



Anita Richert-Kaźmierska¹

WŁADZE SAMORZĄDOWE W PROCESIE KREOWANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Wstęp

Pogłębiająca się decentralizacja władzy publicznej oraz wzrost odpowiedzialności władz samorządowych za rozwój gospodarczy w skali podległych im jednostek terytorialnych, wymusza rozszerzenie dotychczasowego zakresu ich aktywności, znacząco ponad podstawowy zestaw tzw. zadań publicznych. Jednym z takich zagadnień jest kreowanie i rozwój przedsiębiorczości, jako podstawowego stymulatora rozwoju społeczno-gospodarczego w skali lokalnej i regionalnej. Celem artykułu jest zaprezentowanie narzędzi, jakimi samorzady mogą w tym zakresie operować oraz ogólnych zasad, jakimi powinny posługiwać się w trakcie ich wykorzystywania.

1. Wielowymiarowość pojęcia przedsiębiorczość

Literatura przedmiotu dostarcza rozbudowanego zestawu definicji i ujęć pojęcia przedsiębiorczość. Źródeł tej wielowymiarowości jest kilka. Po pierwsze, zdefiniowaniem przedsiębiorczości zainteresowane są różne dyscypliny naukowe, m.in. ekonomia, zarządzanie, prawo, psychologia czy socjologia. To powoduje odmienność proponowanych w rozważaniach naukowych formuł i modeli. Po drugie, przedsiębiorczość rozpatruje się w ujęciu statycznym (wynikowym) lub dynamicznym (przyczynowym); jako przymiot jednostki, organizacji lub w ujęciu systemowym. Po trzecie wreszcie, przedsiębiorczość opisuje się w kontekście pozytywnym, jako zjawisko pożądane gospodarczo i społecznie lub pejoratywnym. Negatywny obraz przedsiębiorczości częściej spotyka się jednak w publika-

¹ Dr inż. Anita Richert-Kaźmierska, adiunkt, Politechnika Gdańska.

cjach dziennikarskich, opisujących przypadki spektakularnych sukcesów podmiotów funkcjonujących w tzw. szarej strefie lub relacjach mafijno-gangsterskich, aniżeli w literaturze naukowej poświęconej zagadnieniom przedsiębiorczości.

Różnorodność w definiowaniu przedsiębiorczości – nawet gdyby ograniczyć się do dorobku teoretycznego nauk ekonomicznych – może prowadzić do swoistego chaosu terminologicznego i pojęciowego². Stąd rozliczne próby klasyfikowania i grupowania proponowanych interpretacji pojęcia.

L.H. Haber³ wyróżnia przedsiębiorczość:

- żywiołową – charakterystyczną dla gospodarek we wczesnej fazie rozwoju wolnego rynku, skoncentrowaną na osiągnięciu partykularnych korzyści (zysków);
- ewolucyjną – związaną z określonym, akceptowalnym w społeczeństwie modelem rozwoju kariery i osiągnięcia sukcesu, opartym na edukacji i pracy;
- etyczną – determinowaną systemem norm i wartości obowiązującym w danym społeczeństwie;
- systemową – charakterystyczną dla rozwiniętych gospodarek demokratycznych, w których państwo tworzy warunki rozwoju postaw przedsiębiorczych i promuje zachowania przedsiębiorcze swoich obywateli.

Najczęściej spotykany w literaturze przedmiotu podział przedsiębiorczości uwzględnia jednak trzy kryteria⁴:

- ekonomicznych funkcji przedsiębiorczości i przedsiębiorcy – ujęcie fundamentalne (klasyczne);
- cech osobowych przedsiębiorcy – ujęcie psychologiczne i socjokulturowe;
- sposobu (stylu) zarządzania – ujęcie behawioralne.

Ostatnie lata to rozwój nowych definicji dotyczących specyficznych odmian przedsiębiorczości.

Główne przesłanki rozwoju koncepcji przedsiębiorczości intelektualnej oraz przedsiębiorczości akademickiej to przede wszystkim przemiany cywilizacyjne i rozwój gospodarki opartej na wiedzy. „Przedsiębiorczość intelektualna polega w największym skrócie na tworzeniu podstaw materialnego bogactwa z niematerialnej wiedzy”⁵. Istotą przedsiębiorczości intelektualnej jest zdolność generowania nowej wiedzy (jako zasobu strategicznego, kluczowej kompetencji) i/lub gospodarowania nią w taki sposób, aby osiągać korzyści i realizować zamierzone cele. Przedsiębiorczość akademicką definiuje się z kolei, jako „współpracę uczelni z otoczeniem gospodarczym, w szczególności sprzedaż lub nieodpłatne przekazanie wyników badań i prac rozwojowych przedsiębiorcom oraz szerzenie idei

² S. Sudoł, *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące*, „Problemy Zarządzania” 2/2008 (20), s. 10.

³ L.H. Haber, *Wzory przedsiębiorczości w świadomości przyszłych menedżerów*, „Studia Socjologiczne” 1-2/1995.

⁴ B. Piasecki, *Przedsiębiorczość i mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997, s. 33.

⁵ S. Kwiatkowski, *Przedsiębiorczość intelektualna*, PWN, Warszawa 2000, s. 8.

przedsiębiorczości w środowisku akademickim, w formie działalności gospodarczej, wyodrębnionej organizacyjnie i finansowo od działalności podstawowej”⁶.

Analiza wielości i różnorodności podejść do zagadnienia przedsiębiorczości prowadzi do dwóch zasadniczych wniosków. Po pierwsze, trudne, niemal niemożliwe, wydaje się uzyskanie konsensusu w kwestii jednej, ogólnie przyjętej definicji przedsiębiorczości. Po wtóre, do najczęściej przewijających się atrybutów opisujących przedsiębiorczość – stanowiących dla wielu propozycji definicyjnych swobody „wspólny mianownik” – należą: korzyść, innowacja, ryzyko, niepewność.

2. Przedsiębiorczość jako czynnik rozwoju regionalnego

Rozwój regionalny to systematyczna poprawa jakości życia mieszkańców i potencjału gospodarczego w skali dużej jednostki terytorialnej⁷. To jakościowe, pozytywne, pożądane zmiany zachodzące w regionie, w wymiarze ekonomicznym, społecznym i ekologicznym.

W swej istocie, rozwój regionalny jest zjawiskiem złożonym i determinowanym wieloma czynnikami, zarówno o charakterze endogenicznym, jak również egzogenicznym. W literaturze przedmiotu zwraca się także uwagę na dodatkową grupę czynników: określających endogeniczną zdolność reagowania na zmiany w otoczeniu⁸.

Możliwości rozwojowe regionu determinują przede wszystkim czynniki endogeniczne, m.in.: zasoby demograficzne, regionalny ekosystem, infrastruktura, regionalna gospodarka, gospodarka przestrzenna regionu itp.

Dodatkowych impulsów na rzecz rozwoju regionalnego mogą dostarczać czynniki generowane poza regionem – egzogeniczne. Należą do nich przede wszystkim⁹:

- procesy globalizacji;
- procesy integracji europejskiej;
- przemiany ustrojowe;
- aktualna sytuacja polityczna;
- polityka gospodarcza rządu;
- aktywność i poziom konkurencyjności regionów sąsiednich.

Reakcja regionu na zmiany (zarówno pozytywne, jak i zagrożenia) zachodzące w otoczeniu, polegająca na właściwym wykorzystaniu potencjału wewnętrznego, koresponduje z *elastycznością strukturalną regionu*. Stanowi ją zespół tzw. miękkich czynników rozwoju, m.in.:

- kompetencje i kwalifikacje władz regionu;

⁶ Ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym z dn. 27 lipca 2005 r. (Dz.U. Nr 164, poz. 1365 z późn. zm.), art.4, pkt.4.

⁷ Por. J. Hausner, T. Kudłacz, J. Szlachta, *Instytucjonalne przesłanki regionalnego rozwoju Polski*. PAN KPZK, Tm CVI, PWN, Warszawa 1997, s. 15.

⁸ R. Broł, *Czynniki rozwoju regionalnego* [w:] *Metody oceny rozwoju regionalnego*, D. Strahl (red.), Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 2006, s. 15-17.

⁹ *Ibidem*, s. 17.

- koncepcja polityki rozwoju regionu zawarta w strategii;
- otwartość na współpracę i współdziałanie w układzie horyzontalnym (partnerstwo różnych typów podmiotów funkcjonujących w regionie) oraz wertykalnym (współdziałanie na różnych poziomach władzy, włączając poziom unijny);
- aktywność i przedsiębiorczość społeczności lokalnej;
- świadomość tożsamości regionalnej władz i mieszkańców;
- sposób działania oraz jakość produktów i usług podmiotów tworzących tzw. infrastrukturę otoczenia biznesu;
- poziom rozwoju instytucjonalnego.

Literatura przedmiotu wskazuje na technologię i przedsiębiorczość jako czwarty, obok klasycznych: ziemi, kapitału i pracy, filar rozwoju gospodarczego¹⁰. Dodatkowo pojawiają się nowe pojęcia przedsiębiorczości, tzw. przedsiębiorczość makroekonomiczna lub holistyczna. Definiuje się je jako „całościowy kształt warunków i okoliczności ekonomicznych, społecznych, prawnych, politycznych, kulturowych, osobowościowych w danym kraju, sprzyjających postawom przedsiębiorczym społeczeństwa”¹¹.

Dla rozwoju regionalnego, kategorii rozwoju gospodarczego, przedsiębiorczość ma zatem znaczenie kluczowe. Wpisuje się i określa zarówno grupę czynników endogenicznych, egzogenicznych, jak również kształtujących zdolności reagowania regionu na zmiany zachodzące w otoczeniu.

3. Przedsiębiorczość jako wymiar aktywności władz samorządowych

Przedsiębiorczość jako wymiar aktywności władz samorządowych może być rozpatrywana co najmniej na trzech poziomach:

- osobistej cechy, postawy i sposobu postępowania każdego z przedstawicieli władz samorządowych;
- sposobu organizacji i zarządzania instytucjami i urzędami samorządowymi – wymiar przedsiębiorczości korporacyjnej;
- realizowanej w jednostce samorządu terytorialnego polityki rozwoju, ukierunkowanej na pobudzanie przedsiębiorczości w skali lokalnej i regionalnej.

Wybór przedstawicieli władz samorządowych oraz dobór pracowników samorządowych regulowane są odpowiednimi przepisami¹². Jednakże poza ogólnymi wytycznymi co do wieku, niezbędnego na danym stanowisku (dotyczy wyłącznie pracowników samorządowych) wykształcenia, doświadczenia i pożądanej postawy

¹⁰ Por. D.R. Kamerschen, R.B. McKenzie, C. Nardinelli, *Ekonomia*. Fundacja Gospodarcza NSZZ Solidarność, Gdańsk 1993, s. 959.

¹¹ S. Sudoł, *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące*. „Problemy Zarządzania” 2/2008 (20), s. 16.

¹² Por. Ustawa z dnia 21 listopada 2008r. o pracownikach samorządowych (Dz.U.2008.223.1458); Ustawa z dnia 16 lipca 1998r. ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw (Dz.U.2003.159.1547 z późn.zm.); Ustawa z dnia 20 czerwca 2002 r. o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta (Dz.U.2009.213.1652).

moralno-etycznej, ustawodawca nie wskazuje cech osobowych, jakie kandydaci na członków władzy samorządowej, czy pracowników administracji samorządowej posiadać powinni. Wyłącznie od wyborców, od decyzji społeczności lokalnych i regionalnych zależy zatem, czy wybierani w wyborach samorządowych władarze będą osobami innowacyjnymi, kreatywnymi, przedsiębiorczymi.

W nowym zarządzaniu publicznym – zarówno w rozumieniu szerszym, jak i węższym tego pojęcia¹³ – za krytyczne obszary efektywności uznaje się¹⁴:

- myślenie i działanie strategiczne;
- innowacje i przedsiębiorczość wewnętrzną;
- przedsiębiorczość lokalną;
- zaawansowane technologie informacyjne.

Urzędy i organizacje publiczne funkcjonujące w oparciu o weberowski model skostniałej struktury biurokratycznej administracji zastąpiono koncepcją urzędów i organizacji publicznych działających dla i wspólnie z obywatelami. Nowe zarządzanie publiczne (*new public management*) zmieniło dotychczasowe role pracownika administracji publicznej (w tym samorządowej) i obywatela. Rolą władz i administracji publicznej (w tym samorządowej) jest osiągnięcie przedsiębiorczych celów dzięki wyzwolaniu możliwości tkwiących w mechanizmie rynkowym. Społeczność lokalna, obywatele z pozycji petenta zostali przesunięci na pozycję klienta, nabywcy dóbr i usług publicznych.

Od kilku lat w literaturze przedmiotu promuje się kolejną koncepcję zarządzania publicznego. Wyhamowuje ona hurra-entuzjizm dla rynkowego podejścia do zarządzania sprawami publicznymi i koncentruje działania władz i administracji publicznej na sprawach interesu społecznego. To koncepcja nazywana alternatywnie: nową służbą publiczną, dobrym rządzeniem (*good governance*) lub zarządzaniem responsywnym (*responsive governance*).

Oba ujęcia, nowe zarządzanie publiczne i nowa służba publiczna, wymagają budowania w organizacjach i urzędach administracji publicznej (w tym samorządowej) struktur typowych dla organizacji opartych na przedsiębiorczości wewnętrznej (przedsiębiorczości korporacyjnej, intraprzsiębiorczości). Wyraża się to m.in. w¹⁵:

- rozwoju przedsiębiorczego klimatu i kreatywności;
- rozwoju instrumentów stymulujących innowacje;
- racjonalizacji prowadzonej działalności i dysponowania zasobami;
- pełnym zaangażowaniu kierownictwa w sprawę przedsiębiorczej swobody;
- opracowaniu odpowiedniego systemu wynagradzania intraprzsiębiorców.

¹³ „Zarządzanie publiczne w węższym znaczeniu obejmuje zarządzanie organizacjami publicznymi. Natomiast zarządzanie w szerokim ujęciu obejmuje zawiadywanie sprawami publicznymi, niezależnie od sposobu organizacji procesu zaspokajania potrzeb publicznych” (B. Koźuch, *Zarządzanie publiczne w teorii i praktyce polskich organizacji*. Placet, Warszawa 2004, s. 75).

¹⁴ B. Koźuch, *Zarządzanie publiczne w teorii i praktyce polskich organizacji*. Placet, Warszawa 2004, s. 75.

¹⁵ B. Piasecki, *Mała firma w teoriach ekonomicznych* [w:] *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, B. Piasecki (red.), PWN, Warszawa-Łódź 1998, s. 28.

Najczęściej jednak od władz samorządowych oczekuje się działań na rzecz rozwoju przedsiębiorczości, jako elementu prowadzonej przez nie polityki rozwoju lokalnego i regionalnego. W sensie ustawowym, najdobitniej takie oczekiwanie sformułowano w odniesieniu do samorządu województwa. Pobudzanie aktywności gospodarczej oraz podnoszenie poziomu konkurencyjności i innowacyjności gospodarki województwa zapisano w ustawie¹⁶ jako podstawowe cele strategii rozwoju województwa.

W Ustawie o zasadach prowadzenia polityki rozwoju¹⁷ wspieranie rozwoju przedsiębiorczości zdefiniowano jako jedną z kategorii działań, które najsilniej przyczyniają się do zapewnienia trwałego i zrównoważonego rozwoju kraju oraz spójności społeczno-gospodarczej i terytorialnej w skali krajowej, regionalnej i lokalnej. Za prowadzenie polityki rozwoju, w tym w zakresie promocji przedsiębiorczości, odpowiadają:

- w skali kraju – Rada Ministrów;
- w skali regionu – samorząd województwa;
- w skali lokalnej – samorząd powiatowy i gminny.

Działania na rzecz przedsiębiorczości to obligatoryjne zadanie władz samorządowych. Jeden z fundamentalnych wymiarów ich aktywności.

4. Instrumentarium kreowania przedsiębiorczości w regionie

Kreowanie przedsiębiorczości, jako elementarnej części polityki rozwoju regionalnego, wymusza na władzach samorządowych: gminnych, powiatowych i wojewódzkich, stosowanie zróżnicowanego zestawu narzędzi. W ujęciu tradycyjnym dzieli się je na dochodowe i wydatkowe¹⁸.

Stosowanie przez władze samorządowe narzędzi o charakterze dochodowym (de facto pomocy publicznej) jest stosunkowo proste, ale nie powinno stanowić głównego, tym bardziej jedyne, obszaru aktywności na rzecz rozwoju przedsiębiorczości. Wśród najczęściej stosowanych rozwiązań w tej grupie występują:

- obniżenie wysokości stawek, lub czasowe zwolnienia przedsiębiorców z płacenia należnych podatków i opłat lokalnych;
- odroczenie terminów płatności należnych podatków i opłat lokalnych;
- egzekwowanie niższych od rynkowych stawek (na podstawie różnych form umów cywilno-prawnych) za korzystanie przez przedsiębiorcę z mienia komunalnego.

Jako bardziej pożądane w długookresowym kreowaniu i wspieraniu przedsiębiorczości w regionie uważa się narzędzia wydatkowe. To wszelkie wydatki inwe-

¹⁶ Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz.U.2001.142.1590 z późn.zm.), art.11.

¹⁷ Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz.U.2006.227.1658), art. 2 i 3.

¹⁸ E. Gończak-Kucharczyk (pierwszy autor), *Jak władze samorządowe mogą wspierać przedsiębiorczość*. Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych i Polska Fundacja Promocji i Rozwoju MSP, Warszawa 1998.

stycyjne ponoszone przez jednostki samorządu terytorialnego na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego. Do kluczowych należą m.in.¹⁹:

- budowa i modernizacja infrastruktury transportowej – zwiększającej tzw. dostępność przestrzenną jednostki terytorialnej;
- zbrojenie wolnych terenów pod inwestycje – zwiększające ich atrakcyjność dla potencjalnych inwestorów;
- edukacja i szkolenie mieszkańców, uczestników lokalnego rynku pracy.

Coraz bardziej w procesie stymulowania przedsiębiorczości lokalnej i regionalnej, na znaczeniu nabierają jednak instrumenty²⁰:

- organizacyjne – obejmujące tworzenie i usprawnianie istniejących procedur i działań z zakresu obsługi przedsiębiorcy jako klienta;
- promocyjne – w tym głównie tworzenie kanałów i prowadzenie dwukierunkowej komunikacji z przedsiębiorcami (z danego terytorium, a także spoza niego), jako partnerami współtworzącymi i współodpowiedzialnymi za rozwój jednostek terytorialnych;
- doradczo-szkoleniowe – uruchamiające i merytorycznie usprawniające lokalną i regionalną tkankę przedsiębiorczości, wyposażające przedstawicieli społeczności lokalnych w niezbędne kompetencje i umiejętności w zakresie prowadzenia i rozwoju przedsiębiorstw.

Badania prowadzone w różnych ośrodkach naukowych na temat aktywności władz samorządowych na rzecz rozwoju przedsiębiorczości wskazują, że 78% gmin z województw wysoko rozwiniętych i 90% gmin z województw słabo rozwiniętych prowadzi aktywną politykę w tym zakresie²¹. Do najczęściej wymienianych działań należą²²:

- dbałość o rozwój infrastruktury technicznej, głównie dróg;
- działania promujące gminę, zarówno w zakresie promocji skierowanej do potencjalnych inwestorów, jak i turystów;
- wydzielanie atrakcyjnie położonych działek pod inwestycje;
- uproszczenia proceduralne w zakresie zakładania i rozpoczynania działalności gospodarczej;
- stosowanie ulg podatkowych.

Jakość i skuteczność podejmowanych przez władze samorządowe działań zależą jednak od wielu czynników. Za główne ograniczenia w tym względzie władze

¹⁹ Richert-Kaźmierska A., *Wspieranie przedsiębiorczości przez władze samorządowe – wymiar marketingowy* [w:] *Marketing – nowe trendy w marketingu dla menedżerów*, B. Czerwiński (red.), Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 2008, s. 282.

²⁰ Richert-Kaźmierska A., *Samorządowe inicjatywy na rzecz rozwoju gospodarczego – doświadczenia gmin województwa pomorskiego*, „Współczesne Zarządzanie” 1/2008, s. 58-59.

²¹ U. Kłosiewicz-Górecka, B. Słomińska, *Przedsiębiorczość jako stymulator rozwoju rynku lokalnego*. IRWiK, Warszawa 2005 [za:] B. Słomińska, *Gmina w procesach stymulowania przedsiębiorczości*. „Samorząd Terytorialny” 3/2007, s. 23.

²² B. Słomińska, *Gmina w procesach stymulowania przedsiębiorczości*. „Samorząd Terytorialny” 3/2007, s. 23-24.

samorządowe najczęściej uznają regulacje prawne, w ramach których zobligowane są funkcjonować oraz niewystarczające zasoby finansowe (por. tabela 1).

Tabela 1. Wybrane czynniki utrudniające zaangażowanie JST we wspieranie przedsiębiorczości

Czynnik	Odsetek wskazań (N=61) [%]
Brak wystarczających środków finansowych	98
Wąskie spektrum narzędzi pozostających w dyspozycji JST	37,8
Bierność społeczności gminnej – szczególnie wobec pomocy zakładającej szkolenia i kursy przygotowujące do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej	20,1
Brak zainteresowania ze strony lokalnych przedsiębiorców oferowanymi formami wsparcia	13,3
Niski poziom wiedzy społeczności lokalnej na temat dostępnych form pomocy	6,7

Źródło: opracowanie własne na podst. T. Skibica, *Instrumenty wspierania przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny (na przykładzie gmin woj. podkarpackiego)*. „Samorząd Terytorialny” 1-2/2008, s. 58-59.

Podsumowanie

Przedsiębiorczość i rozwój regionalny to pojęcia, które wiele łączy. Po pierwsze, oba są trudno definiowalne ze względu na swoją złożoność i interdyscyplinarność. Po drugie, to czynniki determinujące wzrost i rozwój gospodarczy kraju oraz konkurencyjność gospodarki narodowej. Po trzecie wreszcie, przedsiębiorczość określa potencjał i tempo rozwoju regionalnego.

Aby jednak przedsiębiorczość faktycznie stanowiła filar rozwoju regionalnego, w działaniach podejmowanych przez władze samorządowe na rzecz jej kreowania i wzmocnienia, konieczne wydaje się zachowanie kilku zasad natury ogólnej.

Po pierwsze, konieczne jest zastosowanie podejścia strategicznego. Chodzi o stworzenie długookresowej całościowej koncepcji, obejmującej wiele komplementarnych, wzajemnie wzmocniających się działań, realizowanych przez różne podmioty, wykorzystujących różne instrumenty. Kreowanie przez władze samorządowe przedsiębiorczości nie może polegać na przypadkowej, dyktowanej doraźnymi potrzebami realizacji zadań wyrwanych z kontekstu kompleksowej wizji rozwoju jednostki samorządu terytorialnego.

Po drugie, problematyka przedsiębiorczości powinna z jednej strony stanowić wyodrębnioną dziedzinę, zakres strategii rozwoju jednostki samorządu terytorialnego, z drugiej jednak – przenikać i uzupełniać wszystkie pozostałe jej wymiary.

Po trzecie, kreowanie i rozwój przedsiębiorczości w jednostce samorządu terytorialnego wymaga tzw. klimatu przedsiębiorczości. Podstawowym warunkiem dla jego stworzenia jest otwartość na współpracę i współdziałanie wszystkich uczest-

ników, partnerów (interesariuszy) danego terenu. Działania przyczyniające się do powstawania klimatu przedsiębiorczości to m.in.:

- stosunek władz do funkcjonujących i potencjalnych przedsiębiorców i inwestorów;
- pro-przedsiębiorczy styl zarządzania sprawami publicznymi;
- promocja przedsięwzięć o charakterze partnerstw publiczno-prywatnych;
- rozbudowany system komunikacji społecznej i promocja modelu partycypacji społecznej w podejmowaniu decyzji ważnych dla rozwoju jednostki samorządu terytorialnego.

Czwartą zasadą winno być szerokie pojmowanie w polityce rozwoju regionalnego zagadnienia przedsiębiorczość. Często kreowanie przedsiębiorczości w regionie ogranicza się do tworzenia bardziej korzystnych warunków dla powstawania i funkcjonowania przedsiębiorstw sektora MSP. Konieczne wydaje się rozszerzenie spektrum oddziaływania na kwestie choćby takie jak: edukacja, optymalizacja wykorzystania kapitału ludzkiego i intelektualnego, inwestycje w rozwój sfery badawczo-rozwojowej itp.

Bibliografia:

1. Broł R., *Czynniki rozwoju regionalnego* [w:] *Metody oceny rozwoju regionalnego*, D. Strahl (red.), Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 2006.
2. Gończak-Kucharczyk E. (pierwszy autor), *Jak władze samorządowe mogą wspierać przedsiębiorczość*. Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych i Polska Fundacja Promocji i Rozwoju MSP, Warszawa 1998.
3. Haber L.H., *Wzory przedsiębiorczości w świadomości przyszłych menedżerów*, „Studia Socjologiczne” 1-2/1995.
4. Hausner J., Kudłacz T., Szlachta J., *Instytucjonalne przesłanki regionalnego rozwoju Polski*. PAN KPZK, Tm CVI, PWN, Warszawa 1997.
5. Kamerschen D.R., McKenzie R.B., Nardinelli C., *Ekonomia*. Fundacja Gospodarcza NSZZ Solidarność, Gdańsk 1993.
6. Koźuch B., *Zarządzanie publiczne w teorii i praktyce polskich organizacji*, Placet, Warszawa 2004.
7. Kwiatkowski S., *Przedsiębiorczość intelektualna*, PWN, Warszawa 2000.
8. Piasecki B., *Przedsiębiorczość i mała firma*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1997.
9. Piasecki B., *Mała firma w teoriach ekonomicznych* (w:) *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, B. Piasecki (red.), PWN, Warszawa-Łódź 1998.
10. Richert-Każmierska A., *Samorządowe inicjatywy na rzecz rozwoju gospodarczego – doświadczenia gmin województwa pomorskiego*. „Współczesne Zarządzanie” 1/2008.
11. Richert-Każmierska A., *Wspieranie przedsiębiorczości przez władze samorządowe – wymiar marketingowy* [w:] *Marketing – nowe trendy w marketingu dla menedżerów*, B. Czerwiński (red.), Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 2008.
12. Skibica T., *Instrumenty wspierania przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny (na przykładzie gmin woj. podkarpackiego)*. „Samorząd Terytorialny” 1-2/2008.
13. Słomińska B., *Gmina w procesach stymulowania przedsiębiorczości*, „Samorząd Terytorialny” 3/2007.

14. Sudół S., *Przedsiębiorczość – jej pojmowanie, typy i czynniki ją kształtujące*, „Problemy Zarządzania” 2/2008 (20).
15. Ustawa z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie województwa (Dz. U. 2001.142.1590 z późn. zm.).
16. Ustawa z dnia 16 lipca 1998r. ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw (Dz.U.2003.159.1547 z późn. zm.).
17. Ustawa z dnia 20 czerwca 2002r. o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta (Dz.U.2009.213.1652).
18. Ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym z dn. 27 lipca 2005 r. (Dz.U. Nr 164, poz. 1365 z późn. zm.).
19. Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. 2006.227.1658).
20. Ustawa z dnia 21 listopada 2008 r. o pracownikach samorządowych (Dz. U. 2008.223.1458).

Abstract

Pogłębiająca się decentralizacja władzy publicznej oraz wzrost odpowiedzialności władz samorządowych za rozwój gospodarczy w skali podległych im jednostek terytorialnych, wymusza rozszerzenie dotychczasowego zakresu ich aktywności, znacząco ponad podstawowy zestaw tzw. zadań publicznych. Jednym z takich zagadnień jest kreowanie i rozwój przedsiębiorczości, jako podstawowego stimulatora rozwoju społeczno-gospodarczego w skali lokalnej i regionalnej. Celem artykułu jest zaprezentowanie narzędzi, jakimi samorzady mogą w tym zakresie operować oraz ogólnych zasad, jakimi powinny posługiwać się w trakcie ich wykorzystywania.

Local and regional authorities in the process of creating entrepreneurship

Entrepreneurship is one of the main factors of regional development. The aim of the article is to present different tools which can be used by local and regional authorities for creation and development the entrepreneurship in regions. As the conclusions, there were given some of the general rules in the process of entrepreneurship development.

PhD engineer Anita Richert-Każmierska, assistant professor, Gdansk University of Technology.