



Mirella Barańska-Fischer

Politechnika Łódzka
Wydział Organizacji i Zarządzania
Katedra Systemów Zarządzania i Innowacji
email: m.baranska-fischer@p.lodz.pl

INNOWACYJNE PRODUKTY SYSTEMOWE JAKO EFEKT IMPLEMENTACJI INTELIGENTNYCH SPECJALIZACJI REGIONU

Streszczenie: W artykule poruszono problematykę związaną z kreowaniem innowacyjnych produktów systemowych w oparciu o realizację koncepcji inteligentnych specjalizacji (w ujęciu regionalnym). Klucz do sukcesu regionu tkwi m.in. w jego potencjale innowacyjnym, który jest istotnym czynnikiem budowania architektury marki każdego obszaru rynkowego. W tym ujęciu zasadniczą rolę odgrywają działania organów administracji publicznej – jednostki wspomagające m.in. biznes w regionie – przedsiębiorców i reprezentowane przez nich przedsiębiorstwa, instytucje sfery badawczo-rozwojowej oraz współpraca powyższych podmiotów z beneficjentami produktów systemowych – końcowych ich użytkowników. Relacje i powiązania występujące pomiędzy interesariuszami danego środowiska przestrzennego pozwalają im wyznaczać i realizować optymalne, z punktu widzenia potrzeb regionu, kierunki jego aktualnych i potencjalnych zmian, wykorzystując system reprezentowanych wartości i posiadanych zdolności twórczych – inteligentnych specjalizacji.

Słowa kluczowe: inteligentne specjalizacje, produkty systemowe, administracja publiczna.

Wprowadzenie

Turbulentny charakter współczesnego rynku powoduje, że każdy ambitny region, niezależnie od swojej wielkości, reprezentowanych systemów wartości, poszukuje i nadal w XXI w. poszukiwać będzie źródeł i sposobów tworzenia przewagi konkurencyjnej w otoczeniu tak bliższym, jak i dalszym. Charakter i tempo zmian rynkowych w czasie sprzyja obecnie coraz szybszemu przeobrażaniu się struktur rynku, od lokalnego począwszy, nieustannemu poszukiwaniu

i implementacji przez podmioty biznesowe jak najlepszych praktyk, wraz z całym bagażem doświadczeń oraz angażowaniu się w coraz to trudniejsze przedsięwzięcia. Dążenie jednostek terytorialnych do podkreślania w otoczeniu swojej tożsamości, eksponowania posiadanych atutów oraz odrębności specjalizacyjnej znajduje zwykle odzwierciedlenie w tym wszystkim, co one robią i/lub zamierzają czynić w najbliższej perspektywie czasu (gdzie są, w jaki sposób realizują swe misje i cele, dokąd zmierzają i jak planują je osiągnąć), aż wreszcie: jak szybko/kiedy znajdują się w nowej rzeczywistości społeczno-gospodarczej i w nowej architekturze środowiska biznesowego.

Nie sposób przewidzieć, w jaką stronę podaży kiedyś dany rynek (np. w XXII w. i kolejnych stuleciach) i zlokalizowane w nim podmioty; dynamika zmian i przeobrażeń zachodzących w otoczeniu każdego podmiotu rynkowego sprzyja i sprzyjać będzie poszukiwaniu **inteligentnych specjalizacji regionów**, dających im możliwość koncentracji posiadanych środków (finansowych, rzeczowych, organizacyjnych, marketingowych i in.) na realizacji ograniczonej liczby ściśle zdefiniowanych priorytetów – takich, które są racjonalne z ekonomicznego punktu widzenia dla danej jednostki terytorialnej i pożądane przez jej interesariuszy (przykładowo: przez jej władze administracyjne, przedsiębiorców, mieszkańców, turystów).

Ponadto w celu wykreowania i/lub wzmocnienia przewagi konkurencyjnej danego obszaru przestrzennego istotne jest, aby jego interesariusze zdawali sobie sprawę, że od sposobu i charakteru ich współpracy zależy tak naprawdę los zarówno istniejących, jak i nowych obszarów (mogących się wyodrębnić w przyszłości dzięki kooperacji stron, zainteresowanych wspólnym działaniem na rzecz reprezentowanych środowisk terytorialnych). Na tym polega rozwój – rozwój ukierunkowany na wzmocnienie roli rynku i pozycji jego interesariuszy; implementacja siły/zakresów wzajemnego ich angażowania się w tworzenie „atmosfery” empatycznego środowiska regionalnego, z wykorzystaniem dostępnych narzędzi i instrumentów, wiąże się, rzecz jasna, z planowaniem i wdrażaniem określonych polityk terytorialnych (lokalnych, regionalnych), jak również z oddolnym procesem identyfikacji szans w obszarze poszukiwania możliwości synergicznego łączenia wpływów: **administracji publicznej, nauki i gospodarki** (przedsiębiorców, głównie reprezentujących sektor MSP), przy aktywnym wsparciu pozostałych interesariuszy – przede wszystkim prosumentów. Współpraca tych wszystkich podmiotów rynkowych, dzięki którym powstać mogą nowe dla niego (regionu i jego mieszkańców) wartości (dobra i usługi, idee, pomysły, czy koncepcje), przyczynić się może do wykreowania wyróżniających go zdolności.

Efektom implementacji nowoczesnego, inteligentnego sposobu myślenia i działania w/w podmiotów mogą być **inteligentne produkty systemowe**, tzw. multiprodukty, pozwalające zaspokajać w danym czasie potrzeby adresatów z różnych poziomów piramidy potrzeb, wynikające z rynkowego trendu – **prosumpcji** – praktyki kształtowania proinnowacyjnych i aktywnych postaw oraz zachowań współczesnych konsumentów.

Chcąc umieć, z punktu widzenia realizacji interesów przedsiębiorców reprezentujących region, identyfikować się i działać na rzecz danej jednostki przestrzennej, konieczne jest wsparcie ze strony **organów administracji publicznej**, zarówno rządowej, jak i samorządowej – bez tego ani nie zrodzą się inteligentne specjalizacje, ani nie powstaną żadne przełomowe, systemowe produkty na miarę potrzeb i oczekiwań konsumentów bieżącego stulecia.

Celem artykułu jest charakterystyka wybranych problemów istniejących w obszarze kreowania przez organy administracji publicznej środowiska sprzyjającego innowacyjności MSP – w kierunku ich aktywizowania do realizacji koncepcji inteligentnych specjalizacji, urzeczywistniającej się m.in. projektowaniem i komercjalizacją rynkową produktów systemowych.

1. Administracja publiczna katalizatorem zmian i przeobrażeń gospodarki w regionie – w kierunku poszukiwania wyróżniających zdolności regionu

Rola i sposoby oddziaływania na środowisko zewnętrzne organów administracji publicznej w reprezentowanej jednostce terytorialnej mają wpływ na charakter podejmowania decyzji środowiskowych przez interesariuszy danego regionu – jego „reagentów”, biorących udział w procesie kształtowania wizerunku i tożsamości danego obszaru przestrzennego. Wobec coraz szybszego tempa zmian i przeobrażeń rynkowych istotne jest, aby władze administracyjne każdej części kraju budowały fundamentalne podstawy do efektywnej i skutecznej realizacji polityk terytorialnych z jednej strony, a z drugiej były jego zasadniczym trzonem, wokół którego i przy jego współudziale dochodzi do implementacji nowoczesnych rozwiązań systemowych. Przez pryzmat percepcji obrazu środowiska przestrzennego dochodzi zazwyczaj do gromadzenia o nim wrażeń, a te ułatwiają lub utrudniają podejmowanie decyzji przez podmioty zainteresowane uczestnictwem w jego „życiu”. Stąd też, z punktu widzenia oceny całokształtu działań różnych organów i instytucji terytorialnych na rzecz realizacji interesów publicznych (aspekt społeczny), zauważa się w literaturze przedmiotu, iż podstawowe znaczenie odgrywają trzy zasadnicze cele [Właźlak, 2010, s. 51]:

1. poprawa codziennych warunków życia mieszkańców całego regionu, a zwłaszcza likwidacja stref ubóstwa, poprawa stanu zdrowotnego ludności i warunków zamieszkania,
2. przeciwdziałanie skutkom transformacji systemowej przez tworzenie form pomocy społecznej i opanowanie zjawisk patologii społecznej,
3. zachowanie tradycji i dziedzictwa kulturowego regionu, a więc stwarzanie warunków do zaistnienia regionalizmu (...), rozumianego jako podejmowanie różnorodnych działań przez mieszkańców na rzecz ich identyfikacji z regionem.

Podkreślić jednak należy, że autorka powyższego trzypunktowego ujęcia skupiła uwagę wyłącznie na potrzebach mieszkańców danego terytorium, pomijając interesy społeczne pozostałych interesariuszy – „reagentów”, od działania których zależy tak naprawdę rozwój reprezentowanego obszaru przestrzennego, chodzi tu głównie o małych i średnich przedsiębiorców. Owszem, należy się zgodzić z tezą, że mieszkańcy stanowią zasadniczą siłę sprawczą zapewniającą rozwój swojego środowiska. Niemniej jednak, zanim większość z nich podjęła zapewne decyzję o identyfikacji się z daną jednostką przestrzenną (np. pozostania w niej przez całe swe życie lub przynajmniej jego część), to uwzględniała w swych rozważaniach splot różnorodnych uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych, np. związanych z oddziaływaniem organów administracji publicznej terytorialnej (głównie samorządowej) na kształtowanie charakteru reprezentowanego obszaru – jego rynkowego image, pielęgnowania tradycji i wzorców kulturowych, wewnętrznej tożsamości czy angażowania się władz terytorialnych w sprawy wszystkich grup odniesienia (nie tylko mieszkańców, ale również przedsiębiorców, inwestorów, turystów i innych podmiotów). Od przedstawicieli organów administracji publicznej oczekuje się zatem posiadania umiejętności w zakresie katalizowania działań na rzecz swoich „środowiskowych reagentów” – interesariuszy, współtworzących klimat i image reprezentowanego środowiska.

Wobec powyższego, do listy wymienionych przez K. Wlaźlak czynników należałoby również dodać [opracowanie własne na podstawie badania marketingowego¹]:

¹ Badanie marketingowe stanowiło 2. część zrealizowanego projektu badawczego habilitacyjnego pt. *Efektywność działań administracji publicznej w zakresie wspierania aktywności innowacyjnej małych i średnich przedsiębiorstw w regionie łódzkim*, finansowanego ze środków na naukę Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (projekt nr 4068/B/H03/2011/40). Badania ankietowe (część 1 – przeznaczona dla MSP, część 2 – dla jednostek administracji publicznej) zostały zaprojektowane przez autorkę artykułu, a przeprowadzone w regionie łódzkim (w 2013 r.) na podstawie umowy stron: Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Łódzkiej oraz Centrum Badań i Innowacji Pro-Akademia w Łodzi.

4. poszukiwanie nowych koncepcji i rozwiązań systemowych w zakresie generowania odpowiednich (do wymogów reprezentowanego środowiska) warunków do samorealizacji i samourzeczywistniania dla jego pozostałych interesariuszy, w zgodzie z ogólnopojętym interesem (m.in. społecznym, gospodarczym, politycznym, ekologicznym) – ładem przestrzennym, w kontekście jego wpływu na rozwój regionu,
5. integrowanie przedstawicieli środowisk twórczych regionu w celu zapewnienia komplementarnego wpływu ich oddziaływania na rzecz realizacji zadań istotnych dla zapewnienia rozwoju swojego środowiska,
6. pełnienie roli interdyscyplinarnego mentora środowisk twórczych regionu w celu zapewnienia kompleksowego i horyzontalnego rozwoju i ekspansji terytorialnej (np. zwiększenie obszaru oddziaływania),
7. dążenie do optymalnego podziału zadań i obowiązków między wszystkich interesariuszy jednostki terytorialnej, związanych z poszukiwaniem i implementacją dobrych praktyk w zakresie inicjowania przedsięwzięć o pro-rozwojowym charakterze,
8. empatia w stosunku do swoich „reagentów”, z uwzględnieniem aktualnie istniejących wymogów nadrzędnych (np. przepisów prawa, ograniczeń budżetowych, instytucjonalnych restrykcji i zobowiązań wobec UE),
9. rozwiązywanie kwestii spornych między interesariuszami reprezentowanej jednostki, jak również zapewnienie partnerskiej współpracy zaangażowanych w rozwój regionu stron,
10. poszukiwanie zdolności konkurencyjnych oraz udzielanie wsparcia interesariuszom w zakresie implikowania nowoczesnych rozwiązań biznesowych.

Reasumując powyższe treści, trudno opierać się tezie, że **pluralizm relacji i powiązań występujących pomiędzy przedstawicielami danego środowiska wyznacza kierunki jego aktualnych i potencjalnych zmian** – pod różnymi, wzajemnie przenikającymi się względami: społeczno-gospodarczo-kulturowym, politycznym czy wreszcie cywilizacyjnym, ze wszystkimi ich konsekwencjami. Ich monitoring w czasie może sprawić, że działania administracji publicznej staną się w przyszłości, nie tylko dla reprezentowanego środowiska terytorialnego, jeszcze bardziej skuteczne i efektywne.

W tabeli 1 przedstawiono zbiór najbardziej istotnych cech związanych z realizacją w praktyce paradygmatu współzarządzania rozwojem jednostki terytorialnej (*biorąc pod uwagę spojrzenie od strony zadań formułowanych w naszym kraju dla administracji publicznej*).

Tabela 1. Charakterystyczne cechy realizacji paradygmatu współzarządzania na rzecz rozwoju gospodarki regionu

Paradygmat	Charakterystyczne cechy
odpowiedzialność urzędnicza	kompleksowa (całościowa)
schemat zarządzania organizacją	partnerstwo, dialog i konsultacje, kompromis, sieć
rola organów administracji publicznej w zakresie zarządzania i sterowania polityką regionalną	pomoc, wsparcie, koordynacja
kryteria oceny sukcesu urzędnika i organu administracji publicznej	skuteczna i efektywna realizacja konsensualnie poczynionych z interesariuszami uzgodnień
struktura organizacyjna urzędu administracji publicznej	płynna, zadaniowa, procesowa
dominujące w organizacji publicznej motywatory	dobro publiczne, świadomość pracowników współzarządzania
relacje urzędu z otoczeniem zewnętrznym	pełna inkluzywność (dostępność dla każdego)
logika działania urzędu	organizacja organiczna i otwarta
praktyki organizacyjnego uczenia się	zorientowane na innowacyjne rozwiązywanie problemów, w oparciu o kryteria ekonomiczne i społeczne
charakter wzajemnych relacji między interesariuszami	równość, współlistnienie i współzależność, współodpowiedzialność

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Mazur, Olejniczak [2012, s. 40]; Czaputowicz [2008, s. 151].

Poszukując wyróżniających zdolności dla swojego obszaru terytorialnego należałoby (z punktu widzenia wszystkich interesariuszy) mieć na względzie przede wszystkim **możliwość zastosowania w praktyce nowoczesnych i inteligentnych rozwiązań systemowych**. Specjalizacje, oparte na świadomym i konsekwentnym w czasie kreowaniu obrazu rzeczywistości rynkowej, pozwolą decydom terytorialnym znajdować pożądane dla otoczenia kierunki i sposoby ich aplikacji.

2. Inteligentne specjalizacje regionów i prosumpcja na rzecz kreowania regionalnych produktów systemowych

W planowaniu i implementacji każdego rodzaju działań o charakterze publicznym należy wykorzystywać posiadane zasoby wiedzy i umiejętności, w połączeniu, rzecz jasna, z monitoringiem zachodzących w otoczeniu zmian i przeobrażeń. Umiejętność aproksymacji zdarzeń i trendów *ex ante* oraz prowadzenia wnioskowania statystycznego, opartych na krytycznej i bezwarunkowej refleksji istniejących zjawisk i problemów, prowadzi większość decydentów każdej organizacji do generowania nowych idei, weryfikacji, zazwyczaj określonych pierwotnie założeń, w celu ich twórczej adaptacji i urzeczywistnienia. W naukach społecznych trudno jest w ogóle mówić o wyczerpujących i kompleksowych analizach w dłuższym horyzoncie czasu; stąd też racjonalne i systematyczne uczenie się to zasadnicze wyzwanie, przed jakim stoją dziś wszystkie organizacje.

Jednym ze sposobów dochodzenia przez interesariuszy jednostek terytorialnych do rozwiązań zgodnych z duchem czasu są **inteligentne specjalizacje regionów** – koncepcja/strategia oparta na realizacji polityk publicznych w ramach kształtowanej polityki innowacyjnej UE; ukierunkowanie się „reagentów” na obecne i przyszłe rynki zbytu winno uwzględniać, choć zawsze z ograniczoną przewidywalnością, kompleksowość zjawisk współczesnego świata czy przynajmniej reprezentowanej jego części, np. jednoczącej się nadal Europy.

Opracowaniem założeń koncepcji *smart specialisation*, w jej wymiarze wspólnotowym, zajmowała się od 2005 r. Grupa Ekspercka „Wiedza dla Wzrostu”, powołana jako forum konsultacyjne przez ówczesnego Komisarza ds. Badań – J. Potočnika. Wypracowanie idei regionalnej specjalizacji zawdzięcza się w dużym stopniu wiceprzewodniczącemu grupy doradczej, prof. D. Forayowi, ekspertowi omawianej problematyki [www 1].

Przenikanie się obszarów: gospodarki (biznesu), nauki (wiedzy), technologii oraz organów administracji terytorialnej im właściwych, znajdując odzwierciedlenie w istocie i charakterze kształtowania **koncepcji inteligentnej specjalizacji regionów**.

W obliczu występujących uwarunkowań (m.in. społeczno-gospodarczych, finansowych i politycznych, organizacyjnych czy kadrowych) oraz nasilającej się konkurencji na większości rynków globalnego świata, istotne jest, aby w ramach projektowania i wdrażania do realizacji poszczególnych rodzajów polityk publicznych (czy to w ich globalnym, kontynentalnym czy krajowym i/lub regionalnym ujęciu) umieć angażować tych interesariuszy, których potencjał rozwojowy sprawić może komplementarne połączenie sił i środków na rzecz zwiększenia stopnia konkurencyjności gospodarki regionu – jako efekt tego działania spodziewane są kreatywne, oryginalne i inteligentne rozwiązania aplikacyjne, wyróżniające produkty i wartości w nich tkwiące, oczekiwane przez ich ostatecznych adresatów. W tym właśnie tkwi **istota projektowania i realizacji inteligentnej specjalizacji reprezentowanej jednostki przestrzennej – przez inteligentne organizacje egemplifikowana**. Koncentracja podmiotów rynkowych, zaangażowanych w jej terytorialne urzeczywistnienie, sprowadza się do eksponowania i wykorzystywania przede wszystkim ich wyróżniających zdolności w celu budowania obecnej i przyszłej pozycji regionu bądź państwa na międzynarodowej arenie.

Zdaniem M. Kardasa **koncepcja inteligentnej specjalizacji opiera się na czterech głównych założeniach** [Kardas, 2011, s. 125-128]:

- utworzenie odpowiednio dużego obszaru badań i innowacji, który będzie umożliwiał rywalizację między wieloma konkurentami (...),

- nie jest możliwe zajęcie pozycji lidera w tych samych dziedzinach (...) przez wszystkich lub większość interesariuszy reprezentujących dany obszar przestrzenny (...) z uwagi na brak odpowiedniej masy krytycznej, efektów skali i zakresu. Należałoby zatem koncentrować działania (w tym środki publiczne) na tych dziedzinach nauki i obszarach innowacyjności, które będą komplementarne w stosunku do aktywów danego regionu i będą przyczyniały się do tworzenia lub wzmacniania jego przewag komparatywnych,
- istotę koncepcji inteligentnej specjalizacji określają tzw. technologie ogólnego zastosowania. Mogą one pełnić rolę technologii wspomagających, tzn. tworzyć możliwości rozwoju, a nie kompletne, końcowe rozwiązania,
- (...) w sposobie implementacji inteligentnej specjalizacji ważną rolę odgrywają działania administracji publicznej.

Strategia inteligentnej specjalizacji, jako relatywnie nowe podejście w kształtowaniu polityki regionalnej UE, zakłada realizację następujących założeń [www 2]:

- ukierunkowanie wsparcia w ramach polityki i inwestycji na kluczowe krajowe/regionalne wyzwania i potrzeby w celu zapewnienia rozwoju opartego na wiedzy,
- wykorzystywanie mocnych stron, przewagi konkurencyjnej i potencjału doskonałości każdego kraju/regionu,
- wspieranie innowacji technologicznej i praktycznej oraz dążenie do stymulowania inwestycji w sektorze prywatnym,
- pełne zaangażowanie partnerów oraz zachęcanie do innowacji i eksperymentów,
- strategie są oparte na faktach i obejmują odpowiednie systemy monitorowania i oceny.

Działania organów administracji publicznej powinny zatem, zdaniem autorki artykułu, zmierzać do:

- potraktowania innowacyjności i przedsiębiorczości regionu jako bazowego priorytetu dla jego rozwoju,
- eksponowania atutów gospodarki regionu przez pryzmat potencjalnych korzyści dla jego „reagentów”, aby ci mogli wykorzystać efekt synergicznego łączenia posiadanych zasobów i możliwości,
- ukierunkowywania inwestycji w regionie do istniejących i pojawiających się trendów rynkowych, jak również dążenie do wyprzedzania ich w czasie,
- aktywnego wspierania interesariuszy regionu w realizacji procesów innowacyjnych, adekwatnie do istniejących potrzeb, możliwości i zdolności jego „reagentów”,
- oddziaływania na interesariuszy regionu w celu budowania kapitału intelektualnego i wartości reprezentowanej jednostki terytorialnej.

Inteligentna specjalizacja regionu przynieść może efekty, oczekiwane przez strony zaangażowane w proces jej realizacji, pod warunkiem że każda z nich będzie posiadała **możliwość praktycznego na nią oddziaływania**, kreowania jej istoty i charakteru, połączonego z empatycznym podejściem do interesów pozostałych partnerów. Jedynie wspólnie wypracowany konsensus stron, uczestniczących w całym procesie, może stanowić bazę do tworzenia silnej pozycji jednostki terytorialnej, kreowania inteligentnego środowiska twórczego. Aktywna **prosumpcja interdyscyplinarnie zorientowanych interesariuszy regionu**, może być fundamentem generowania nowej wiedzy, absorpcji informacji czy integracji zasobów, sił i środków – to zasadnicze wyzwanie dla środowiska naukowo-badawczego, płaszczyzna do zaangażowania się w sprawy reprezentowanego obszaru (np. regionu).

Z uwagi na specyfikę funkcjonowania poszczególnych regionów, w kraju czy na świecie, trudno jest sformułować jednoznaczne rozwiązanie, opracować algorytm prawidłowej (pożądaną przez interesariuszy) realizacji tej koncepcji/strategii. Należy więc umieć obiektywnie identyfikować i oceniać szanse i zagrożenia, podejmować nowe inicjatywy, stale poszukując obszarów, mogących stanowić o przewadze konkurencyjnej całego reprezentowanego obszaru przestrzennego.

W tabeli 2 wyszczególniono, w odniesieniu do poszczególnych województw/regionów Polski, preferowane rodzaje obszarów oraz wysokość wsparcia ze środków UE.

Tabela 2. Branże, tzw. inteligentne specjalizacje, na które stawiają decydenci w poszczególnych jednostkach terytorialnych (wsparcie z budżetu UE w latach 2014-2020)

Nazwa województwa	Wysokość kwoty wsparcia (w mld Euro)	Wyszczególnienie rodzaju obszarów udzielonego wsparcia
1	2	3
Dolnośląskie	2,0	ICT, multimedia, biogospodarka, zdrowa żywność, medycyna i turystyka zdrowotna, przemysł maszynowy i metalowy, chemia, przemysł wydobywczy
Kujawsko-pomorskie	1,7	ICT, multimedia, biogospodarka, zdrowa żywność, medycyna i turystyka zdrowotna, przemysł maszynowy, przemysły kreatywne, logistyka i inżynieria wodna i lądowa, tworzywa sztuczne
Lubelskie	2,2	ICT, multimedia, biogospodarka, medycyna i turystyka zdrowotna, energetyka (w tym OZE)
Lubuskie	0,9	biogospodarka, zdrowa żywność, medycyna i turystyka zdrowotna, przemysł maszynowy i metalowy, przemysł drzewny i meblarski
Łódzkie	2,3	ICT, multimedia, zdrowa żywność, medycyna i turystyka zdrowotna, energetyka (w tym OZE), przemysł włókienniczy i wzornictwo, budownictwo
Małopolskie	2,6	ICT, multimedia, biogospodarka, energetyka (w tym OZE), chemia

cd. tabeli 2

1	2	3
Mazowieckie	1,9	ICT, multimedia, zdrowa żywność, usługi dla biznesu, wysoka jakość życia
Opolskie	0,8	zdrowa żywność, przemysł maszynowy i metalowy, energetyka w tym (OZE), chemia i budownictwo
Podkarpackie	1,9	ICT, multimedia, wysoka jakość życia, lotnictwo i kosmonautyka
Podlaskie	1,1	biogospodarka, brama na Wschód
Pomorskie	1,7	ICT, multimedia, biogospodarka, zdrowa żywność, medycyna i turystyka, energetyka (w tym OZE), przemysły kreatywne, usługi dla biznesu, logistyka i inżynieria wodna i lądowa, technologie offshore
Śląskie	3,1	ICT, multimedia, medycyna i turystyka zdrowotna, energetyka (w tym OZE)
Świętokrzyskie	1,2	zdrowa żywność, medycyna i turystyka zdrowotna, przemysł maszynowy i metalowy
Warmińsko-mazurskie	1,6	zdrowa żywność, ekonomia wody, przemysł drzewny i meblarski
Wielkopolskie	2,2	ICT, multimedia, produkcja żywności, procesy przemysłowe i transport
Zachodniopomorskie	1,6	biogospodarka, medycyna i turystyka zdrowotna, przemysł maszynowy i metalowy, usługi dla biznesu, logistyka i inżynieria wodna

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [www 3].

Reasumując, podkreślić należy, że kreowanie oryginalnych i nowoczesnych produktów systemowych następuje zazwyczaj poprzez generowanie nowej wiedzy zaangażowanych w proces interesariuszy, wśród których nadrzędną rolę odgrywa „końcowe ogniwo” – docelowi ich adresaci, z wiązką zgłaszanych potrzeb i preferencji, wzorcami konsumpcji. Ich szybka dynamika zmian sprawia, że skracają się cykle życia produktów, a coraz bardziej wymagający klienci oczekują **multiwartościowych ofert rynkowych** – takich, które będą w stanie pełnić rozmaite funkcje urzeczywistnione w rdzeniu/kilku rdzeniach danego dobra czy usługi. Przykładowo, najszybciej można to zauważyć w zakresie technik informatycznych/telekomunikacyjnych – produktów o wysokim stopniu technologicznego zaawansowania [Morgan, 2001, s. 288]. Ich zaletą jest głównie to, że „na ogół lepiej i bardziej kompleksowo zaspokajają potrzeby nabywców finalnych, w tym konsumentów, niż produkty klasyczne, które dostarczają im ‘tylko’ pojedynczych wartości podstawowych, nabywanych w odrębnych aktach sprzedaży”, uważa L. Żabiński [2013, s. 3].

3. Determinanty rozwoju i implementacji produktów systemowych

Rozwój i implementacja regionalnych produktów systemowych powinny bazować na czterech, uzupełniających się wzajemnie, ogniwach:

1. **beneficjentach produktów systemowych**, tj. ich końcowych adresatach – klientach, nabywcach, użytkownikach, prosumentach – zarówno aktualnych, jak i potencjalnych. Monitoring ich potrzeb i oczekiwań, realizowany w sposób systematyczny i obiektywny, ułatwia pozostałym ogniwom planowanie, wdrażanie i kontrolę skuteczności oraz efektywności prowadzonych działań,
2. **biznesie, głównie MSP** – innowacyjnie i przedsiębiorczo zorientowanych przedsiębiorcach, będących najważniejszym stymulatorem wzrostu społeczno-gospodarczego kraju czy reprezentowanego regionu,
3. **jednostkach badawczo-rozwojowych**, realizujących prace rozwojowe oraz naukowe na potrzeby generowania nowych rozwiązań techniczno-technologicznych, przystosowując je do praktycznego wdrożenia,
4. **jednostkach wspomagających**, zarówno finansowo, jak i pozafinansowo podmioty rynkowe, które np.:
 - a. realizują procesy o charakterze innowacyjnym,
 - b. tworzą nowoczesne technologie i/lub infrastrukturę badawczą,
 - c. wdrażają wyniki prac B+R,
 - d. są w początkowym stadium swojego rozwoju i potrzebują wsparcia w zakresie prowadzonych inwestycji strategicznych czy konsultingu merytorycznego,
 - e. poszukują kooperantów/partnerów biznesowych z zewnątrz, podejmują inne, przedsiębiorcze działania, mające na celu pozyskiwanie nowych rynków oraz permanentny rozwój.

Warunkami sprawnego rozwoju i implementacji produktów systemowych w regionie, zdaniem autorki opracowania, są:

1. wysoki poziom świadomości innowacyjnej interesariuszy zaangażowanych w te procesy,
2. skłonność interesariuszy do współpracy, dzielenia się wiedzą i doświadczeniem,
3. umiejętność synergicznego wykorzystania potencjału i posiadanych zasobów,
4. sprawne i skuteczne zarządzanie projektami, z punktu widzenia oczekiwanych korzyści przez rynek,
5. doskonała znajomość istniejących trendów rynkowych, mechanizmów i warunkowań determinujących efektywność podejmowanych działań,

6. stworzenie instrumentarium (finansowego i pozafinansowego), wspomagającego działania stron w analizowanym zakresie,
7. monitorowanie zmian w czasie, zarówno w ujęciu techniczno-technologicznym, jak również organizacyjno-aplikacyjnym,
8. bycie otwartym na pozasieciowe (poza ustaloną sieć kooperacyjną) wpływy podmiotów trzecich (np. nowych jednostek B+R, innowatorów spoza regionu czy branży),
9. intensyfikacja działań marketingowych interesariuszy zaangażowanych w/w działania, w szczególności w zakresie planowania oraz realizacji prac reklamowo-promocyjnych,
10. inne czynniki sytuacyjne, najczęściej trudno przewidywalne, regionalizacyjnie uwarunkowane, np. czynniki o charakterze losowym.

Podsumowanie

Strategia przeobrażenia gospodarki regionu poprzez **inteligentne specjalizacje** to obecnie kluczowy element realizacji polityki Unii Europejskiej wobec jej państw członkowskich. Tworzenie unikalnych wartości regionu poprzez produkty z nim identyfikowalne, stanowić może niepowtarzalną dla niego szansę wyróżnienia się. Poprzez mądrze i świadomie ukierunkowane w regionie specjalizacje przedsiębiorstw możliwe jest skoncentrowanie się na zasadniczych zdolnościach jednostki przestrzennej i silnych stronach jego interesariuszy – to podstawa wypracowania własnej metody wychodzenia na zewnątrz, umiędzynarodowienia rynkowej aktywności, a zarazem wyróżnik inteligentnego obszaru terytorialnego – nowoczesnie zarządzanych organizacji i inteligentnej jego społeczności. Podkreślić należy, że produkty systemowe – nowa generacja produktów (...) na ogół lepiej zaspokajają potrzeby, oczekiwania i pragnienia nabywców finalnych, w tym konsumentów, niż produkty klasyczne [Żabiński, 2009, s. 5], a poprzez realizację polityki badawczej i innowacyjnej **każdy region ma szansę tworzenia multiwartościowych produktów dla siebie i otoczenia.**

Literatura

- Czaputowicz J. (2008), *Administracja publiczna. Wyzwania w dobie integracji europejskiej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Kardas M. (2011), *Inteligentna specjalizacja – (nowa) koncepcja polityki innowacyjnej*, „Optimum. Studia Ekonomiczne”, nr 2 (50).

- Mazur S., Olejniczak K. (2012), *Rola organizacyjnego uczenia się we współczesnym zarządzaniu publicznym* [w:] K. Olejniczak (red.), *Organizacje uczące się. Model dla administracji publicznej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Morgan G. (2001), *Wyobrażenia organizacyjna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Właźlak K. (2010), *Rozwój regionalny jako zadanie administracji publicznej*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Zalewski M., Wagner I. (2008), *Analizy sieci w kontekście obszarów priorytetowych technologii*, [w:] M. Zalewski (red.), *Perspektywy zrównoważonego rozwoju regionu łódzkiego: szanse i zagrożenia*, Green, Łódź.
- Żabiński L. (2013), *Innowacyjne produkty systemowe i ich konsumpcja. Uwarunkowania, mechanizmy rozwoju*, „Konsumpcja i Rozwój”, nr 1.
- Żabiński L. (2009), *Marketing produktów systemowych/sieciowych. Podstawy teoretyczne, zarys metodyki badań*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.
- [www 1] http://www.een.org.pl/index.php/Badania_i_rozw%C3%B3j/articles/strategia-inteligentnej-specjalizacji.html (dostęp: 07.05.2015).
- [www 2] http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/smart_specialisation_pl.pdf, arkusz informacyjny Komisji Europejskiej: Strategie badawcze i informacyjne na rzecz inteligentnej specjalizacji. Polityka spójności na lata 2014-2020 (dostęp: 13.05.2015).
- [www 3] http://www.klasterzi.pl/pliki/przy_herbacie/Inteligentne_branze_2014-2020.pdf (dostęp: 13.05.2015).

INNOVATIVE SYSTEM PRODUCTS AS A RESULT OF IMPLEMENTATION OF INTELLIGENT REGIONAL SPECIALISATIONS

Summary: This paper addresses the issues of creating system products based on the implementation of the concept of smart specialisations (in regional approach). The key to a region's success lies, e.g. in its potential for innovation which is an important factor in building the brand architecture of every market area. In this perspective, an essential role is played by public administration bodies – entities that support, e.g. business in the region, the entrepreneurs themselves and the enterprises they represent, research and development institutions, and cooperation between these entities and system products beneficiaries – their end users. The relationships and links that develop between the stakeholders within the given spatial environment (e.g. regional) allow them to set and follow optimal – from the point of view of the needs of the region – directions of its current and potential transformations utilising the system of shared values and creative abilities – smart specialisations.

Keywords: smart specialisations, system products, public administration.