

Wojciech Bąkowski

Wstęp

Ekonomiczne Problemy Usług nr 107, 5-6

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

WSTĘP

Dotychczas wszelkie wytyczne dotyczące polityki regionalnej koncentrowały się na przemyśle wytwarzającym dobra materialne. Takie podejście gwarantowało wzrost produkcji, zatrudnienia i pomnażanie kapitału rzeczowego oraz rozwój danego regionu. Współcześnie w ekonomii pojawił się nowy paradygmat wykazujący, że oprócz tradycyjnego podejścia do przemysłu istotnego znaczenia nabierają wartości niematerialne, zawarte w potencjale ludzkim.

W pracach z zakresu „nowej ekonomii” pojawiły się nowe kategorie, za pomocą których prezentowano wpływ wiedzy, kapitału ludzkiego, kapitału intelektualnego na potencjał ekonomiczny przedsiębiorstw, a także regionu. Przedstawicielami tego nurtu byli Peter Drucker, Gunnar Törnqvist, Charles Landry. Rozważania reprezentantów nurtu „nowej ekonomii” zapoczątkowały szeroką dyskusję dotyczącą zmian w podejściu badawczym nie tylko na poziomie przedsiębiorstw, ale i w ujęciu regionu. Wraz z ukazaniem się w 2002 roku publikacji Richarda Floridy *The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure, community and everyday life* dyskusja naukowa objęła płaszczyzny działalności gospodarczej, życia społecznego, kultury i sztuki. Koncepcja R. Floridy dowodzi, że ludzie o określonych profesjach mają wiedzę i umiejętnie ją wykorzystują w tworzeniu wartości niematerialnych. Są to między innymi nauczyciele, architekci, projektanci, lekarze, inżynierowie, naukowcy, artyści, którzy według tego autora tworzą klasę kreatywną.

Podejście do przedstawicieli, zaliczanych do klasy kreatywnej, jest różnorodnie nazywane w literaturze przedmiotu. Pojęcie „klasa kreatywna” nie jest ujednolicone, dlatego też – w zależności od kontekstu prowadzonych badań – przedstawiciele tworzący wartości niematerialne są określani jako ludzie należący do segmentu kreatywnego, sektora kreatywnego, segmentu twórców i intelektualistów.

W tym wydaniu zeszytu naukowego „Ekonomiczne Problemy Usług” zawarto dwanaście artykułów poświęconych głównie problemom sektora kreatywnego w różnych obszarach badawczych. Pierwsze dwa artykuły prezentują rozważania dotyczące sektora kreatywnego na rzecz działalności lokalnej, w tym Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego. W następnych dwóch przedstawiono

kreatywne partnerstwo w budowaniu konkurencyjnego regionu. Z kolei piąty tekst nawiązuje do rozważań na temat relacji pomiędzy innowacjami marketingowymi a budową potencjału kreatywnego przedsiębiorstw. W artykułach szóstym i siódmym autorki poruszają kwestie sektora kultury i sztuki w zagadnieniach rozwoju miasta. Ósmy tekst prezentuje sektor kreatywny w świetle instrumentów finansowych. Kolejne dwa traktują o polityce regionu w ujęciu lokalnego rynku pracy, a także znaczenia sektorów kreatywnych. W celu zwiększenia grupy odbiorców treści zawartych w tym wydaniu zeszytu naukowego, ostatnie dwa artykuły zostały napisane w języku angielskim i dotyczą rozwoju sektora kreatywnego z punktu widzenia instrumentów finansowych oraz rozwoju ekonomicznego generowanego przez segment kreatywny.

Niewątpliwie tak szerokie spektrum poruszanych zagadnień w obszarze sektora kreatywnego świadczy o jego interdyscyplinarnym charakterze. Tym samym prezentowane artykuły są głosem w dyskusji nad kształtowaniem się tego zjawiska w kontekście wielu dziedzin nauki i gospodarki, co zachęca do pogłębienia wiedzy i prowadzenia w tym zakresie dalszych badań.

prof. dr hab. Wojciech Bąkowski