

ZBIGNIEW PRZYGODZKI

Uniwersytet Łódzki

**PERCEPCJA ZNACZENIA WIEDZY
I WARTOŚCI KAPITAŁU LUDZKIEGO
W ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW
W REGIONIE ŁÓDZKIM**

Abstract: Perspectives of the Role of Knowledge's and Human Capital in the Enterprises's Development in the Region of Lodz. Human capital and knowledge are the basic factors determining the competitiveness of the economy. This fact seems obvious from a theoretical perspective, however in practice it is very difficult to lead development policy, especially at the regional level, exploiting these factors. These difficulties are found in both the public authorities and private organizations. Investment in intangible assets is not attractive from the point of view of the possibility of obtaining quick results. In this context, it is interesting field of exploration. Thus, the aim of this paper is to verify what is the current range of knowledge and human capital in local, highly competitive companies, who are market leader in the region. It can be treated as a way of measuring the maturity of the local entrepreneurship *milieu* for the knowledge-based economy. This study, carried out on the example of companies from the Lodz region, is also an important element in assessing the needs and challenges of the policy of supporting entrepreneurship and innovation.

Key words: Capital, entrepreneurship milieu, human knowledge, region.

**1. Zasoby wiedzy i kapitału ludzkiego
jako determinanty konkurencyjności przedsiębiorstw i regionu**

Regiony, poszukujące przewag konkurencyjnych, muszą opierać swój rozwój przede wszystkim na wzmacnianiu zdolności innowacyjnych. Relatywnie prosta działalność inwestycyjna, nawet o znacznej skali (np. w zakresie dużych projektów infrastrukturalnych), pozbawiona znamion innowacji nie wystarcza w gospodarce opartej na wiedzy, aby skutecznie rywalizować na otwartym rynku [Nowakowska 2011]. Właściwość ta jest istotna zarówno dla organizacji, takich jak jednostki samorządu terytorialnego oraz przedsiębiorstwa, które często są najważniejszym czynnikiem wzmoc-

niania konkurencyjności miast i regionów. Produktywność innowacji zależy przede wszystkim od dostępności wiedzy i właściwości kapitału ludzkiego, a szerzej także od zakresu interakcji obecnych w środowisku lokalnym, zdefiniowanych pod pojęciami *kapitału społecznego* i *stopnia organizacji systemu innowacji*. Jak zauważył już dość dawno Drucker [1999, s. 152. produktywność wiedzy staje się coraz częściej czynnikiem rozstrzygającym o zajmowanym miejscu przez dany kraj czy przedsiębiorstwo na rynku globalnym. Wiedza człowieka i zasoby intelektualne są obecnie najbardziej wartościowym aktywem każdej spółki [Skrzypek 2003]. Sytuacja ta zdeterminowała pojawienie się nowej klasy podmiotów gospodarczych – przedsiębiorstw opartych na wiedzy¹. Przedsiębiorstwa te, jako najbardziej dostosowane do współczesnych warunków rynkowych, w naturalny sposób stają się liderami rynków, dystansując konkurencję i jednocześnie wyznaczając przyszłe trendy rozwoju. Mają większą skłonność i zdolność do integracji lokalnych środowisk przedsiębiorczości, głównie dzięki wyższej świadomości potrzeby specjalizacji swojej działalności. Dostrzegają we współpracującym środowisku efektów korzyści skali, ograniczenia kosztów transakcyjnych oraz socjalizacji ryzyka prowadzenia działalności. Bazują na wykorzystywaniu wiedzy sektorów pokrewnych w celu kreowania własnych innowacji². Podmioty o takiej charakterystyce skutecznie wpływają także na poziom innowacyjności całego środowiska przedsiębiorczości dzięki zjawiskom dyfuzji innowacji, determinowaniu powstawania innowacji w środowisku oraz procesom rozprzestrzeniania się wiedzy cichej [Polanyi 1962, s. 601-616]. Ponadto należy zauważyć, że zmiana sposobu organizacji działalności gospodarczej współczesnych przedsiębiorstw, w tym podział łańcucha wartości dodanej między wiele niezależnych podmiotów gospodarczych, wywiera presję na jakość zasobów ludzkich, zaangażowanych bezpośrednio w procesy transakcyjne. Inaczej mówiąc w znacznej mierze od wartości kapitału ludzkiego zależy wysokość kosztów

¹ Według Skrzypek [2009], przedsiębiorstwo oparte na wiedzy ma następujące cechy: wytwarza produkty bogate w wiedzę, czyli takie, których ponad 50% wartości stanowi wiedza lub takie, które dostarczają usługi oparte na wykorzystaniu wiedzy w większym stopniu niż na pracy fizycznej; zatrudnia wysokiej klasy specjalistów tzw. pracowników wiedzy, stanowiących trzon wszystkich zatrudnionych; o jego wartości rynkowej w decydującym stopniu przesądza wartość kapitału intelektualnego, a to znaczy, że stosunek wartości rynkowej do wartości księgowej jest większy od 2, czyli można powiedzieć, że to co nie jest ujęte w bilansie jest więcej warte, niż wynosi wartość księgowa.

² Przykładem tego typu zachowań może być sytuacja obserwowana przez autora w trakcie przygotowywania tej pracy: jedna z firm branży urbanistycznej (mała pracownia projektowa) zaoferowała produkt dla gmin w postaci **systemu informacji przestrzennej wykorzystującego zwektoryzowane miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego**. Innowacyjność tego rozwiązania nie polega jednak na niepowtarzalnych umiejętnościach czy sposobach digitalizacji danych przestrzennych, ale na umiejętnym połączeniu trzech produktów (usług) oferowanych na rynku przez różne podmioty działające w różnych branżach (**zarządzanie serwerami, specjalistyczne oprogramowanie oraz praca wykonana w biurze urbanistycznym**). Skuteczność tej współpracy oraz w konsekwencji innowacyjność wygenerowanego produktu pozwoliła zdobyć przewagę na rynku pracowni, a nawet konkurować cenowo z dużymi (międzynarodowymi) firmami działającymi w branży projektowania urbanistycznego. Przykład pierwszego komercyjnego wdrożenia tego produktu można zobaczyć pod adresem: http://www.aleksandrow.sipgminy.pl/panel_aleks/home/.

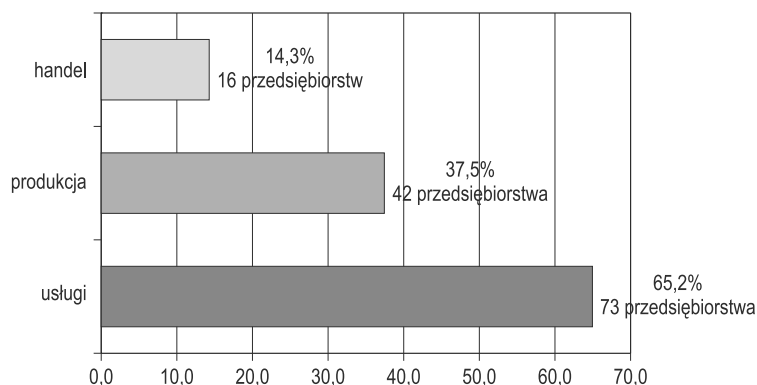
transakcyjnych generowanych przez przedsiębiorstwo. W tym przypadku pojęcie *kapitału ludzkiego* należy rozumieć szeroko, przez pryzmat takich cech, jak kompetentność, zręczność intelektualna, motywacja do działania i kreatywność.

Podsumowując, można wskazać, że działalność inwestycyjna jest determinantą konkurencyjności, ale wówczas gdy dotyczy w znacznej mierze wzmocnienia zdolności zaangażowania w procesy rozwoju potencjału ludzkiego i wiedzy, pamiętając, że mimo fizycznej obecności ludzi, budowanie zasobów kapitału ludzkiego wymaga wysiłku inwestycyjnego.

2. Identyfikacja i cel badań przedsiębiorstw opartych na wiedzy w regionie łódzkim

Ważną oceną potencjału konkurencyjnego regionu, w wymiarze strategicznym, może być w zarysowanej wyżej perspektywie, poziom wykorzystywania oraz zaangażowania w tworzenie zasobów wiedzy i kapitału ludzkiego lokalnych przedsiębiorstw. Stan uświadomienia roli wartości niematerialnych w tworzeniu wartości dodanej oraz zdolności inwestycyjne w tym zakresie stanowią istotny wskaźnik potencjału konkurencyjnego lokalnego środowiska przedsiębiorczości. Informacja ta może być również wskazówką, w szczególności dla władz samorządowych, w kontekście określenia właściwych kierunków wsparcia w ramach ogólnej polityki rozwoju czy poszczególnych polityk sektorowych. Rodzi się wręcz postulat definiowania odrębnych regionalnych polityk rozwoju kapitału ludzkiego. Co ciekawe, mimo że kapitał ludzki powszechnie uważany jest za jeden z filarów gospodarki opartej na wiedzy, to ten rodzaj polityki na poziomie regionalnym w Polsce nie jest jeszcze obecny, nie jest także powszechny w innych krajach europejskich, nawet wyżej rozwiniętych [Przygodzki 2013].

Celem tej pracy jest zatem prezentacja wybranych wniosków z badań ilustrujących poziom percepcji znaczenia wiedzy i kapitału ludzkiego jako czynników oddziałujących na wartość, dochodowość, konkurencyjność i rozwój przedsiębiorstw. Badania w tym zakresie przeprowadzono w 112 przedsiębiorstwach metodą CATI w okresie 11.2011-02.2012, mających swoją siedzibę w regionie łódzkim. Kryterium doboru respondentów był wybór celowy małych i średnich „przedsiębiorstw opartych na wiedzy”. Dla weryfikacji trafności dokonanego wyboru próby badawczej, podczas wywiadów zapytano także samych respondentów czy uważają się za podmioty, których rozwój w znacznej mierze zależy od wiedzy i kapitału ludzkiego. Metodyka wyboru arbitralnego została potwierdzona w 70% przez samych respondentów deklarujących wysoki udział wiedzy i wartości niematerialnych w tworzeniu rynkowej wartości ich przedsiębiorstw. Tylko 30% określiło, że podstawą wartości firmy jest majątek trwały. Wśród tych podmiotów jedynie 4,5% to przedsiębiorcy, których dominującą formą działalności była produkcja.



Ryc. 1. Dominujący sektor prowadzenia działalności gospodarczej (% skumulowany)

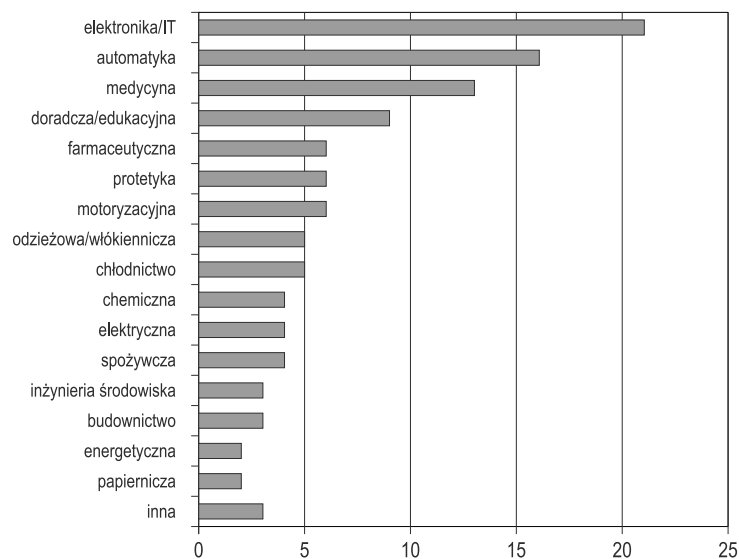
Źródło: Opracowanie własne (ryc. 1-5).

Realizując badanie i interpretując wyniki przyjęto m.in. założenie, że inwestycje w wiedzę i kapitał ludzki pozwalają generować przewagi konkurencyjne dzięki zwiększonej skłonności do innowacyjności przedsiębiorstw. Nie założono natomiast *a priori* kto powinien ponosić koszty tych inwestycji, czy sam przedsiębiorca, czy inne podmioty zaangażowane w tworzenie lokalnych środowisk przedsiębiorczości (w tym instytucje sektora edukacyjnego i badawczego). Można bowiem założyć, że potencjalnie efektywniejszym rozwiązaniem dla przedsiębiorcy, będzie pozyskiwanie wiedzy specjalistycznej i zainwestowanego kapitału ludzkiego z otoczenia, a nie własna działalność w tym zakresie³.

Dokonując uproszczonej charakterystyki respondentów, badaniu poddano podmioty prowadzące działalność gospodarczą, wśród których 57% stanowiły mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające mniej niż 10 osób (w tym 52% przedsiębiorstwa jednoosobowe), 23% małe i 20% średnie przedsiębiorstwa. Właścicielami badanych przedsiębiorstw są osoby dobrze lub bardzo dobrze wykształcone. Zdecydowana większość – 69% posiada wykształcenie wyższe, w tym 3 ma tytuł doktora, 28% to przedsiębiorcy z wykształceniem średnim i 3% charakteryzowało się wykształceniem zasadniczym.

Ponad 65% badanych stanowili respondenci należący do sektora usługowego (jednocześnie w grupie tej 5 podmiotów przyznało, że zajmuje się także produkcją i kolejne 5, że istotną ich aktywnością jest działalność handlowa). 33% to przedsiębiorcy, dla których kluczową aktywnością w realizacji działalności gospodarczej jest produk-

³ Nie rozwijając zanadto wątku, taki kierunek myślenia nie jest obecnie odosobniony, ponieważ można tutaj doszukać się dużego podobieństwa, do założeń definiujących promowaną obecnie w Unii Europejskiej koncepcje inteligentnych specjalizacji regionalnych, jako metodę realizacji regionalnej polityki innowacyjnej. Chodzi o jedną z dwóch podstawowych przesłanek motywujących stosowanie tej metody, dotyczącą stwierdzenia, że regiony nie są w stanie same uzyskać wysokiej doskonałości w nauce, technologii i innowacjach. W tym kontekście można analogicznie zaproponować tezę, że przedsiębiorstwa nie są w stanie same podejmować trudu inwestycji w wiedzę i kapitał ludzki.



Ryc. 2. Liczba badanych przedsiębiorstw według dominujących branż prowadzenia działalności

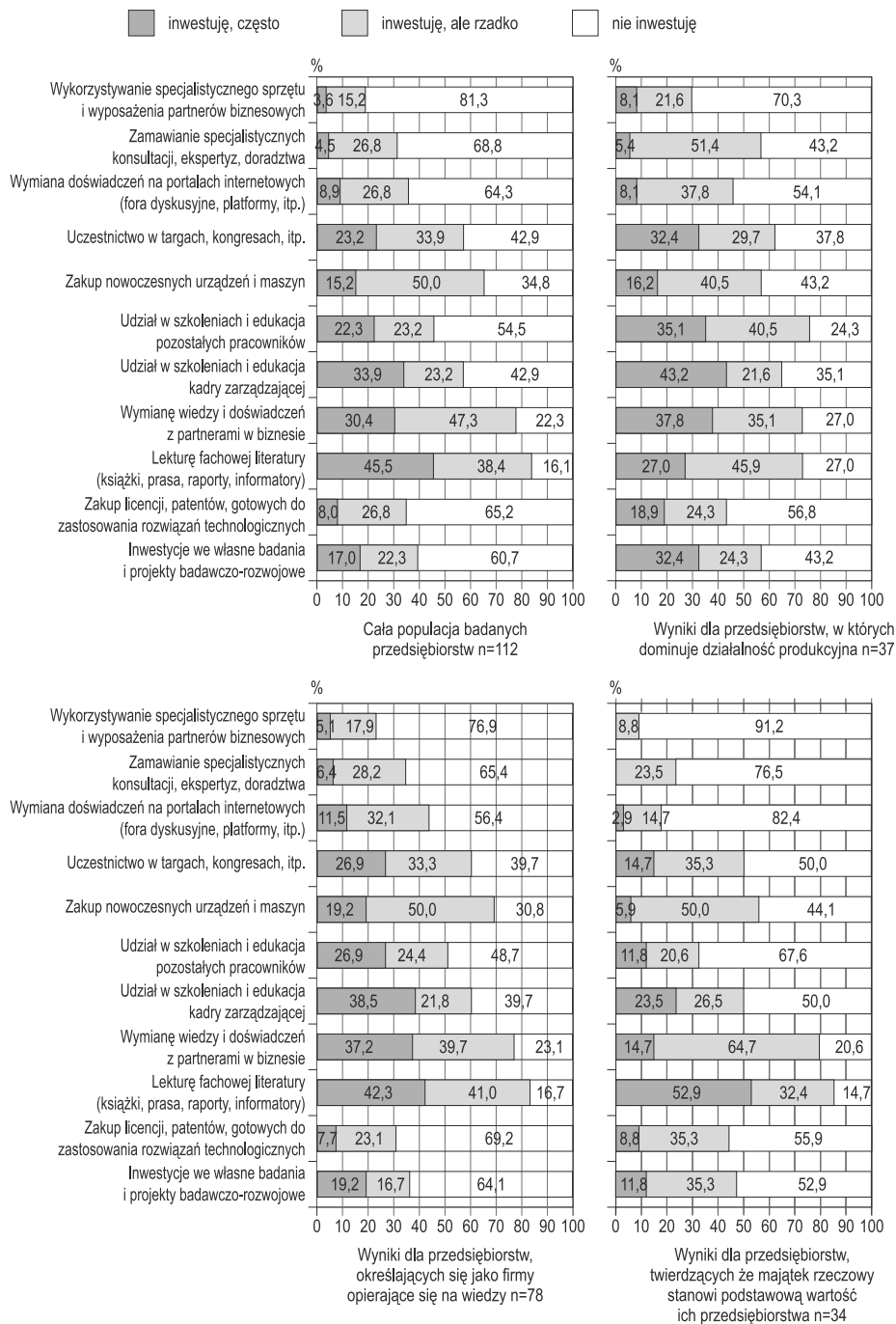
cja (w tym 9 prowadzi jednocześnie działalność handlową), niespełna 2% to respondenci zajmujący się wyłącznie handlem. Najwięcej badanych przedsiębiorstw reprezentuje branże elektroniczną i IT, automatyczną, medyczną i szkoleniowo-doradczą (ryc. 1 i 2).

3. Percepcja roli wiedzy w budowaniu potencjału konkurencyjnego przedsiębiorstwa

Badani respondenci, przedsiębiorstwa oparte na wiedzy, poszukują wiedzy o zróżnicowanym charakterze i w różnorodny sposób. Zarówno wysoko cenią dostęp do wiedzy rynkowej, jak i do wiedzy cichej. Wykorzystują dostęp do źródeł wiedzy artykułowanej (m.in.: prasa, książki), jak również dbają o relacje i aktywne uczestnictwo w środowisku przedsiębiorczości wykorzystując do tego celu kontakty osobiste (m.in.: spotkania nieformalne, targi, konsultacje, ekspertyzy) oraz, choć w mniejszym zakresie, dostępne narzędzia informacyjno-komunikacyjne (m.in.: fora internetowe, grupy dyskusyjne). Interesujące okazało się, że sytuacja ta znacznie zmieniła się w porównaniu do wyników uzyskanych w badaniach reprezentatywnych dla przedsiębiorstw produkcyjnych działających w regionie łódzkim w 2002 r. [Przygodzki 2003, s. 228-242]. Wówczas, niespełna 40% przedsiębiorstw podejmowało współpracę z otaczającym środowiskiem przedsiębiorczości, a najczęstszą formą kontaktów z otoczeniem były spotkania osobiste (81% wskazań), targi i wystawy (53%) oraz Internet (20%). Pozostałe formy wymiany wiedzy i informacji miały marginalne znaczenie. Obecnie znacznie wzrósł poziom zapotrzebowania na dyfuzję wiedzy i informacji w środowisku prak-

tycznie w każdym dostępnym kanale dostępu do wiedzy. Istotne zmiany dostrzegalne są nawet w zakresie aktywności na rynku własności przemysłowych. W 2002 r. tylko ok. 8% badanych wykorzystywało ten kanał dostępu do wiedzy (pamiętając, że wówczas badana populacja składała się wyłącznie z przedsiębiorstw produkcyjnych, a więc potencjalnie najbardziej zainteresowanych tą formą dostępu do wiedzy). Obecnie, analizując wyłącznie odpowiedzi przedsiębiorstw produkcyjnych, 18,9% badanych przyznaje, że w ten sposób często inwestuje w wiedzę, a dodatkowo 24,3% inwestuje choć rzadziej. Zwiększyła się także skłonność, szczególnie przedsiębiorstw produkcyjnych (choć nie tylko) do zamawiania specjalistycznych konsultacji, ekspertyz i doradztwa. Obecnie 56,8% badanych przyznaje, że korzysta z takich usług w tym 5,4% często. Natomiast uogólniając w 2002 r. tylko niespełna 10% badanych miało kontakt z sektorem B+R lub sektorem pozarządowym w tym zakresie. W konsekwencji można wnioskować, że środowisko przedsiębiorczości w regionie łódzkim zdecydowanie ewoluuje w kierunku gospodarki opartej na wiedzy, w szczególności dotyczy to regionalnych liderów konkurencyjności, poddanych badaniu. Obserwując wyniki badań można stwierdzić, że zdecydowanie wiedzochłonne są przedsiębiorstwa produkcyjne działające w regionie. We wszystkich kanałach transmisji wiedzy wykazują wyższe wyniki – wyższą skłonność do ich wykorzystywania – nawet w porównaniu z analizą wyłącznie tych przedsiębiorców, którzy samodzielnie deklarują, że ich konkurencyjność opiera się wykorzystywaniu wiedzy w działalności gospodarczej.

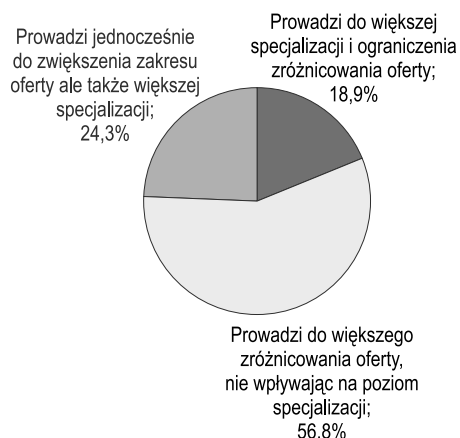
Do najważniejszych czynników motywujących przedsiębiorców do inwestowania we wzrost zasobów wiedzy i kapitał ludzki należy zaliczyć wymagania klientów (83,9%), w drugiej kolejności zachowania konkurentów (78,6%) oraz wymagania partnerów biznesowych (61,7%). Można uznać, że są to determinanty najbardziej pożądane, wywołujące efekty samonapędzającego procesu, szczególnie w okresie wzrostu gospodarczego przy dodatniej dynamice wzrostu konsumpcji i produkcji. Warto odnotować jest również to, że przedsiębiorców motywują w tym zakresie działania władz publicznych (niespełna 44% odpowiedzi), co potwierdza zasadność celowej interwencji publicznej zarówno z perspektywy centralnej, jak i regionalnej. Odpowiednio ukierunkowana, dopasowana do specyfiki miejsca polityka władz publicznych, może być istotną siłą sprawczą rozwoju gospodarczego. Znajduje to swoje uzasadnienie zarówno na gruncie teorii rozwoju lokalnego, jak i teorii bliskości (pamiętając jednak o negatywnych konsekwencjach bliskości w postaci efektu *lock-in*) [Boschma 2005, s. 70-71]. Istotność działań władz publicznych podkreśla także to, że respondenci uwzględniają jako determinantę inwestowania w kapitał ludzki rolę instytucji szkoleniowo-doradczych oraz edukacyjnych, których aktywność zwłaszcza w obecnym okresie, determinowana jest wsparciem finansowym z EFS. Chociaż motyw ten w ocenie aktywności instytucji publicznych nie jest najważniejszy, ponieważ zarówno oferta instytucji szkoleniowo-edukacyjnych publicznych, jak i prywatnych wskazywana jest jako determinanta inwestowania w wiedzę i kapitał ludzki tylko przez odpowiednio 24,1% i 25,7% badanych (ryc. 3).



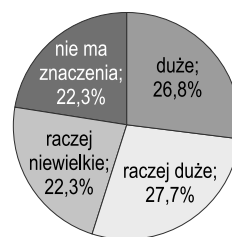
Ryc. 3. Sposób i częstotliwość podejmowania inwestycji we wzrost wartości wiedzy w przedsiębiorstwach

Przedsiębiorcy oceniając skutki wzrostu zasobów wiedzy (niezależnie od formy) najczęściej wskazują, że ma ona pozytywny wpływ na rozszerzenie oferty produkcyjnej ich działalności i jednocześnie nie wpływa na pogłębianie specjalizacji (56,8%) (ryc. 4). Choć jest też grupa podmiotów, które wskazują jako skutek tylko specjalizację i wręcz ograniczenie zróżnicowania oferty. Podobna grupa respondentów wskazuje też, że dochodzi zarówno do pogłębienia specjalizacji, jak i do zwiększenia zakresu oferty. Sytuację tę należy ocenić pozytywnie zarówno z perspektywy stabilizacji rynku regionalnego, jak i dojrzałości do podejmowania współpracy. Specjalizacja otwiera nowe możliwości nawiązywania partnerstw, szczególnie wewnątrzbranżowych oraz zwiększa presję do ekspansji na nowe rynki. Natomiast zróżnicowanie oferty daje większe poczucie stabilizacji ze względu na zakres oddziaływania na rynek. Strategia specjalizacji znacznie podnosi zdolności innowacyjne podmiotów zarówno ze względu na dostęp do zasobów partnerów biznesowych, jak i właściwości otoczenia (środowisk przedsiębiorczości), które w większej skali i zakresie oddziałuje na przedsiębiorcę.

Co ciekawe, wbrew powszechnie utartym schematom, przedsiębiorstwa oparte na wiedzy w prawie 46% wskazują, że dostępność do środków finansowych nie jest przyczyną sprawczą zmian i innowacji (ry. 5). Najważniejszy w tym zakresie jest dostęp do wiedzy i pomysł. 29% jest zdania, że jednocześnie sprawność zdobywania środków finansowych i *know how* jest warunkiem sukcesu rynkowego. Stanowisko takie znajduje potwierdzenie w literaturze przedmiotu, gdzie wskazuje się, że w gospodarce nowego typu wykorzystanie nowej wiedzy będzie uzależnione od zasobów i jakości już posiadanej wiedzy (stosować się będzie wiedzę do wiedzy w celu determinowania procesów rozwoju). Opinia ta potwierdza, jak ważne miejsce w polityce inwestycyjnej w tym obszarze zajmuje wzmocnienie kapitału kreatywnego [Klasik 2008, 2010].



Ryc. 4. Znaczenie wzrostu poziomu wiedzy, kompetencji pracowników, innowacji w przedsiębiorstwie w ocenie respondentów



Ryc. 5. Znaczenie dostępności środków finansowych jako determinanta inicjowania procesu zmian, innowacji w przedsiębiorstwie

4. Kapitał ludzki w rozwoju przedsiębiorstw regionu łódzkiego

Wyniki badań pozwalają zauważyć, że przedsiębiorcy mają świadomość wzmocnienia zasobów kapitału ludzkiego, w kontekście determinowania swojej konkurencyjności. Aż 88% respondentów stwierdza, że inwestycje w kapitał ludzkie warunkują jego rozwój (12% jest zdania przeciwnego). Badani twierdzą tak, nawet mimo to, że większość (prawie 70%) nie potrafi oszacować w ujęciu finansowym zysków z tego tytułu⁴. Mimo to wyniki przeprowadzonych badań jednoznacznie pozwalają stwierdzić, że przedsiębiorcy są przekonani, że ich zaangażowanie finansowe i wysiłek organizacyjny w inwestowanie w kapitał ludzki jest niezbędny do utrzymania pozycji konkurencyjnej na rynku. Tylko 16% badanych stwierdza kategorycznie, że inwestowanie w rozwój kapitału ludzkiego w przedsiębiorstwie jest nieopłacalne, natomiast znacznie skuteczniej jest pozyskiwać wiedzę i już wykształconych (wykwalifikowanych) pracowników z zewnątrz (na rynku). Kolejne 19% respondentów przychyliło się do takiego stanowiska, choć opinia ta nie jest już tak kategoryczna.

Nieco gorzej jednak wygląda sytuacja przechodząc do identyfikacji sfery realnych działań na rzecz wzmocnienia kapitału ludzkiego. Można zauważyć, że adekwatnie do poziomu świadomości znaczenia zasobów wiedzy w rozwoju, przedsiębiorcy w podobnym zakresie postrzegają znaczenie kapitału ludzkiego i inwestycji w tym obszarze. Respondenci w 57% przyznali, że na bieżąco angażują się w inwestycje w kapitał ludzki w postaci dofinansowywania szkoleń, kursów, edukacji własnej czy pracowników, staży, wyjazdów mających na celu wzrost kompetencji pracowników, itp. Systematyczne działania w tym zakresie, w każdym miesiącu podejmuje zaledwie 8% badanych. Przy czym są to w takiej samej liczbie zarówno przedsiębiorstwa produkcyjne, jak i usługowe. 36% przedsiębiorstw stwierdza, że realizuje, w zróżnicowanej formie politykę szkoleniowo-edukacyjną. Najczęściej (w 60%) ma ona formę organizowania praktyk zawodowych i współpracy ze szkołami różnych typów w zakresie kształcenia pracowników.

Identyfikując oczekiwania i opinie przedsiębiorców w zakresie podstawowych źródeł inspiracji i motywów inwestycji we wzmocnienie wartości kapitału ludzkiego, należy zauważyć, że w zdecydowanej większości mają one charakter wewnętrzny. Większość przedsiębiorców (73%) uważa, że rynek nie oferuje odpowiednio przygotowanych zasobów kapitału ludzkiego, dlatego chcąc być konkurencyjnym należy samodzielnie inwestować w pracowników. Przy czym 33% respondentów spośród tej grupy jest zdania, że wiedza, która jest dostępna w otoczeniu w postaci wykształconego kapitału ludzkiego, nie jest wystarczająca, aby ich przedsiębiorstwo było konkurencyjne na rynku, dlatego w tym celu konieczne są samodzielne inwestycje firm w „unikalne” kwalifikacje i wiedzę pracowników oraz zarządzających. Opinia ta nie jest jednak powszechna na przestrzeni całej badanej populacji, bowiem zdecydo-

⁴ Jest to zatem również ogromne wyzwanie dla rozwoju tzw. rachunkowości wiedzy [Niemczyk 2011, s. 105-122].

wanie przeciwnych lub raczej przeciwnych takiemu stanowisku jest 46% badanych. Inaczej mówiąc, znaczny odsetek przedsiębiorstw uważa, że nie trzeba dysponować specyficznymi, unikalnymi zasobami kapitału ludzkiego, aby być konkurencyjnym, ważne jednak, aby jego wartość była wysoka, ponieważ w ocenie badanych bezpośrednio determinuje to rozwój przedsiębiorstwa. Postawa taka uzasadnia dotychczas realizowaną strategię kształcenia studentów w ramach pierwszego i drugiego stopnia studiów w Polsce. Nastawienie na podniesienie dostępu do wykształconych ludzi przez zwiększenie ich liczby na rynku jest celem priorytetowym, co przy niezmiennych nakładach, bezpośrednio wpływa także na obniżenie jakości kształcenia. Można jednak zakładać, że ocena ta ma charakter przejściowy (strategia zachowawcza towarzysząca okresowi recesji gospodarczej) i niebawem, nieuniknioną cechą skutecznego konkutowania na rynku będzie poszukiwanie przewag konkurencyjnych zdeterminowanych niepowtarzalnością i szczególnymi właściwościami zasobów. Dlatego z pewnością właściwym kierunkiem działań niektórych uczelni jest reorientacja swoich strategii działania na podnoszenie jakości kształcenia.

Podsumowanie

Wyniki badań pozwalają zaobserwować, że przedsiębiorstwa, które są liderami na rynku wykazują dużą skłonność do inwestowania w wartości niematerialne. Ponad 80% badanych docenia kluczową rolę ludzi w budowaniu wartości przedsiębiorstwa, oraz ważną funkcję inwestowania w zasoby ludzkie. Wiedza i kwalifikacje stanowią dla większości badanych ważne kryterium oceny brane pod uwagę przy awansie zawodowym. Chociaż należy także zauważyć, że pełna dojrzałość przedsiębiorstw do warunków gospodarki opartej na wiedzy jest jeszcze wyzwaniem, bowiem np. tylko 36% respondentów prowadzi systematyczne działania w tym zakresie, które nazywa polityką szkoleniowo-edukacyjną. Istnieje także cały czas znaczna grupa przedsiębiorców (36%), którzy twierdzą, że to inne czynniki, niż właściwości kapitału ludzkiego, decydują o awansie ich pracowników.

Podsumowując, można sformułować kilka podstawowych wniosków wpływających z badań, istotnych z punktu widzenia trafności formułowania na poziomie regionalnym narzędzi, a być może także spójnej polityki rozwoju kapitału ludzkiego:

- przedsiębiorcy w regionie zgłaszają zapotrzebowanie na wartościowy kapitał ludzki o standardowych kwalifikacjach;
- $\frac{3}{4}$ respondentów uważa, że samodzielnie należy inwestować w wiedzę i kapitał ludzki, ponieważ rynek regionu nie oferuje odpowiednio przygotowanych zasobów;
- ponad połowa przedsiębiorstw zgłasza potrzebę wsparcia finansowego ze źródeł zewnętrznych, wskazując to jako ważną determinantę inwestycji w kapitał ludzki;
- dla prawie połowy przedsiębiorstw wyzwaniem jest zdobycie pomysłu na inwestowanie w wiedzę.

Szacować można, że ok. 30% badanych przedsiębiorstw mogłoby w krótkim czasie zwiększyć znacznie swoje zaangażowanie inwestycyjne w kapitał ludzki i wykorzystanie zasobów wiedzy w regionie działając w sprzyjających warunkach otoczenia. Grupa ta charakteryzuje się bowiem najważniejszą właściwością – ma świadomość potrzeby i istotności inwestowania w kapitał ludzki – brak jedynie ostatecznego przekonania, które skutkowałoby faktycznym działaniem. Te szczególnie warunki, jakimi powinno cechować się regionalne środowisko przedsiębiorczości, nazwać można „atmosferą innowacyjną” – adekwatnie do warunków opisywanych przez Marschała [1920, s. 271] zwanych atmosferą przemysłową. Działania podmiotów regionalnych powinny być zatem ukierunkowane na poprawę skuteczności i efektywności procesu inwestycji w kapitał ludzki w regionie, wykorzystując przede wszystkim korzyści bliskości i wiedzę o potrzebach oraz możliwościach lokalnego środowiska przedsiębiorczości w zakresie kapitału ludzkiego.

Literatura

- Boschma R. A., 2005, *Proximity and Innovation: A Critical Assessment*. Regional Studies, t. 39.1, February.
- Drucker P., 1999, *Spółczesność prokapitalistyczna*. PWN, Warszawa.
- Klasik A., 2008, *Kreatywne i atrakcyjne miasta. Koncepcje i mechanizmy restrukturyzacji aglomeracji miejskich*, [w:] *Kreatywna aglomeracja – potencjały, mechanizmy, aktywności. Podejścia metodologiczne*, A. Klasik (red.). AE, Katowice.
- Klasik A., 2010, *Od sektora kultury do przemysłów kreatywnych*, [w:] *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, A. Gwóźdź (red.). Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Marshall A., 1920, *Principles of Economics. An Introductory Volume*. Edit. 8. London, The MacMillan Press.
- Niemczyk L., 2011, *Rachunkowość zasobów wiedzy przedsiębiorstwa*. Gospodarka Narodowa, nr 5-6.
- Nowakowska A., 2011, *Regionalny wymiar procesów innowacji*. Wyd. UŁ, Łódź.
- Polanyi M., 1962, *Tacit Knowing: Its Bearing on Some Problems of Philosophy*. Reviews of Modern Physics, 34 (4).
- Przygodzki Z., 2003, *Środowisko przedsiębiorczości – współpraca i konkurencja na przykładzie badań w województwie łódzkim*. Prace Naukowe AE, *Gospodarka lokalna w teorii i praktyce*, Nr 979, Wrocław.
- Przygodzki Z. (red.), 2013, *Regionalny wymiar polityki rozwoju kapitału ludzkiego. Przykład Włoch, Wielkiej Brytanii, Niemiec i Polski*. Difin, Warszawa.
- Skrzypek E., 2003, *Miejsce zasobów niematerialnych w kształtowaniu wartości przedsiębiorstwa*, [w:] *Wpływ zasobów niematerialnych na wartość firmy*. Wyd. UMCS, Lublin.
- Skrzypek E., 2009, *Kreatywność pracowników wiedzy i ich wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw*. Materiały konferencyjne z V Konferencji Naukowej z serii „Wiedza i innowacje” pt. „Ochrona wiedzy i innowacji”, UJ, Kraków, 19-20 stycznia.