

3. The government expenditure process in Macedonia during the period January 2006-September 2013 is an unfair game at the confidence level 95%.

4. The government expenditure as a fraction of GDP in Macedonia during the period January 2006-September 2013 is a fair game at the confidence level 95%.

5. The official data of quarterly GDP for Macedonia during the period January 2006-September 2013 satisfies CLT at the confidence level 95%.

6. The quarterly GDP in Macedonia during the period January 2006-September 2013 is an unfair game at the confidence level 95%.

7. The mean of the quarterly government expenditure as a fraction of GDP in Macedonia during the period January 2006-September 2013 is 18.19%, the maximum value is 22% and the minimum value 16%.

8. The severity of unfair game government expenditure in Macedonia during the specified period is an obvious feature of the present study.

Mieczysław Morawski

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska

SPOŁECZEŃSTWO OBYWATELSKIE – KLASA KREATYWNA – ROZWÓJ REGIONALNY I LOKALNY

Koncepcja rozwoju samorządów lokalnych w swojej istocie zakłada tworzenie aktywnego, świadomego swojej roli i znaczenia społeczeństwa obywatelskiego, które w dążeniu do lepszej jakości życia, podejmuje się różnych form aktywności. Ich samoistną wartością jest proces uczenia się współpracy, tolerancji, wrażliwości na postulaty i potrzeby innych, podejmowania wspólnych inicjatyw.

Do cech społeczeństwa obywatelskiego należą między innymi:

- Rozwój kapitału społecznego: zaufanie, wspólne symbole, język, postawy i zachowania.
- Kształtowanie społecznej solidarności, działanie na rzecz dobra wspólnego.
- Współpraca różnych grup i społeczności wyrażających i promujących zróżnicowane interesy społeczne.
- Dobrowolne formy aktywności społecznej.
- Zróżnicowanie poglądów i otwartość na inne wartości.

W ostatnich latach proces odbudowy miast, które straciły swoje dotychczasowe funkcje ekonomiczne, społeczne, gospodarcze z racji upadku tradycyjnych sektorów gospodarki (np. górnictwo, hutnictwo, przemysł ciężki, inne), dokonuje się poprzez tworzenie przestrzeni i infrastruktury pod rozwój tzw. przemysłów kreatywnych. Oznacza to np. przebudowę centrów miast, rewitalizację i jednocześnie zmianę funkcji budynków pofabrycznych., ciągów komunikacyjnych, placów itd.

Przemysły kreatywne są to rodzaje działalności, łączące ekspresję i dzieła artystów, twórców, np. plastyków, muzyków, malarzy, aktorów i innych przedstawicieli klasy kreatywnej z nowoczesnymi narzędziami, procedurami i metodami marketingu, informatyki, sponsoringu, finansowania reprezentowanymi przez profesjonalne agencje, studia i biura projektowe, medialne, architektoniczne, wydawnicze, filmowe czy muzyczne.

Kreatywność wymaga zaangażowania intelektualnego, refleksji, skupienia, twórczej pasji i osobistego zainteresowania wykonywanym zadaniem. Zarazem jest proces przekraczania dotychczas wyznaczonych granic, kwestionowania i burzenia przyjętych i powszechnie obowiązujących założeń, reguł czy zasad, innego definiowania problemów i danej rzeczywistości, swoiste wypowiedzenie posłuszeństwa obowiązującym w powszechnej świadomości tezom.

Rezultatem pracy twórczej są dobra materialne i niematerialne, w dużym stopniu niepowtarzalne, unikalne i bez przeszłości. Tak rozumiana kreatywność wymaga wiedzy, odwagi i niekonwencjonalności. Kreatywność wymaga wsparcia ze strony środowiska, którego celem jest

zapewnienie szerokiego zakresu bodźców społecznych, ekonomicznych oraz kulturalnych. Wiąże się zatem z powstaniem nowego stylu życia, nowego środowiska, a te zaś mają sprzyjać kreatywnej pracy.

Do czynników warunkujących kreatywność należą między innymi:

- Edukacja.
- Kontakt i przeżywanie wartości wyższego rzędu: teatr, książka, film, malarstwo.
- Obcowanie z wyrafinowanymi dobrami i wytworami kształtującymi przestrzeń życia osobistego, rodzinnego, zawodowego: architektura, wzornictwo przemysłowe, urbanistyka.
- Komfortowe środowisko pracy.

Pracownicy kreatywni reprezentują najwyższy poziom profesjonalizmu (wiedzę specjalistyczną, wykształcenie oraz doświadczenie). Narzędziem pracy tychże pracowników jest umysł. Każdy wysiłek, który im towarzyszy w związku z wykonywanym zawodem ma charakter intelektualny. Oczekiwana jakość życia oznacza m.in. dostęp do: internetu (również w przestrzeni publicznej), edukacji i opieki przedszkolnej i szkolnej, oferowany na wysokim poziomie, usług medycznych i rehabilitacyjnych, wygodnych i szybkich linii komunikacyjnych, urzędów rekreacyjno-wypoczynkowych, wysokiej kultury. Ludzie kreatywni są po prostu mieszkańcami tam, gdzie mieszkają im podobni. Tam, gdzie relacje społeczne dostarczają energii, inspiracji i możliwości do tworzenia i realizacji nowych pomysłów.

Rezultatem przyciągania i wciągania w sprawy miejskie, lokalne i regionalne przedstawicielei klasy kreatywnej jest zasadnicza, innowacyjna zmiana formuły funkcjonowania wspólnot samorządowych. Wydaje się zasadne nazwanie tych zmian modelem miasta kreatywnego.

Wnioski:

We współczesnym świecie opartym na informacji, wiedzy, kompetencjach i mądrości kreatywność – rozumiana w kategoriach: przełamywania stereotypów, dostrzegania impulsów zmian, twórczego rozwiązywania problemów, tworzenia innowacyjnych idei i ich inteligentnego wdrażania – stanowi istotę funkcjonowania nowoczesnych społeczeństw.

Rdzeniem społeczeństwa obywatelskiego jest klasa kreatywna, grupująca wysoko kwalifikowanych, czynnych profesjonalistów: ludzi wolnych, niezależnych o wysokich standardach etycznych i zawodowych. W społeczeństwie obywatelskim XXI wieku ich pozytywna rola w inicjowaniu, projektowaniu i czynieniu zmian dla dobra cywilizacji i społeczeństw jest funkcją ukształtowanego modelu 3xP: profesjonalizm, przedsiębiorczość, prawość.

Miejscom, w którym rośnie prawdopodobieństwo rozwoju cech społeczeństwa obywatelskiego są miasta i regiony, w których możliwy jest rozwój przemysłów kreatywnych. Sektor ten dynamizuje rozwój lokalny i regionalny dzięki intensyfikacji aktywnych, dobrowolnych, otwartych i spontanicznych relacji społecznych ludzi kultury, biznesu i nauki. Współpraca staje się imperatywem wszelkiego działania, budując zaufanie między członkami społeczności. Powstaje fundament społeczeństwa obywatelskiego.

Literatura

1. Caves R., Creative Industries: Contracts Between Art. And Commerce, Harvard Business Press, 2000.
2. Florida R., Narodziny klasy kreatywnej, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2010.
3. Florida R., The Rise of the Creative Class, Basic Books, New York, 2004.
4. Klincewicz K., Klasa kreatywna w Polsce. Technologia, talent i tolerancja jako źródło rozwoju regionalnego, Wyd. WZ Uniwersytetu Warszawskiego, 2012.
5. Klimczuk A., Przemysły kultury i kreatywne w regionie zróżnicowanym kulturowo. Bariery i wyzwania z perspektywy polityki regionalnej, w: Przemysły kreatywne 2.0.12, wydanie I, Fundacja Rozwoju Kina, Kraków, 2013.
6. Lewandowski P., Mućk J., Skrok Ł., Znaczenie gospodarcze sektora kultury. Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy, Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa 2010.
7. Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A., Grochowski M., Analiza potrzeb i rozwojów przemysłów kreatywnych. Raport końcowy, Ecorys, Warszawa, 2009.
8. Morawski M., National Style of Enterprise Management in Central European Countries

Conceptualization of Research, Universal Journal of Management, 2 (4), 2014.

9. Morawski M., Procesy innowacyjne w przemyślach kreatywnych, w: Innowacyjne i jakościowe aspekty w zarządzaniu operacyjnym, A.M. Lis, G. Zieliński (red.), Wyd. Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 2014.

10. Newbiggin J., Kreatywna gospodarka i przemysły kultury, British Council, Londyn-Warszawa, 2010.

11. Ulatowska R. (red.), Innowacje i nowe technologie przemysłów kreatywnych, FRK, Kraków 2012.

12. Szultka S., Klastry w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów, Wydanie I, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2012.

Zoriana Petrova

Metropolitní univerzita Praha, Česká republika,

Iryna Lyubezna

Тернопільський національний економічний університет, Україна

DEFINICE A POJETÍ KONKURENCESCHOPNOSTI

Konkurenceschopnost je často používaný pojem, který je možno definovat na různých úrovních z různých úhlů pohledu. V následující kapitole se věnuji vymezení konkurenceschopnosti jako takové dle několika teorií a vývoje vnímání tohoto pojmu, dále se pak zaměřuji konkrétněji na vymezení pojmu konkurenceschopnost státu, která je podstatou této práce. Poslední část se věnuje hodnocení konkurenceschopnosti na úrovni národních ekonomik z hlediska stanovených kritérií dle hodnotících institucí.

Konkurenceschopnost vnímáme jako schopnost prosadit se v určitém oboru v porovnání s ostatními. Jde o způsob soupeření či soutěžení, které najdeme v podstatě ve všech oblastech lidského života. Různorodost definic je dána již svým lingvistickým významem. Totiž - pojem vychází z latinského termínu “cumpetere”, který znamená nejen spolupráci, ale i soutěž. To určuje rozdílné vnímání konkurenceschopnosti dle přístupu aktérů - zda spolu soutěží či nikoli [2].

Ekonomická teorie popisuje konkurenceschopnost jako kategorii komplexní a složité měřitelnou. Pojem konkurenceschopnost můžeme vnímat v užším či širším významu. Je měřitelná kvantitativními i kvalitativními metodami. Z tohoto důvodu se v literatuře setkáváme s různým vnímáním tohoto pojmu jak v rovině významové, tak v jeho definování.

Mezi ekonomy se najdou jednak ti, kteří vnímají konkurenceschopnost jako důležitou charakteristiku ekonomik, ale i tací, kteří tento koncept zhodnotili jako nicneříkající.

Pro dostatečné ujasnění pojmu konkurenceschopnost je důležité zmínit také existenci několika referenčních úrovní, na kterých ji můžeme pozorovat a definovat, a které mají také na svědomí nejednoznačnost definic pojmu. Můžeme rozlišovat konkurenceschopnost na úrovni jedinců, firmy, odvětví, celého regionu i země. Tyto kategorie se dají v ekonomické rovině sloučit do dvou základních důležitých konceptů, mezi kterými vnímáme výraznější rozdíl – konkurenceschopnost firem a státu. Totiž – státy si nekonkurují stejně jako firmy. O tom mluví i Porter [7] a popisuje koncept zero sum game neboli hra s nulovým součtem. Ta funguje na principu „co jeden hráč získá, druhý musí ztratit“, proto spolupráce v takovýchto soutěžích nemá smysl. V případě firem a jejich konkurenceschopnosti tento koncept funguje, v případě států je naopak (a především pro EU) spolupráce podstatou.

Jednotlivé státy mají také výhodu ve faktu, že i pokud budou relativně nekonkurenceschopné, tak nezaniknou, jak by se tomu stalo v případě firmy. Komplexní definice OECD (zahrnující všechny úrovně) vnímá konkurenceschopnost jako schopnost korporací, odvětví, regionů, národů a nadnárodních celků vytvářet vysokou úroveň příjmů z výrobních faktorů i poměrně vysokou úroveň jejich využití na udržitelné úrovni při současném vystavení se mezinárodní konkurenci [6]. Jinými slovy – konkurenceschopnost závisí na schopnosti subjektu produkovat zboží a služby, které obtož