowa Wsi jest uwzględn-

niona w budżecie województwa, a nadzór nad programem prowadzi Departament Programów Rozwoju Obszarów Wiejskich. Małe społeczności są najbardziej świadome swoich potrzeb, dlatego mają możliwość na partycypację w środkach województwa. Co roku wnioski o udział w programie składa ponad dwieście organizacji pozarządowych.

Warto wspomnieć o jednym z najważniejszych dokumentów dla każdego województwa, a mianowicie o strategii rozwoju, która jest kwintesencją kreatywności w regionie. Jest ona opracowywana przez jednostki administracji publicznej i ujmuje cele oraz uwarunkowania rozwoju regionu w horyzoncie 10–15 lat. Zakłada stale zmieniające się otoczenie oraz uczestnictwo partnerów publicznych i prywatnych, którzy są ważnymi uczestnikami realizacji danej strategii (Gorzelałak, Jałowicki, 2000, s. 41).

Strategia jest opracowywana w formie dokumentu, który jest podporą dla działań województwa. Istotne jest to, by określone w niej cele samorząd mógł zrealizować samodzielnie, bez zaangażowania władzy centralnej.

Zarząd Województwa Lubuskiego, opracowując aktualizację strategii do roku 2030, postanowił zrezygnować ze współpracy z firmą zewnętrzną i prace nad strategią zlecił pracownikom urzędu. Przygotowana propozycja strategii została udostępniona publicznie. Marszałek Województwa zaprosiła mieszkańców, samorządowców oraz organizacje pozarządowe do szerokiej współpracy nad strategią oraz do zgłaszania swoich pomysłów na rozwój województwa.

Poprawnie skonstruowaną strategię wyróżnia pięć cech (Studzieniecki, 2013, s. 93):

- nie skupia się na sprawach o charakterze rutynowym, należących do sfery bieżącego funkcjonowania oraz wykonywania zadań i obowiązków prawnych przez podmioty działające w regionie;
- jest selektywna i skoncentrowana na definiowaniu celów i kierunków działania, odzwierciedlając dokonane wybory strategiczne;
- wyznacza cele poddające się weryfikacji i ustanawia zobowiązania do określonych działań i efektów;
- zarysowuje kryteria identyfikacji przedsięwzięć wpisujących się w jej realizację;
- uwzględnia specyfikę uwarunkowań rozwojowych różnych części województwa, wskazując, że nie wszystkie wyzwania rozwojowe mają wszędzie taki sam charakter i ciężar gatunkowy.

Od 2018 roku w województwie lubuskim działa inicjatywa rodzimych producentów – Zielone Grona (od 2019 Zielone Grona Lubuski Paszport Turystyczny). Jest to oddolna inicjatywa lubuskich producentów produktów regionalnych, którzy wzorem południowych sąsiadów postanowili zorganizować się w grupę producentów działających w sektorze turystycznym i wzajemnie się polecających, oferując w zamian turystyczne rabaty. Projekt ruszył w 2017 roku i cieszy się dużym zainteresowaniem turystów.

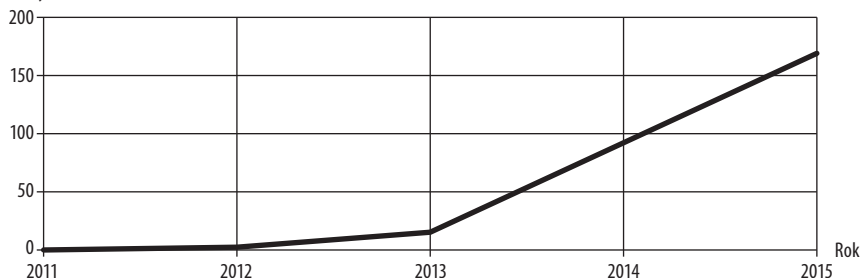
Siłą przedsięwzięcia były kreatywność i pomysły uczestników, wszystkie bowiem działania związane z „paszportem” były efektem wspólnych spotkań partnerów. W roku 2020 „paszport” został rozszerzony o kalendarz wydarzeń u partnerów. Każdy z 24 podmiotów musiał przygotować wydarzenie związane ze swoją ofertą, w którym mogą wziąć udział turyści.

Celem działania Lubuskiego Paszportu Turystycznego jest rozwój rodzinnych firm lubuskich poprzez promocję wyjątkowych miejsc i produktów. Jest on skierowany do turystów wewnętrznych i zewnętrznych, a forma paszportu i zbierania pieczętek ma wytworzyć w turystyce chęć odwiedzenia każdego z partnerów i – co za tym idzie – skorzystania z jego oferty. Idea paszportu została poparta przez Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego, który zaangażował się, fundując koszty regionalnych produktów dla turystów, którzy zwiedzą wszystkie polecane w paszporcie miejsca.

Ostatnim projektem, o którym warto wspomnieć, jest inicjatywa budżetu obywatelskiego. Jest on narzędziem współrzędzenia, a jednocześnie próbą włączenia mieszkańców danego miasta w rozwój regionu. Budżety obywatelskie od kilku lat zyskują coraz większe poparcie ze strony władarzy miast oraz mieszkańców, którzy dostają możliwość wykorzystania swojej kreatywności na rzecz rozwoju lokalnego. Za pomocą prostych narzędzi obywatele mogą zgłaszać w ramach inicjatywy obywatelskiej pomysły na rozwój swoich małych ojczyzn. Następnie muszą zaangażować się w ogólnomiejską promocję swoich pomysłów, by w powszechnym głosowaniu zostały one uznane przez większość społeczności za istotne i dostały szansę na zrealizowanie.

Kolebką budżetu obywatelskiego na świecie jest Brazylia. W Polsce pierwszym miastem, w którym zrealizowano taki projekt, był Sopot – miało to miejsce w 2011 roku (Sobol, 2017, s. 173). Mimo iż była to inicjatywa oddolna, a miasto przeznaczyło na ten cel zaledwie 1% swojego budżetu, Sopot stał się przykładem dla innych samorządów i z roku na rok przybywa gmin, które proponują własny program budżetu obywatelskiego.

Liczba budżetów obywatelskich w Polsce



Wykres 1. Trend rozwoju budżetów obywatelskich w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie Sobol, 2017.

Opisane powyżej projekty można przedstawić w formie tabeli, uwzględniając następujące kryteria: beneficjenci, wspomagająca jednostka samorządu terytorialnego, nowy produkt, nowe koncepcje, rezultaty.

W zależności od charakteru danego projektu osobami zgłaszającymi mogą być obywatele, organizacje pozarządowe oraz pracownicy JST. Niezwykle cenne są oddolne inicjatywy społeczne, ponieważ przejście od pomysłu do realizacji wymaga dużo determinacji. Pomysłodawcy z reguły nie dysponują dużymi środkami finansowymi, dlatego ogrom ich pracy włożony w realizację projektu przekłada się na jego wartość. Wsparcie jednostek samorządu terytorialnego daje szansę na wypromowanie projektu poza najbliższy inicjatywie region.

Beneficjenci są konkretnie wskazywani podczas określania grupy docelowej dla projektów na początkowym etapie realizacji. Niemniej można zaryzykować tezę, że beneficjentem może być każdy mieszkaniec województwa lubuskiego, ponieważ nawet jeśli nie należy do wąskiego grona odbiorców, to korzysta z faktu rozwoju regionu oraz z efektów budowania przez region marki.

Wiele projektów obywatelskich trudno zrealizować bez wsparcia innej jednostki, na przykład samorządu terytorialnego, z uwagi na problemy z finansowaniem oraz skalę promocji. Samorządy działają według przydzielonych kompetencji, dlatego warto poszukiwać programów wsparcia, które najbardziej pasują do danego projektu.

Tabela 1. Programy wspierane przez nowoczesne samorządy lubuskie, które przyczyniają się do rozwoju regionalnego

Wyszczególnienie	Budżet obywatelski	Zielone Grona Lubuski Paszport Turystyczny	Strategia Województwa Lubuskiego 2030	Lubuska Odnowa Wsi
Podmiot zgłaszający	Obywatele	Stowarzyszenie Zielone Grona	Zarząd Województwa Lubuskiego	Stowarzyszenia i koła gospodyń wiejskich
Beneficjenci	Mieszkańcy miasta X	Mieszkańcy województwa lubuskiego, turyści wewnętrzni i zewnętrzni	Mieszkańcy województwa, turyści wewnętrzni i zewnętrzni, przedsiębiorcy, inwestorzy	Zgłaszające stowarzyszenia, fundacje, zespoły ludowe, koła gospodyń wiejskich, kluby sportowe, ochotnicze straże pożarne
Wspomagająca jednostka samorządu terytorialnego	Samorząd miejski	Samorząd wojewódzki	Samorząd wojewódzki	Samorząd wojewódzki
Nowy produkt	Projekty obywatelskie będące odpowiedzią na potrzeby mieszkańców miasta	Paszport turystyczny – książeczka do przybijania pieczętek, znajdują się w niej informacje o partnerach, rabatach oraz kalendarz wydarzeń	Uaktualnione założenia rozwoju województwa oraz nowe cele na lata 2020–2030	Imprezy regionalne, programy edukacyjne, produkty powstałe dzięki zakupionemu sprzętowi, sprzęt dla OSP, stroje ludowe itp.

Wyszczególnienie	Budżet obywatelski	Zielone Grona Lubuski Paszport Turystyczny	Strategia Województwa Lubuskiego 2030	Lubuska Odnowa Wsi
Nowe koncepcje	Mieszkańcy najlepiej potrafią wskazać problemy – identyfikacja problemów najistotniejszych dla największej liczby mieszkańców	Wspieranie się producentów poprzez polecenie, system rabatowy dla osób zwiedzających partnerów „paszportu”	Inteligentna, zielona gospodarka regionalna, region silny w wymiarze społecznym oraz bliski obywatelowi, integracja przestrzenna regionu, region atrakcyjny, efektywnie zarządzany i otwarty na współpracę	Włączenie lokalnej społeczności do rozwoju lubuskich wsi, dbanie o dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze, aktywizacja ludności wsi
Rezultaty	Rozwiązanie problemów danej grupy mieszkańców miasta, poprawa jakości życia mieszkańców, kształtowanie wizji i wspólnoty mieszkańców, poprawa wizerunku województwa w oczach mieszkańców	Promocja małych, wcześniej nieznanych miejsc o walorach turystycznych w województwie, poprawa jakości życia mieszkańców, kształtowanie wizji i wspólnoty mieszkańców, poprawa wizerunku województwa w oczach mieszkańców	Wydarzenia regionalne zgodne z założeniami koncepcji, określenie nowych tematów promocji (strategia określana jest na 10 lat), poprawa jakości życia mieszkańców, kształtowanie wizji i wspólnoty mieszkańców, poprawa wizerunku województwa w oczach mieszkańców	Rozwój obszarów wiejskich, aktywizacja stowarzyszeń oraz kół gospodyń wiejskich z terenów wsi, poprawa jakości życia mieszkańców, kształtowanie wizji i wspólnoty mieszkańców, poprawa wizerunku województwa w oczach mieszkańców

Źródło: opracowanie własne.

Efektem pracy podmiotu zgłaszającego jest nowy produkt, projekt czy też inicjatywa. Może to być forma oficjalnego dokumentu, projektu czy też – jak w przypadku Paszportu Turystycznego Zielone Grona – książeczki, która zachęca mieszkańców i turystów do poznawania regionu. Nowy produkt to produkt innowacyjny, powstały jako rezultat kreatywnych działań jego autorów.

Nowe koncepcje to idee, które towarzyszą projektom. Dotyczą niematerialnych celów oraz wizji związanych z projektami. Są myślą, która wskazuje kierunek działań, przy ich tworzeniu.

Rezultaty pokazują to, czy rozwiązany został problem, którego likwidacji miały służyć programy. Są to najczęściej: rozwój regionu, promocja miejsc, poprawa jakości życia mieszkańców oraz kreowanie pozytywnego wizerunku regionu zarówno dla mieszkańców, jak i zewnętrznych turystów i inwestorów.

4. Podsumowanie

Prowadzenie przedsiębiorstwa wymaga od zarządzającego cech przywódczych, samodyscypliny i konsekwencji w działaniu. W czasach silnej konkurencji coraz większą wagę przykłada się do umiejętności miękkich. Współczesne samorzady czerpią

z wiedzy i doświadczeń przedsiębiorców, i robią wszystko, by małe, lokalne odczyny przyciągały turystów, inwestorów oraz były przyjaznym miejscem dla mieszkańców. Wiedzą, jak ważne jest nowoczesne podejście do rozwoju gospodarczego w regionie.

Przedsiębiorca to osoba, która poszukuje szans. Dlatego tak istotną rolę odgrywa kreatywność, która wyzwala się właśnie w odpowiedzi na działania podjęte przez konkurentów. Pobudza twórczość, determinuje działania i przekłada się na ostateczny efekt. A efektem mogą być innowacje – występujące wówczas, gdy posiadane zasoby generują nowe pomysły, procedury, technologie oraz same produkty (Szromnik, 2016, s. 314). Zadaniem przedsiębiorcy jest stworzenie takiego zespołu, który swoimi pomysłami wyzwoli potencjał firmy, co przełoży się na jej rozwój.

Rozpatrując podejście do zarządzania samorządem przez pryzmat przedsiębiorstwa, należy pamiętać, że innowacyjni przedsiębiorcy tworzą konkurencyjne przedsiębiorstwa. Przeszkodą w rozwoju przedsiębiorstwa staje się jednak brak możliwości sfinansowania innowacji oraz zbyt wysokie ryzyko związane z ich wdrożeniem. Istnieje obawa przed niepowodzeniem w związku z brakiem dostatecznego finansowania (Wiśniewska, 2014, s. 104). Dlatego tak istotne jest wsparcie jednostek samorządu terytorialnego, zwłaszcza finansowe.

Województwo lubuskie od wielu lat buduje swój wizerunek nowoczesnego, otwartego i kreatywnego regionu jako miejsca, gdzie tworzone są nowe technologie, a samorządy wspierają innowacyjność. Przytoczone w artykule projekty nie powstałyby, gdyby nie kreatywność ludzi, którzy je stworzyli. Osoby zarządzające jednostkami samorządu terytorialnego nie przejawiałyby podejścia prospołecznego i nie byłyby otwarte na to, co nowe. Bez kreatywności społeczeństwa zatrzymałyby się w miejscu, ponieważ jest ona czynnikiem rozwojowym napędzającym postęp, pobudzającym tworzenie nowych rozwiązań i wyznaczającym nowe kierunki rozwoju. Kreatywność jest determinantą rozwoju gospodarczego w nowoczesnych samorządach.

Bibliografia

- Brol R., *Rozwój regionalny – zakres pojęciowy*, [w:] D. Strahl (red.), *Metody oceny rozwoju regionalnego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2006, s. 13–15.
- Dimov D., *Beyond the Single-Person, Single-Insight Attribution in Understanding Entrepreneurial Opportunities*, „Entrepreneurship. Theory & Practice” 2007, vol. 31(5), s. 713–732.
- Drozdowski R., Zakrzewska A., Puchalska K., Morchat M., Mroczkowska D., *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2010.
- Europejska Karta Samorządu Terytorialnego, sporządzona w Strasburgu dnia 15 października 1985 r. (Dz.U. z 1994 r. Nr 124, poz. 607).
- Goźdelak G., Jałowiecki B., *Metodologiczne podstawy strategii rozwoju regionu na przykładzie województwa lubuskiego*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2000, nr 3(3), s. 41–57.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. z 1997 r. Nr 78, poz. 483).

- Limont W., *Twórczość w aspekcie cyklu życia*, [w:] E. Dombrowska, A. Niedźwiedzka (zebrały i oprac.), *Twórczość – wyzwanie XXI wieku*, Oficyna wydawnicza „Impuls”, Kraków 2003, s. 17–28.
- Musialik G., Musialik R., *Związek sektora publicznego i rynkowego w koncepcji new public management*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2013, nr 156, s. 293–301.
- Ochendowski E., *Prawo administracyjne. Część ogólna*, Towarzystwo Naukowe Organizacji i Zarządzania „Dom Organizatora”, Toruń 1999.
- Regionalny Program Operacyjny Lubuskie 2020, Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym, Wydział Planowania Strategicznego, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego, Zielona Góra 2020.
- Sobol A., *Budżet obywatelski jako narzędzie rozwoju lokalnego*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 2017, nr 316, s. 172–182.
- Studzienicki T., *Strategia jako narzędzie rozwoju turystyki w województwie*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu” 2013, nr 26, s. 91–106.
- Szczepańska K., *Aspekty zarządzania jakością w administracji publicznej*, „Ekonomiczne Problemy Usług” 2009, nr 45, s. 607–618.
- Szczepańska K., *Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2011.
- Szewczuk A., *Rozwój lokalny i regionalny – główne determinanty*, [w:] M. Ziolo, M. Kogut-Jaworska, A. Szewczuk (red.), *Rozwój lokalny i regionalny. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2011, s. 13–88.
- Szromnik A., *Marketing terytorialny. Miasto i region na rynku*, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.
- Uchwała 262/3625/18 Zarządu Województwa Lubuskiego z dnia 24 maja 2018.
- Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz.U. z 1990 r. Nr 16, poz. 95).
- Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz.U. z 1998 r. Nr 91, poz. 578).
- Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz.U. z 1998 r. Nr 91, poz. 576).
- Wiśniewska J., *Konkurencyjność przedsiębiorstw w obszarów wiejskich w województwie wielkopolskim*, „Gospodarka Narodowa” 2014, nr 3, s. 81–110.

Creativity as a determinant of the economic development of the region within the activities of modern local governments

A modern management system in local governments puts them as partners for entrepreneurs and residents and forces them to look for solutions that go along with technological progress. Creativity plays an important role here, stimulating both local governments and units operating in their area to creative attitudes that result in the search for innovation and the development of entire regions.

The article attempts to outline the meaning of creativity leading to innovation in modern local government in the context of the economic development of the region. For its purposes, a hypothesis is adopted that creativity is a determinant of the economic development of the region within the framework of the activities of modern local governments.

Keywords: local government, economy, development, Lubuskie Voivodeship

JEL Classification: O18, O31

