

Małgorzata Anna Saar

Właściwa komunikacja szansą na rozwój gospodarczy w regionie

Ekonomiczne Problemy Usług nr 77, 269-281

2011

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.

MAŁGORZATA ANNA SAAR

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego

WŁAŚCIWA KOMUNIKACJA SZANSĄ NA ROZWÓJ GOSPODARCZY W REGIONIE

Wprowadzenie

Samorządy terytorialne, instytucje otoczenia biznesu oraz przedsiębiorcy z podobną siłą oddziałują na gospodarkę, pomimo że każdy z tych podmiotów posiada pozornie inne cele i inne środki realizacji postawionych sobie zadań. Każdy z nich wnosi określone wartości i każdy jest konieczny do prawidłowego rozwoju gospodarczego. Podmioty te powinny mieć świadomość, że tylko wspólne działanie, oparte na zasadach partnerskich, może doprowadzić do z wielokrotnionych korzyści dla wszystkich zaangażowanych stron.

Jedną z największych barier rozwoju przedsiębiorczości jest brak odpowiedniej formy komunikacji pomiędzy sektorem publicznym, instytucjami otoczenia biznesu oraz przedsiębiorstwami. Brak właściwego przepływu informacji hamuje ich rozwój, powoduje nieefektywne wykorzystanie dóbr i oferowanych przez nie usług. Niewłaściwy przepływ informacji powoduje trudności w monitorowaniu nastrojów gospodarczych przez lokalne władze. Dobry przepływ informacji udoskonali funkcjonowanie wszystkich trzech grup zaangażowanych w proces rozwoju lokalnej przedsiębiorczości, a w konsekwencji doprowadzi do zrównoważonego rozwoju gospodarczego.

Na podstawie szeroko przeprowadzonych studiów empirycznych i literaturowych, a także na podstawie wyników badań ankietowych oraz własnych obserwacji autorka proponuje rozwiązanie mające na celu stworzenie nowego modelu relacji pomiędzy pracownikami lokalnych samorządów, instytucji otocze-

nia biznesu a przedsiębiorcami. Tylko partnerstwo w działaniach pomiędzy tymi podmiotami może doprowadzić do wzajemnego zrozumienia, złamania panujących stereotypów i przyczynić się do rozwoju przedsiębiorczości w regionach i w gminach.

Więzi komunikacyjne można usprawnić poprzez stworzenie gospodarki sieciowej. We współczesnym świecie zaawansowanych technologii internetowa sieć powiązań grup odpowiadających za rozwój lokalnej przedsiębiorczości staje się najlepszym modelem platformy wzajemnej współpracy. Dzięki sieciowemu przepływowi informacji ma ona szansę dotrzeć do wszystkich zainteresowanych odbiorców, pod warunkiem zastosowania odpowiednich narzędzi marketingowych.

1. Innowacje w zakresie oddziaływania jednostek samorządu terytorialnego na rozwój lokalnej przedsiębiorczości

Współczesne przedsiębiorstwa i organizacje działają w otoczeniu bardzo silnej konkurencji. Aby zapewnić sobie warunki prawidłowego funkcjonowania i rozwoju, muszą szybko reagować na zachodzące na rynku zmiany poprzez wprowadzanie nowych wyrobów lub nowych technologii wytwarzania produktów. Oznacza to, że przedsiębiorstwa i organizacje powinny kierować się innowacyjnością i pracować nad nowościami, czyli produktami i rozwiązaniami postrzeganymi jako nowe. Tylko takie mają szansę konkurować na współczesnym, nasyconym dobrami rynku.

Działalność innowacyjna została opisana przez ustawodawcę jako „związaną z przygotowaniem i uruchomieniem wytwarzania nowych lub udoskonalonych materiałów, wyrobów, urządzeń, usług procesów lub metod, przeznaczonych do wprowadzenia na rynek albo do innego wykorzystania w praktyce”¹.

Źródeł innowacyjności w lokalnych gospodarkach należy szukać w sieciach zależności pomiędzy przedsiębiorstwami, sektorem publicznym, uczelniami wyższymi i innymi instytucjami wspierającymi przedsiębiorczość, a każdy z tych podmiotów może mieć znaczący wpływ na stymulowanie rozwoju innowacji. Od tych trzech zasadniczych grup uczestników procesów innowacyjnych zależy efektywność innowacyjności lokalnej gospodarki.

¹ Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej, Dz.U. 2005, nr 179, poz. 144.

Pierwsza z wymienionych grup to sektor przedsiębiorstw. Polskie przedsiębiorstwa charakteryzują się niskim poziomem innowacyjności, co może być spowodowane okresem transformacji, podczas którego restrukturyzowano całe sektory gospodarki, a powstała luka technologiczna była wypełniana modyfikacją działań poprzez zakup maszyn i urządzeń, z pominięciem prowadzenia prac badawczo-rozwojowych.

Drugim zasadniczym uczestnikiem procesów innowacyjnych jest sektor instytucji wspierających działania przedsiębiorcze. Instytucjom otoczenia biznesu należy przypisać szczególną rolę w kontekście powiązań i współpracy, ponieważ stanowią one istotne dla regionu centra wspierania rozwoju przedsiębiorczości i konkurencyjności, wpływające m.in. na wzrost świadomości innowacyjnej, transfer wiedzy czy komercjalizację nowych technologii. Przyszłość regionu jest uzależniona od aktywności własnych środowisk wyspecjalizowanych w działaniach na rzecz poprawy poziomu innowacyjności oraz wzrostu lokalnej przedsiębiorczości².

Kolejną grupę stanowi sektor publiczny. Istotną rolę w tym zakresie odgrywają samorzady terytorialne, a w wymiarze ogólnokrajowym Ministerstwo Gospodarki oraz Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz agencje rządowe, zwłaszcza Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości i Agencja Rozwoju Przemysłu. Mają one na celu wspieranie i promocję przedsięwzięć oraz programów proinnowacyjnych o zasięgu centralnym i regionalnym, wspomaganie organów administracji rządowej oraz samorządowej w zbieraniu i przetwarzaniu danych o potrzebach gospodarki w zakresie innowacyjności, wspieranie instytucji otoczenia przedsiębiorstw działających na rzecz wzrostu innowacyjności oraz nadzorowanie, koordynację i wspieranie działań Krajowej Sieci Innowacji³.

Wyzwaniem dla gospodarki opartej na wiedzy jest gospodarka sieciowa i społeczeństwo sieciowe. Wzajemne relacje pomiędzy sektorem przedsiębiorstw, instytucji wspierających biznes oraz sektorem publicznym mogą w ten

² Por. P. Niedzielski, P. Narękwicz, M. Pluciński, M. Skweres-Kuchta, *Innowacyjność i struktury klastrowe w województwie zachodniopomorskim, Transport – Spedycja – Logistyka*, Szczecin 2008, s. 19.

³ Krajowa Sieć Innowacji(KSI) to grupa usługodawców w zakresie doradztwa o charakterze proinnowacyjnym w ramach Krajowego Systemu Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw. KSU działa od 1996 r. z inicjatywy Polskiej Fundacji Promocji i Rozwoju Małych i Średnich Przedsiębiorstw (obecnie PARP), na mocy ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz.U. 2000, nr 109, poz. 1158, z późn. zm.) powołującej PARP.

sposób odnaleźć inną, nową formę komunikacji, która doprowadzi do intensywniejszego rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. Dzięki działaniom innowacyjnym przekształcenie istniejących powiązań w sieć może być źródłem nowych wartości ekonomicznych i społecznych.

W nowej gospodarce opartej na wiedzy istotne jest wyczulenie na zmiany rynkowe oraz szybkość reakcji na te zmiany, dlatego jest ona tak bardzo powiązana z branżą internetową i telekomunikacyjną. Podstawą gospodarki opartej na zaawansowanych technologiach jest kapitał intelektualny, który ma często dużo większą wartość niż inne aktywa w przedsiębiorstwie. Aby osiągnąć założony cel, jakim jest zrównoważony rozwój lokalnej przedsiębiorczości, konieczne są inwestycje w kapitał intelektualny, rozbudowę systemu informacji, jego technologii, ale także procedur organizacyjnych. Sektor administracji publicznej i samorządowej ciągle jeszcze postrzegany jest jako nieelastyczny i w wielu dziedzinach funkcjonowania nieefektywny. Szybki przepływ informacji pomiędzy podmiotami zaangażowanymi w rozwój lokalnej przedsiębiorczości ma szansę to zmienić i doprowadzić do rozwinięcia partnerskich relacji podmiotów realizujących wspólny cel.

2. Modelowe rozwiązanie w zakresie kreowania rozwoju lokalnego

Przeprowadzone przez autorkę artykułu w latach 2009–2010 badania ankietowe wykazały, że największą barierą rozwoju lokalnej przedsiębiorczości jest brak odpowiedniej formy komunikacji pomiędzy sektorem publicznym, instytucjami otoczenia biznesu oraz przedsiębiorstwami. Brak odpowiedniego przepływu informacji hamuje rozwój niektórych z tych jednostek, chociażby poprzez nieefektywne wykorzystanie dóbr i usług przez nie oferowanych, gdyż na rynku jest zbyt mało informacji przekazywanych na ich temat. Niewystarczająca informacja powoduje brak zainteresowania potencjalnych odbiorców dóbr i usług, a jednocześnie samorządy nie mają możliwości stałego i bezpośredniego monitoringu nastrojów gospodarczych na terytorium, za które odpowiadają. Dobry przepływ informacji udoskonali funkcjonowanie wszystkich trzech grup zaangażowanych w proces rozwoju lokalnej przedsiębiorczości, a w konsekwencji doprowadzi do zrównoważonego rozwoju gospodarczego.

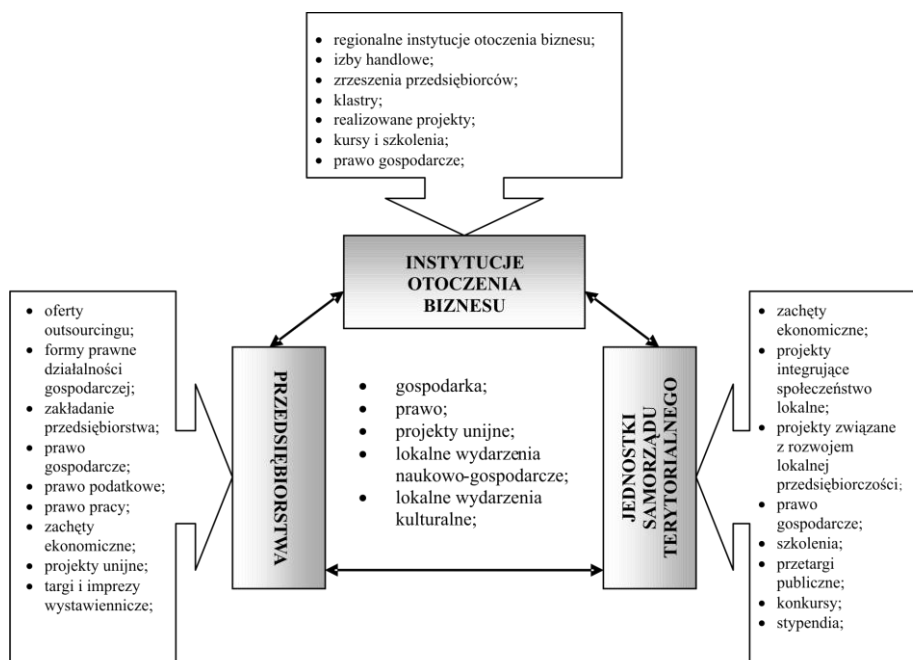
Lokalna przedsiębiorczość funkcjonuje w systemie otwartym, który posiada potrzebę stałych kontaktów gospodarczych ze światem zewnętrznym. Gospodarka poddana zostaje wpływowi zmian zachodzących w gospodarce świa-

towej, co powoduje m.in. wzrost konkurencyjności z wymiaru wewnętrznego do wymiaru ogólnokrajowego, a nawet globalnego. Skutkiem prowadzenia otwartej gospodarki jest poszerzenie wolności podmiotów gospodarczych oraz gospodarstw domowych⁴. Aby taka otwarta gospodarka była efektywna, konieczne należy wprowadzić zmiany w procesie przekazywania komunikatów, by przepływ informacji pomiędzy podmiotami odpowiedzialnymi za zrównoważony rozwój gospodarczy był szybki, pełny, wiarygodny i na bieżąco uaktualniany. Warunki prowadzenia działalności gospodarczej, mimo że nie tak bardzo dynamiczne pod kątem wprowadzanych zmian, wymagają znajomości szeregu procedur prawnych i organizacyjnych. Przedsiębiorca zakładający bądź prowadzący już działalność gospodarczą powinien mieć stałą możliwość kontrolowania tych procedur. Szybki dostęp do ofert usług komercyjnych prowadzonych przez stowarzyszenia i izby gospodarcze, a także innych przedsiębiorców zaoszczędzi czas na poszukiwania indywidualne i pozwoli poświęcić więcej energii na planowanie działań strategicznych funkcjonowania przedsiębiorstwa. Instytucje wspierające biznes powinny udostępniać na bieżąco informacje o istniejących regionalnych izbach handlowych, stowarzyszeniach, zrzeszeniach przedsiębiorców, klastrach, fundacjach i centrach transferu technologii, a także realizowanych przez nie projektach, kursach i szkoleniach. Przedsiębiorcy mają prawo dostępu do pełnej informacji o ofertach *outsourcingu*, formach prawnych prowadzenia działalności gospodarczej, warunkach i możliwościach zakładania przedsiębiorstwa, a także do szybkiego i bezpłatnego dostępu do prawa gospodarczego, podatkowego oraz prawa pracy. Ponadto powinni znać zachęty ekonomiczne stosowane przez gminy oraz posiadać bieżącą informację na temat realizowanych projektów unijnych, a także odbywających się targach i imprezach branżowych. Samorządy terytorialne powinny dostarczać czytelną informację na temat ulg i zachęt dla potencjalnych inwestorów, przetargów publicznych, procedur prawnych, a także projektów integrujących społeczeństwo lokalne, projektów związanych z rozwojem lokalnej przedsiębiorczości oraz szkoleń, konkursów i stypendiów organizowanych przez samorząd gminny.

Modelem usprawniającym więzi komunikacyjne pomiędzy podmiotami odpowiedzialnymi za rozwój lokalnej przedsiębiorczości jest stworzenie możliwości swobodnego przepływu informacji pomiędzy przedsiębiorcami, instytucjami otoczenia biznesu oraz jednostkami samorządu terytorialnego. Przykła-

⁴ Por. J. Kleer, *Samorząd lokalny: trójkąt współdziałania czy konfrontacji*, w: *Samorząd lokalny – dobro publiczne*, red. J. Kleer, Warszawa 2008, s. 11.

dem zorganizowania przepływu informacji pomiędzy podmiotami zaangażowanymi w rozwój lokalnej przedsiębiorczości jest stworzenie gospodarki sieciowej. We współczesnym świecie zaawansowanych technologii internetowa sieć powiązań grup odpowiadających za rozwój lokalnej przedsiębiorczości będzie najlepszym modelem platformy wzajemnej współpracy. Dzięki sieciowemu przepływowi informacji ma ona szansę dotrzeć do wszystkich zainteresowanych odbiorców, pod warunkiem zastosowania odpowiednich narzędzi marketingowych.



Rys. 1. Model usprawniający więzi komunikacyjne pomiędzy podmiotami odpowiedzialnymi za rozwój lokalnej przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie własne.

Organizacja grup podmiotów tworzących sieć przepływu informacji powinna składać się z przedstawicieli podmiotów i instytucji odpowiedzialnych za lokalny rozwój gospodarczy. Aby system sprawnie funkcjonował, musi zostać zaangażowanych wiele podmiotów z sekcji instytucji otoczenia biznesu, przed-

siębiorców oraz przede wszystkim samorządów gminnych. Oddelegowani reprezentanci poszczególnych grup podmiotów powinni posiadać taką legitymację od przełożonych, aby podejmowane przez nich decyzje były wiążące dla projektu, a jednocześnie poparte zaangażowaniem i wiedzą merytoryczną. Powstała w ten sposób sieć centrów kompetencji powinna być w odpowiedni sposób zarządzana, by każdy z podmiotów, posiadając świadomość równouprawnienia w podejmowaniu decyzji, liczył się z koniecznością podporządkowania organizacyjnego liderowi organizacji. Aby system był efektywny, wszystkie samorządy gminne powinny uczestniczyć w projekcie. Doświadczenia i uwagi przedstawicieli instytucji wspierających przedsiębiorczość, a także przedsiębiorców, którzy mają większą świadomość braków w przepływie informacji niż przedstawiciele instytucji samorządowych, będą niezbędne do prawidłowego zorganizowania projektu. To przecież przedsiębiorcy kreują przedsiębiorczość, a pozostałe podmioty, poprzez regulacje prawne i inne narzędzia oddziaływania, pomagają bądź przeszkadzają przedsiębiorcom w działaniach biznesowych. Każdy z tych podmiotów powinien mieć pełen dostęp do informacji o narzędziach kształtujących i wspomagających prowadzenie działalności gospodarczej. Każda z powyższych grup powinna otrzymać pełen pakiet informacji na temat bieżących działań i kondycji pozostałych. Taki model zaprezentowany jest na rysunku 1.

Nie należy pomijać faktu, że sprawne i efektywne funkcjonowanie sektora publicznego w bezpośredni sposób wpływa na budowanie dobrobytu społecznego. Rola, jaką odgrywa on w gospodarce, w sposób istotny determinuje konieczność utrzymywania wysokiej efektywności i racjonalności działania. Właściwy stan sektora publicznego zależy zarówno od „jakości” czynnika ludzkiego tam zaangażowanego, jak i poprawnego zarządzania nim⁵. Dlatego też opracowując założenia szczegółowe do zaprojektowania modelowego rozwiązania formy przepływu informacji pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego, instytucjami otoczenia biznesu oraz przedsiębiorstwami w zakresie podnoszenia skuteczności rozwoju lokalnego, należy mieć na względzie jakość kadry zaangażowanej w projekt oraz odpowiednie jej zarządzanie.

⁵ Por. A. Szewczuk, *Zarządzanie kadrami w sektorze publicznym oparte na „pojęciu kompetencji”*, w: *Harmonia finansów publicznych w skali narodowej i europejskiej*, red. K. Piotrowska-Marczak, K. Kietlińska, Warszawa 2007, s. 129.

3. Model nowej organizacji komunikacji pomiędzy podmiotami odpowiedzialnymi za rozwój lokalnej przedsiębiorczości

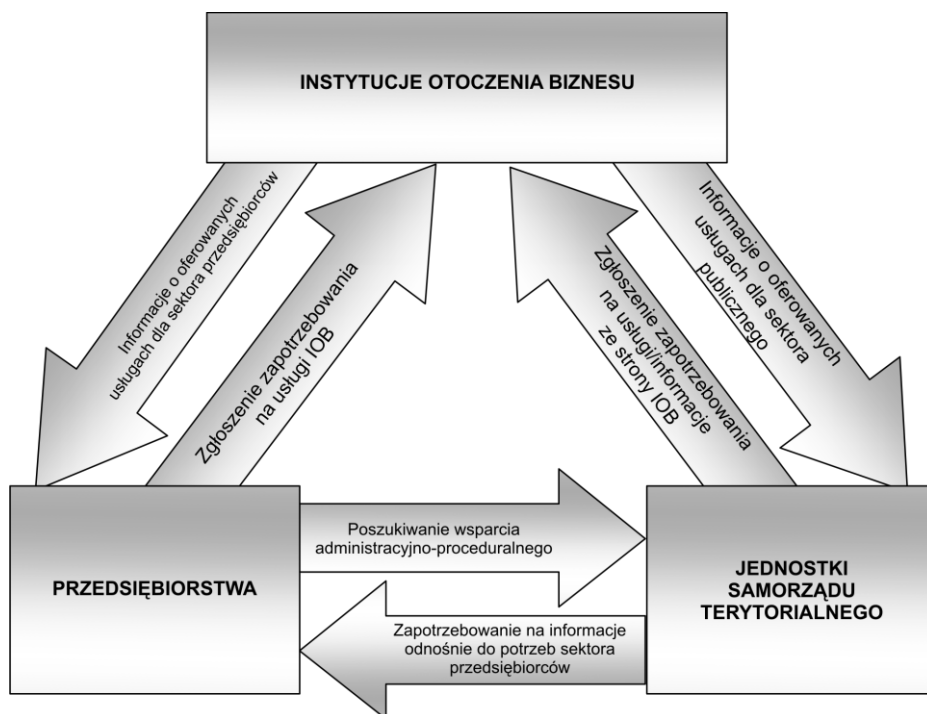
Sektor publiczny wpływa na funkcjonowanie społeczeństwa oraz wszystkich dziedzin życia ekonomicznego. Jego zadaniem jest interweniowanie wówczas, gdy zawodzi mechanizm rynkowy. Zarówno działania administracji publicznej, jak i sektora rynkowego mają swoje słabe strony i nie są w pełni zdolne zapewnić właściwego funkcjonowania rynku, jednocześnie eliminując negatywne zjawiska dotyczące społeczeństwa i gospodarkę. Państwo posiada ograniczony zasób wiedzy, co rodzi problemy z rozpoznawaniem potrzeb obywateli i ewentualnych reakcji na nie, posiada też ograniczone możliwości kontroli działania prywatnych rynków, dlatego istotne jest, aby sektor publiczny ściśle współpracował z sektorem prywatnym⁶.

Dobra komunikacja jest podstawą prawidłowego funkcjonowania nie tylko organizacji, niezależnie czy jest to duża korporacja, prywatne przedsiębiorstwo, czy administracja publiczna, ale także wszelkich relacji międzyludzkich. Nieodpowiednia komunikacja powoduje niezrozumienie i chaos, prowadzi do rozkładu organizacji. Wyniki badań przeprowadzone wśród jednostek samorządu terytorialnego, organizacji wspierających działalność biznesową oraz przedsiębiorców⁷ wykazały, że komunikacja pomiędzy tymi trzema grupami, odpowiedzialnymi za rozwój lokalnej przedsiębiorczości, jest niewystarczająca. Praca nad lepszą komunikacją w dotychczasowej formie może jednak wydać się niewystarczająca, a niektóre kanały przepływu informacji wciąż pozostaną niewykorzystane. Wynikiem takiego stanu rzeczy jest fakt, że nie każdy z wymienionych podmiotów poszukuje dostępu do wiedzy, korzystając z tych samych przekazników informacji. Kanały informacyjne sprawdzone i wygodne dla niektórych, innym mogą wydać się przestarzałe i niefunkcjonalne. Należy wybrać taką formę komunikacji z otoczeniem zewnętrznym, która będzie najefektywniejsza w kontekście docelowej grupy odbiorców tej informacji. Każdy z opisywanych podmiotów komunikuje się między sobą. Zwykle taka komunikacja odbywa się poprzez zamieszczanie informacji na stronie internetowej każdego z podmiotów, ogłoszenia prasowe oraz wykorzystanie innych form dotarcia do klienta poprzez formy marketingowe. Komunikacja przez sieć interne-

⁶ B. Filipiak, *Strategie finansowe jednostek samorządu terytorialnego*, Warszawa 2008.

⁷ M. Saar, *Narzędzia oddziaływania samorządu terytorialnego na rozwój lokalnej przedsiębiorczości*, praca doktorska, Szczecin 2010.

ową, jeśli będzie odpowiednio rozpropagowana, będzie skondensowaną formą wszystkich poszukiwanych produktów i usług, docierając jednocześnie do największej liczby odbiorców. Komunikacja odbywa się na poziomie wszystkich trzech grup podmiotów, a każdy z nich wysyła informacje do pozostałych partnerów, jak też ich poszukuje. Zależności te zostały przedstawione na rysunku 2.



Rys. 2. Poziomy komunikacji pomiędzy podmiotami zaangażowanymi w rozwój lokalnej przedsiębiorczości

Źródło: opracowanie własne.

Przedsiębiorcy zgłaszają zapotrzebowanie na usługi świadczone przez instytucje otoczenia biznesu, takie jak szkolenia, doradztwo, potrzebę działania w grupie, potrzebę wsparcia przed ciałami decyzyjnymi, w tym przed sektorem publicznym. Od jednostek samorządu terytorialnego oczekują wsparcia i uła-

twień proceduralnych oraz rozwoju infrastruktury technicznej i społecznej niezbędnej do prowadzenia działalności gospodarczej. Instytucje otoczenia biznesu oferują przedsiębiorcom swoje usługi, ale jednocześnie oczekują dialogu na temat ich zapotrzebowania, by móc jak najoptymalniej dopasować swoją ofertę. Potrzebują one przedsiębiorców, ponieważ dzięki ich aktywności, płaconym składkom i opłatom funkcjonują. Instytucje te współdziałają również z samorządami terytorialnymi i wzajemnie komunikują swoje oczekiwania. Przygotowują też raporty i opracowania dla jednostek administracji, prowadzą w zależności od zapotrzebowania kursy i szkolenia dla urzędników rządowych i samorządowych, a także pobierają za swoje usługi odpowiednią zapłatę. Korzyścią dla jednostek administracyjnych jest aktualna informacja na temat sytuacji rynkowej w obszarze ich funkcjonowania oraz dobrze wyszkolona kadra. Jednostki administracji publicznej oczekują informacji na temat gospodarki lokalnej nie tylko od instytucji otoczenia biznesu, ale również bezpośrednio od przedsiębiorców. Tylko rzetelna i szybka informacja pozwoli samorządom stworzyć odpowiednią ofertę dla sektora przedsiębiorstw w zakresie rozbudowy infrastruktury oraz zmian w wysokości podatków i opłat lokalnych.

Aby osiągnąć założony cel, jakim jest polepszenie komunikacji pomiędzy powyższymi podmiotami, niezbędna jest poprawa wewnętrznych procesów, które tę komunikację kształtują. Poprawa ta uwzględnia kluczowe działania wewnętrzne skoncentrowane na procesach, które pozwalają osiągnąć założone cele rynkowe. Działania te powinny przebiegać według wewnętrznego łańcucha wartości, począwszy od procesów innowacyjnych, polegających na zidentyfikowaniu obecnych i przyszłych potrzeb poszczególnych grup zaangażowanych w proces oraz nowych sposobów zaspokajania tych potrzeb, a skończywszy na procesach operacyjnych w postaci wytwarzania określonych usług i dostarczania ich zainteresowanym podmiotom. W stosunku do wszystkich procesów niezbędne jest określenie celów i dokonywanie periodycznie pomiarów ich efektywności, obejmujących zaangażowane w nie komórki organizacyjne.

Właściwa komunikacja w gospodarce ma służyć takiemu przepływowi informacji, aby przedsiębiorcy mieli pełną wiedzę na temat usług i możliwości wsparcia przez instytucje otoczenia biznesu i samorządy lokalne. Informacja przekazywana łąkami sieciowymi, przy odpowiedniej formie marketingu, jest najskuteczniejsza i najefektywniejsza. Wybór odpowiednich instrumentów promocji jest zależny od założonego budżetu, a wewnętrzne działania powinny być odpowiednio skoordynowane i zarządzane. Należy pamiętać, że każde dzia-

łanie powinno być kontrolowane i cyklicznie badane w celu określenia, czy dobrane techniki przekazu informacji są wystarczające oraz czy spełniają wymagane założenia.

Sukces organizacji w coraz większym stopniu zależy od zdolności twórczych i innowacyjnych. Kreatywność i innowacje umożliwiają wprowadzanie nowych technologii, nowych produktów, odkrywanie nowych rynków, a także pozwalają rozwiązywać problemy organizacyjne oraz efektywniej wykorzystywać istniejące w organizacjach zasoby. Twórcze myślenie i innowacje stanowią wielką wartość, a organizacje powinny tworzyć odpowiednie warunki do ich zaistnienia i rozwoju. Szczególną rolę do odegrania ma kultura organizacyjna, która może wpływać na stopień, w jakim kreatywność i innowacje są stymulowane w organizacji. Kultura organizacyjna może stymulować lub utrudniać kreatywność i innowację. Działania takie odbywają się poprzez: rekrutację i selekcję ludzi z cechami kreatywności, wymóg uczestnictwa personelu w podejmowaniu decyzji, wprowadzanie standardów efektywnej pracy oraz otwartą komunikację polegającą na dawaniu informacji zwrotnych⁸.

Dzięki zachodzącym zmianom w systemach pracy tworzone są warunki do inspirowania twórczych, przedsiębiorczych postaw, między innymi dzięki spłaszczaniu struktur, gdyż one najbardziej sprzyjają przedsiębiorczemu myśleniu i działaniu oraz innowacjom. Innowacje nie rozwijają się w organizacjach zarządzanych autorytarnie. Nieelastyczne organizacje o tradycyjnej, hierarchicznej strukturze nie mogą dostatecznie szybko dostosowywać się do zachodzących zmian i przeszkadzają w budowaniu bliższych relacji z odbiorcami.

Rozwijanie innowacji w organizacji wymaga takiego stylu zarządzania, który optymalizuje odpowiednią aktywność i dba o ukierunkowanie jej na właściwe cele, ale równocześnie przekazuje odpowiedzialność za konkretne rezultaty osobom bezpośrednio uczestniczącym w poszczególnych pracach⁹.

W każdej organizacji obsługiwani klienci są elementem kluczowym dla pozycji rynkowej przedsiębiorstwa. W przypadku stworzenia formy komunikacji pomiędzy podmiotami zaangażowanymi w proces komunikacji służący rozwojowi lokalnej przedsiębiorczości klientem tym są głównie przedsiębiorstwa. Klient jest ostatecznym weryfikatorem skuteczności i efektywności funkcyjono-

⁸ Por. S. Waszczak, *Kultura organizacyjna a innowacyjność i kreatywność pracowników*, w: *Innowacje zarządcze w biznesie i sektorze publicznym*, red. H. Bieniok, T. Kraśnicka, Katowice 2008, s. 405.

⁹ A. Kreuter, M. Waner, *Czynniki sprzyjające innowacyjności*, „Zarządzanie na Świecie”, 1998, nr 12, s. 28.

wania organizacji. Na proces decyzyjny klienta wpływa całkowita wartość funkcjonowania firmy w zakresie oferty produktowej lub usługowej, sprawność obsługi i efektywność systemu komunikacji. Dla kształtowania pożądanego pozycji organizacji na rynku kluczowe jest poznanie determinant decyzji nabywczych klientów. Dlatego organizacje podejmują starania w celu zgromadzenia jak największej ilości informacji o klientach. Tylko odpowiednio wysoki poziom satysfakcji ze współpracy prowadzi do podtrzymania kontaktów, ponawiania zakupów, a w rezultacie lojalności odbiorcy wobec dostawcy. Stąd budowanie długookresowych i trwałych relacji pomiędzy poszczególnymi podmiotami uczestniczącymi w procesie rozwoju gospodarczego powinno być szczególnym przedmiotem ich zainteresowania.

W ramach budowania społeczeństwa informacyjnego Unia Europejska realizuje wiele programów rozpowszechniających rozwój gospodarki elektronicznej. Internet zapewnia sprawną komunikację pomiędzy przedsiębiorstwem a klientem. Dzięki nowoczesnym technologiom więcej informacji dostarczanych jest do większej liczby klientów. Daje to również możliwość oszczędności czasu w pozyskiwaniu informacji.

Za pomocą internetowych rozwiązań sieciowych rozwój lokalnej przedsiębiorczości może być efektywnie monitorowany przez każdą zainteresowaną stronę biorącą udział w tym procesie. Wysoki poziom intensywności komunikowania, jaki można osiągnąć za pomocą Internetu, jest niemożliwy na innej płaszczyźnie komunikowania się, a jednocześnie wpływa na jakość i trwałość istniejących więzi pomiędzy podmiotami gospodarczymi.

Literatura

- Filipiak B., *Strategie finansowe jednostek samorządu terytorialnego*, Warszawa 2008.
- Kleer J., *Samorząd lokalny: trójkąt współdziałania czy konfrontacji*, w: *Samorząd lokalny – dobro publiczne*, red. J. Kleer, Warszawa 2008.
- Kreuter A., Waner M., *Czynniki sprzyjające innowacyjności*, „Zarządzanie na Świecie”, 1998, nr 12.
- Niedzielski P., Narętkiewicz P., Pluciński M., Skweres-Kuchta M., *Innowacyjność i struktury klastrów w województwie zachodniopomorskim*, *Transport – Spedycja – Logistyka*, Szczecin 2008.
- Saar M., *Narzędzia oddziaływania samorządu terytorialnego na rozwój lokalnej przedsiębiorczości*, praca doktorska, Szczecin 2010.

Szewczuk A., *Zarządzanie kadrami w sektorze publicznym oparte na „pojęciu kompetencji”*, w: *Harmonia finansów publicznych w skali narodowej i europejskiej*, red. K. Piotrowska-Marczak, K. Kietlińska, Warszawa 2007.

Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej, Dz.U. 2005, nr 179, poz. 144.

Waszczak S., *Kultura organizacyjna a innowacyjność i kreatywność pracowników*, w: *Innowacje zarządcze w biznesie i sektorze publicznym*, red. H. Bieniok, T. Kraśnicka, Katowice 2008.

PROPER COMMUNICATION – AS A CHANCE FOR THE REGION ALL DEVELOPMENT

Summary

The article is an attempt of a synthesis and specifying model solutions regarding the innovative actions how to improve effectiveness of influence of local government into local entrepreneurship. The presented solutions involve different groups responsible for economical development of regions. The solutions concern technological processes, matching products to market needs, and also systems of management and organizations among companies, administrative units and business associations institutes. The human factor is also very important to create a positive relation between local administration and entrepreneurs.

It is necessary to create a model that upgrades the communication ties between subjects responsible for development of local entrepreneurship. There should be a possibility of free movement of information between local administration, entrepreneurs and business support associations. One of the solutions is to create an IT tool – as a common platform of cooperation between the subjects involved into development of local entrepreneurship. Thanks to the well organized network the information can reach all the interested recipients, if only the appropriate marketing instruments are adopted.

Translated by Małgorzata Anna Saar