

JOANNA DOMINIAK

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska ■ Adam Mickiewicz University in Poznan, Poland

Rola otoczenia biznesu we wspieraniu przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. Przykład Wielkopolski

The Role of Business Environment in Promoting Entrepreneurship and Innovation.
An Example of Wielkopolska

Streszczenie: Celem artykułu jest charakterystyka funkcjonowania otoczenia biznesu w województwie wielkopolskim i jego wpływu na rozwój przedsiębiorczości oraz innowacyjności gospodarki. Analiza ta uwzględniła zarówno podaż usług otoczenia biznesu, jak i popyt tworzony przez przedsiębiorstwa korzystające z tych usług. Artykuł powstał na podstawie badań terenowych przeprowadzonych na obszarze województwa wielkopolskiego. Ze względu na fakt, że instytucje i firmy otoczenia biznesu lokalizowane są przede wszystkim w dużych miastach, badania ankietowe prowadzone były w: Poznaniu, Koninie, Kaliszu, Lesznie i powiecie poznańskim. W analizie strony popytowej otoczenia biznesu (przedsiębiorstw) uwzględniono także powiaty: śłupecki, kaliski, pleszewski. Badanie ankietowe dotyczyło z jednej strony funkcjonowania instytucji i firm otoczenia biznesu, a z drugiej strony – zapotrzebowania na usługi otoczenia biznesu ze strony przedsiębiorstw. W szczególności badanie zmierzało do: 1. analizy funkcjonowania instytucji i firm otoczenia biznesu, zakresu świadczonych przez nie usług i zasięgu ich oddziaływania oraz 2. identyfikacji natężenia i zakresu relacji występujących między przedsiębiorstwami a instytucjami otoczenia biznesu. Artykuł prezentuje wyniki projektu badawczego: „Rozwój społeczno-gospodarczy a kształtowanie się obszarów wzrostu i stagnacji gospodarczej”, finansowanego przez Narodowe Centrum Nauki (N N306 791940), a realizowanego w Zakładzie Analizy Regionalnej Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu.

Abstract: The goal of this article is to characterize the operations of the business environment in Wielkopolska voivodeship and its impact on promoting entrepreneurship and innovation. In this analysis, the supply of the business environment services and the demand generated by companies taking advantage of these services have been taken into consideration. This article has been based on field research conducted in Wielkopolska voivodeship. Bearing in mind that institutions and companies operating in a business environment are located predominantly in large cities, the questionnaire research was conducted in: the cities of Poznań, Konin, Kalisz, Leszno and Poznań county. An analysis of the demand in the business environment (companies) also considers: Ślupca, Kalisz and Pleszew counties. The questionnaire revolved around the operations of institutions and companies in a business environment as well as a demand for business environment services on the part of companies. In particular, the research was aimed at: 1. analyzing the operations of business environment institutions and firms, the scope of services rendered by them and 2. identifying the intensity and scope of relations between companies and business environment institutions. This article presents the results of the research project “Socio-

economic Development and the Development of the Areas of Growth and Economic Stagnation”, funded by the National Science Centre (N N306 791940) conducted at the Department of Regional Studies of the A. Mickiewicz University in Poznan.

Słowa kluczowe: innowacyjność; otoczenie biznesu; przedsiębiorczość; usługi dla biznesu; Wielkopolska
Key words: business environment; business services; entrepreneurship; innovation; Wielkopolska

Otrzymano: 15 listopada 2015

Received: 15 November 2015

Zaakceptowano: 26 lutego 2016

Accepted: 26 February 2016

Sugerowana cytacja/Suggested citation:

Dominiak, J. (2016). Rola otoczenia biznesu we wspieraniu przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. Przykład Wielkopolski. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 98–113.

Wstęp

We współczesnych przemianach systemu społeczno-gospodarczego właściwie ukształtowane środowisko działalności gospodarczej jest istotnym czynnikiem rozwoju. Otoczenie biznesu z jednej strony jest czynnikiem lokalizacji działalności gospodarczej, a z drugiej strony – warunkuje dynamiczny rozwój społeczno-gospodarczy. W świetle literatury otoczenie biznesu w szerokim znaczeniu oznacza klimat sprzyjający prowadzeniu działalności gospodarczej i obejmuje wyposażenie instytucjonalne oraz środowisko innowacyjne (Chojnicki, 1999). Usługi otoczenia biznesu świadczone są zarówno przez instytucje, jak i przez komercyjne firmy. Instytucje otoczenia biznesu możemy podzielić na dwie główne grupy. Pierwsza z nich tworzy tzw. wyposażenie instytucjonalne regionu i obejmuje różnego rodzaju organizacje, agencje, fundacje i stowarzyszenia wspierające rozwój w skali lokalnej lub regionalnej (np. agencje rozwoju regionalnego) oraz organizacje o charakterze gospodarczym (czyli organizacje samorządu gospodarczego, organizacje pracodawców, profesjonalne). Druga grupa instytucji związana jest ze środowiskiem innowacyjnym. W jej skład wchodzi instytucje sfery badawczo-rozwojowej odpowiedzialne za generowanie innowacji oraz ośrodki pośredniczące w transferze tych innowacji z nauki do gospodarki i ułatwiający proces ich komercjalizacji. Zalicza się do nich szeroko rozumiane ośrodki innowacji i przedsiębiorczości, takie jak: centra transferu technologii, centra innowacji, parki technologiczne czy fundusze pożyczkowo-poręczeniowe. Poza wymienionymi wyżej instytucjami w sferze usług otoczenia biznesu działają firmy komercyjne świadczące usługi dla biznesu. E. Nowosielska (2000) usługi dla biznesu utożsamia z grupą instytucji o charakterze komercyjnym, takim jak: działalność prawnicza, rachunkowość, księgowość, badanie rynku i opinii publicznej, doradztwo w zakresie prowadzenia interesów, zarządzanie i reklama. Usługi dla biznesu sklasyfikowane zostały w sekcjach: Pośrednictwo finansowe (J) PKD 2004 oraz Obsługa nieruchomości i firm, nauka (K) PKD 2004. Po zmianie obowiązującej klasyfikacji i przejściu na PKD 2007, od 2009 roku podmioty te zostały zaklasyfikowane do następujących sekcji: Informacja i komunikacja (J), Działalność finansowa i ubezpieczeniowa (K), Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości (L), Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (M) oraz Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca (N).

Rynek usług otoczenia biznesu rozumiany jest jako ogół stosunków między sprzedającymi, którzy oferują usługi otoczenia biznesu, czyli zgłaszają podaż (usługodawcy), a kupującymi,

którzy wyrażają chęć zakupu tych usług, czyli zgłaszają popyt (usługobiorcy) (por. Daszkowska, 1998). Podaż usług otoczenia biznesu oferowana jest przez instytucje otoczenia biznesu i komercyjne firmy świadczące usługi dla biznesu. Popyt generują przedsiębiorstwa korzystające z ich usług.

Celem niniejszego artykułu jest charakterystyka funkcjonowania otoczenia biznesu w województwie wielkopolskim i jego wpływu na rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. W szczególności celem artykułu jest odpowiedź na następujące pytania poznawcze: 1. Jakie działania podejmowane są przez instytucje i firmy otoczenia biznesu w celu rozwoju przedsiębiorczości i innowacyjności?, 2. Jaki jest zasięg oddziaływania instytucji i firm otoczenia biznesu?, 3. Czy występują wewnętrzne relacje otoczenia biznesu i na czym one polegają?, 4. Jak kształtują się relacje zewnętrzne otoczenia biznesu (z przedsiębiorstwami)?. Przeprowadzona analiza uwzględnia zarówno podaż usług otoczenia biznesu, jak i popyt generowany przez przedsiębiorstwa korzystające z tych usług. Artykuł powstał na podstawie badań terenowych przeprowadzonych na terenie województwa wielkopolskiego. Ze względu na fakt, że instytucje i firmy otoczenia biznesu lokalizowane są przede wszystkim w dużych miastach, badania ankietowe prowadzone były w: Poznaniu, Koninie, Kaliszu, Lesznie i powiecie poznańskim. W analizie strony popytowej otoczenia biznesu (przedsiębiorstw) uwzględniono także powiaty: słupecki, kaliski i pleszewski¹. Badanie zostało przeprowadzone techniką PAPI w okresie od czerwca do września 2013 r. Łącznie badaniami objęto 32 instytucje otoczenia biznesu, 220 firm świadczących komercyjne usługi dla biznesu oraz 737 przedsiębiorstw. Badanie ankietowe dotyczyło z jednej strony funkcjonowania instytucji i firm otoczenia biznesu, a z drugiej strony – zapotrzebowania na usługi otoczenia biznesu ze strony przedsiębiorstw. W szczególności badanie zmierzało do: 1. analizy funkcjonowania instytucji i firm otoczenia biznesu, zakresu świadczonych przez nie usług i zasięgu ich oddziaływania oraz 2. identyfikacji natężenia i zakresu relacji występujących między przedsiębiorstwami a instytucjami otoczenia biznesu.

Rola otoczenia biznesu w świetle literatury

Na problematykę badania wpływu otoczenia biznesu na rozwój społeczno-gospodarczy składają się przede wszystkim następujące zagadnienia: 1. wspieranie przedsiębiorczości – szczególnie MŚP; 2. wspieranie rozwoju innowacyjności przez tworzenie innowacji (sfera B+R) oraz jej transfer do gospodarki; 3. wpływ na atrakcyjność i konkurencyjność regionu.

Instytucje otoczenia biznesu wchodzące w skład wyposażenia instytucjonalnego odgrywają ważną rolę w rozwoju przedsiębiorczości regionu przez świadczenie usług informacyjnych, doradczych, technicznych, finansowych i szkoleniowych dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą. Stwarzają one także warunki sprzyjające powstawaniu nowych oraz funkcjonowaniu już istniejących małych i średnich przedsiębiorstw. Instytucje te także

¹ Badanie zostało przeprowadzone na obszarach wzrostu i stagnacji w województwie wielkopolskim. Ze względu na lokalizację instytucji i firm otoczenia biznesu badanie od strony podażowej przeprowadzono na obszarach wzrostu, natomiast badania przedsiębiorstw uwzględniły także powiaty wydzielone w toku poprzedniej analizy jako obszary stagnacji. Obszary wzrostu stanowią miejsca o relatywnie najwyższym poziomie rozwoju. Charakteryzują się one pozytywnymi tendencjami demograficznymi i wysoką jakością kapitału ludzkiego, wzmocnioną możliwością korzystania z usług edukacyjnych na najwyższym poziomie. Obszary stagnacji gospodarczej to obszary o relatywnie najniższym poziomie rozwoju. Wykazują negatywne tendencje demograficzne przy jednocześnie relatywnie niskim poziomie kapitału ludzkiego, który bardzo często podlega drenażowi przez obszary wzrostu. Do obszarów wzrostu należą miasta na prawach powiatu: Poznań, Kalisz, Leszno, Konin (powiaty grodzkie) i powiat poznański (powiat ziemski), a do obszarów stagnacji – powiaty ziemskie: kaliski, pleszewski i słupecki.

bezpośrednio wspierają działalność gospodarczą w szczególności małych i średnich przedsiębiorstw, świadcząc pomoc informacyjną, doradczą i szkoleniową (ośrodki szkoleniowo-doradcze), a także finansową (fundusze pożyczkowe i poręczeniowe) dla prowadzących działalność gospodarczą (Dominiak, 2006).

Szczególne wsparcie potrzebne jest tym przedsiębiorstwom, które zamierzają zastosować nowe technologie i potrzebują wysoko wyspecjalizowanych usług. Do powstawania, funkcjonowania i rozwoju tych firm niezbędny jest dostęp do informacji, nowych technologii i innowacji zapewniany przez środowisko innowacyjne. Właściwa infrastruktura instytucjonalna powoduje także wzrost atrakcyjności regionu. Otoczenie biznesu stwarza warunki sprzyjające podejmowaniu decyzji lokalizacyjnych i rozwojowi przedsiębiorstw oraz wpływa na atrakcyjność inwestycyjną regionu. Według Hausnera (Hausner i in., 1997), instytucje otoczenia biznesu stymulują lokalną przedsiębiorczość, inicjując działalność gospodarczą. Z tym także wiąże się rozwój przedsiębiorczości tworzący wzrost zatrudnienia i wpływający na utrzymanie równowagi na rynku pracy. Nie mniejsza rola w rozwoju regionalnym przypada komercyjnym firmom świadczącym usługi dla biznesu. Współcześnie usługi te stanowią najbardziej ekspansywną część sfery usług. Przyczyną wzrostu znaczenia usług dla biznesu upatruje się we wzroście złożoności i konkurencyjności nowoczesnej gospodarki. Wąska specjalizacja poszczególnych dziedzin gospodarki oraz konkurencja zmuszają przedsiębiorców do korzystania z usług specjalistów z dziedzin: doradztwa podatkowego, rachunkowości, księgowości, badania rynku, reklamy, rekrutacji pracowników, prac badawczo-rozwojowych i innych.

Otoczenie biznesu przez dyfuzję innowacji ze sfery nauki do gospodarki wpływa na rozwój przemysłu wysokiej technologii i usług o wysokim nasyceniu wiedzą, przyczyniając się tym samym do rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. Instytucje środowiska innowacyjnego nie tylko prowadzą działalność innowacyjną, ale także zapewniają transfer nowych technologii z ośrodków naukowo-badawczych do przedsiębiorstw, ich komercjalizację i rozwój sieci kontaktów między nauką a gospodarką. Efektem działalności innowacyjnej w przedsiębiorstwach jest m.in. zastosowanie nowych technologii i rozwój nowoczesnego przemysłu. Aktywny udział w sieciach powiązań sfery nauki i praktyki gospodarczej umożliwia firmom kształtowanie się nowoczesnej gospodarki regionu. Przez relację: innowacja – przemysł przyczyniają się one do rozwoju nowoczesnego przemysłu i wzrostu innowacyjności gospodarki (por. m.in. Aydalot, Keeble, 1988; Doloreux, 2002; Lehner i in., 2006). Zagadnienie wpływu otoczenia biznesu na rozwój gospodarczy jest tematem wielu prac polskich i zagranicznych. W tabeli 1 dokonano próby przeglądu i uporządkowania prac zarówno teoretycznych, jak i pokazujących funkcjonowanie przykładowych instytucji otoczenia biznesu.

Tab. 1. Przegląd literatury związanej z problematyką otoczenia biznesu

Nowe usługi – otoczenie biznesu	
Prace teoretyczne	
Hausner, Kudłacz, Szlachta, 1997; Słodowa-Hełpa, 1998; Gorzelak, Jałowicki, Herbst, Roszkowski, 1999; Kuszewski, 1999; Karpińska-Mizielińska, 1999; Nawrot, 1999; Przybylska, 2001; Woodward, 1999; Matusiak, 1999; Dominiak, 2004, 2006	Prace przedstawiające różne klasyfikacje instytucji i firm otoczenia biznesu
Coffey, Drolet, Polese, 1996; Beyers, Lindahl, 1996; Micek, 2003	Rozmieszczenie firm świadczących usługi dla biznesu

Charakterystyka poszczególnych typów instytucji i firm otoczenia biznesu	
Moulaert, Tödting, 1995; Werwicki, 1998; Kłosiński, 2000	Charakterystyka usług dla biznesu i usług dla producentów
Matusiak, Zasiadły, 2001; Matusiak, 1999	Rozwój ośrodków innowacji i przedsiębiorczości w Polsce
Kozłowski, 2000	Charakterystyka instytutów naukowo-badawczych
Gulda, 2000	Charakterystyka centrów transferu technologii
Cichowski, 1996	Analiza działalności inkubatorów przedsiębiorczości
Guliński, Marciniec, 1999	Opracowanie na temat działalności i organizacji wybranych parków naukowo-technologicznych.
Rogoziński, 2000	Charakterystyka samorządu gospodarczego w Polsce
Gorzelał, Kozak, Roszkowski 1998	Analiza funkcjonowania agencji rozwoju regionalnego
Garczarczyk, Szortyka, 2001; Weltrowska, 2008	Analiza rynku usług finansowych
Sieci powiązań, systemy innowacji	
Aydałot, Keeble, 1988; Jewtuchowicz, 1996; Pietrzyk, 2001	Charakterystyka środowiska innowacyjnego, ze szczególnym uwzględnieniem powiązań między instytucjami – <i>Innovative milieu</i>
Keeble, Lawson, Moore, Wilkinson, 1999; Pietrzyk, 2001	Analiza powiązań między instytucjami otoczenia biznesu – gęstość instytucjonalna
Rola otoczenia biznesu w rozwoju regionalnym	
O'Farrell, Hitchens, 1990; Pedersen, 1986; Lehner, Todling, Trippel, 2006	Prace charakteryzujące rolę otoczenia biznesu w rozwoju regionalnym
Doloreux, 2002; Miedziński, 2001; Wolfe, Gertler, 2001; Fritsch, 2001	Opracowania dotyczące charakterystyki regionalnych systemów innowacyjnych
Prace empiryczne	
Burdecka, 2004; Kłosiński, Mongiało, 2005	Charakterystyka otoczenia biznesu w Polsce
Nawrot, 1999	Analiza poziomu otoczenia biznesu w układzie województw Polski
Hausner, Kudłacz, Szlachta, 1997	Klasyfikacja i charakterystyka najważniejszych grup instytucji otoczenia biznesu.
Krasicka, 1997; Guzik, Gwosdz, Sobala-Gwosdz, 2002; Mikołajewicz, 1997	Otoczenie biznesu w wybranych województwach Polski (katowickie, małopolskie, opolskie)
Klich, Poznańska, 1999; Meissner, 1998	Otoczenie biznesu w skali miasta, np. Kraków, Poznań

Źródło: opracowanie własne

Wyniki badań

Institucje otoczenia biznesu

Badane instytucje otoczenia biznesu podzielono na dwie grupy. Pierwszą z nich stanowiło 21 instytucji o profilu naukowym i innowacyjnym tworzących środowisko innowacyjne Wielkopolski. Były to jednostki badawczo-rozwojowe i instytuty naukowe, ośrodki innowacji i przedsiębiorczości reprezentowane przez park naukowo-technologiczny, inkubatory przedsiębiorczości, ośrodki wspierania przedsiębiorczości oraz centrum innowacji, a także grupa spółek zajmujących się działalnością innowacyjną. Drugą grupę tworzyło 11 instytucji gospodarczych, takich jak: izby gospodarcze, rzemieślnicze, cechy i stowarzyszenia (por. tabela 2). Instytucje otoczenia biznesu reprezentują usługi wyższego rzędu, dlatego lokalizowane są zazwyczaj w dużych aglomeracjach miejskich, gdzie z jednej strony korzystają z wysoko wykwalifikowanej siły roboczej, a z drugiej strony znajdują odpowiedni popyt na swoje usługi ze względu na dużą koncentrację działalności gospodarczej. Badane instytucje zlokalizowane były w największych miastach województwa wielkopolskiego – przede wszystkim w Poznaniu (25 instytucji), a także w Koninie (3 instytucje), Kaliszu (2 instytucje) oraz w strefie podmiejskiej aglomeracji poznańskiej (w gminie Suchy Las).

Tab. 2. Wykaz badanych instytucji otoczenia biznesu

Institucje środowiska innowacyjnego	Institucje gospodarcze
Fundacja Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości	Zrzeszenie Handlu Gastronomii i Usług w Koninie
Poznański Ośrodek Wspierania Przedsiębiorczości	Cech Rzemiosł Różnych
Wielkopolskie Centrum Wspierania Inwestycji Sp. z o.o.	Konińska Izba Gospodarcza
Poznański Park Naukowo-Technologiczny Fundacji UAM	Izba Rzemieślnicza w Kaliszu
Uczelniane Centrum Innowacji i Transferu Technologii	Polska Izba Gospodarcza Importerów, Eksporterów i Kooperacji
Centrum Innowacji, Rozwoju i Transferu Technologii Politechniki Poznańskiej	Wielkopolska Izba Rzemieślnicza w Poznaniu
Poznański Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości	Wielkopolska Izba Rolnicza
Instytut Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego	Stowarzyszenie im. Eugeniusza Kwiatkowskiego
Instytut Logistyki i Magazynowania	Stowarzyszenie Gmin i Powiatów Wielkopolski
Instytut Obróbki Plastycznej	Wielkopolska Izba Przemysłowo-Handlowa
Wielkopolski Instytut Jakości	Związek Pracodawców Prywatnych
Przemysłowy Instytut Maszyn Rolniczych	
Instytut Włókien Naturalnych i Roślin Zielarskich	
Instytut Techniki Budowlanej	
Instytut Technologii Drewna	
Poznański Fundusz Poręczeń Kredytowych	

ITTI Sp. z o.o.	
BIB Speed Capital Sp. z o.o.	
Speed Up Inqurator	
Centrum Zaawansowanych Technologii Sp. z o.o.	
Nickel Technology Park	

Źródło: opracowanie własne

Największa grupa badanych instytucji (33%) zadeklarowała krajowy zasięg oddziaływania. Nieco mniej wskazań miały województwo wielkopolskie (18%) i powiat poznański (16%) – dotyczyło to instytucji zlokalizowanych w Poznaniu. Zasięg oddziaływania 16% badanych instytucji wykraczał poza granice kraju. W przypadku instytucji gospodarczych (5) – połowa badanych instytucji jako zasięg oddziaływania wskazała na województwo wielkopolskie, cztery – kraj. W odniesieniu do instytucji środowiska innowacyjnego było odwrotnie – nieco wyższy udział instytucji charakteryzował się krajowym zasięgiem oddziaływania.

Badane instytucje środowiska innowacyjnego można podzielić na dwie grupy. Pierwsza z nich to instytuty naukowe, jednostki badawczo-rozwojowe zajmujące się tworzeniem innowacji (np. Instytut Biotechnologii Przemysłu Rolno-Spożywczego, Instytut Obróbki Plastycznej, Przemysłowy Instytut Maszyn Rolniczych, Instytut Włókien Naturalnych i Roślin Zielarskich). Stanowią one pierwsze ogniwo na drodze nowego produktu lub technologii przenoszonych ze sfery nauki do gospodarki. Druga grupa instytucji to ośrodki wspierające transfer technologii (Centrum Innowacji, Rozwoju i Transferu Technologii Politechniki Poznańskiej, Uczelniane Centrum Innowacji i Transferu Technologii), wspierające innowacyjną przedsiębiorczość pod względem finansowym (BIB Speed Capital Sp. z o.o., Poznański Fundusz Poręczeń Kredytowych), szkoleniowym i doradczym (Centrum Zaawansowanych Technologii Sp. z o.o., ITTI Sp. z o.o., Poznański Ośrodek Wspierania Przedsiębiorczości). To instytucje pośredniczące między nauką a praktyką gospodarczą, ułatwiające komercjalizację nowych produktów i technologii, niezbędne do wzrostu innowacyjności gospodarki regionu.

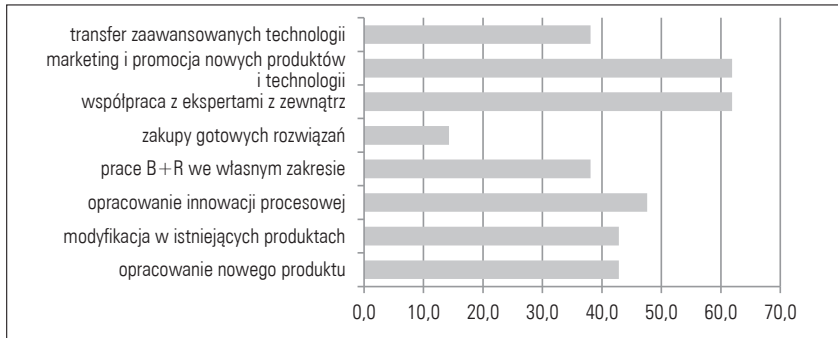
Aktywność innowacyjna badanych instytucji przedstawiała się następująco: ponad 60% badanych instytucji środowiska innowacyjnego prowadziło działalność przy współpracy ekspertów zewnętrznych, a niespełna 40% prowadziło działalność B+R we własnym zakresie. Wśród badanych instytucji 42% opracowało nowy produkt, tyle samo opracowało modyfikację produktu, a 48% opracowało innowacje o charakterze technologicznym. Działalność w zakresie transferu nowych technologii prowadziło 38% instytucji, a działalność marketingową i promocyjną w zakresie nowych produktów i technologii – 62% (ryc. 1).

W przypadku organizacji gospodarczych cele działalności koncentrowały się wokół reprezentowania interesów członków na forum krajowym oraz wszechstronnym wsparciu ich działalności gospodarczych. Organizacje te świadczą również działalność szkoleniową (także nadzór nad szkoleniami), doradczą oraz inicjującą współpracę zagraniczną.

Efektywne działanie instytucji otoczenia biznesu i ich realny wpływ na rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności są uwarunkowane istnieniem sieci relacji między nimi. Współpraca między instytucjami otoczenia biznesu (relacje wewnętrzne) oraz ich relacje z gospodarką (relacje zewnętrzne) stanowią ważny element systemu wsparcia biznesu i decydują o ich sukcesie mierzonym wzrostem przedsiębiorczości i rozwojem innowacyjności gospodarki. Szczególnie istotne są relacje między instytucjami tworzącymi środowisko innowacyjne, czyli

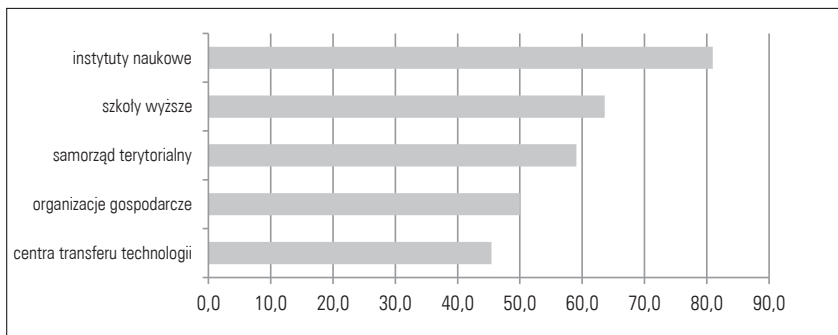
generującymi innowacje i zajmującymi się ich transferem do gospodarki. Niemal wszystkie badane instytucje środowiska innowacyjnego współpracowały z innymi instytucjami naukowymi, w tym poznańskimi szkołami wyższymi, przy realizacji wspólnych projektów badawczych, organizacji seminariów i konferencji oraz w zakresie wymiany doświadczeń i wiedzy (ryc. 2).

Ryc. 1. Aktywność innowacyjna badanych instytucji środowiska innowacyjnego



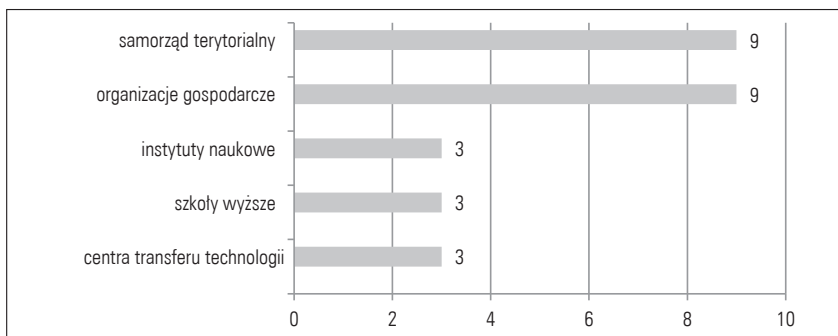
Źródło: opracowanie własne

Ryc. 2. Odsetek instytucji środowiska innowacyjnego współpracujących z IOB



Źródło: opracowanie własne

Ryc. 3. Odsetek organizacji gospodarczych współpracujących z IOB



Źródło: opracowanie własne

Nieco ponad połowa badanych instytucji współpracowała także z centrami transferu technologii, organizacjami gospodarczymi oraz samorządem. Organizacje gospodarcze z kolei współpracowały głównie z samorządem gospodarczym i samorządem terytorialnym (ryc. 3). W strukturze wielkościowej klientów instytucji otoczenia biznesu dominowały mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 osób. Były one głównymi odbiorcami w przypadku 33% badanych instytucji. Nieco niższy udział w strukturze odbiorców usług instytucji środowiska innowacyjnego odnotowano w przypadku małych przedsiębiorstw (o wielkości zatrudnienia od 10 do 50 pracowników) – 31%. W przypadku 28% badanych instytucji głównymi klientami były średnie przedsiębiorstwa (zatrudniające od 51 do 250 pracowników). Jedyne w przypadku 8% instytucji głównymi odbiorcami usług były duże firmy zatrudniające ponad 250 pracowników. Potwierdza to tezę, że głównymi odbiorcami usług instytucji wchodzących w skład środowiska innowacyjnego są małe i średnie przedsiębiorstwa, które nie mają w ramach swoich struktur odpowiedniego zaplecza naukowo-badawczego do generowania innowacji. Także do małych i średnich przedsiębiorstw oraz osób rozpoczynających działalność gospodarczą jest przede wszystkim skierowana oferta inkubatorów technologicznych i przedsiębiorczości oraz ośrodków wspierania przedsiębiorczości. W przypadku organizacji gospodarczych cele działalności koncentrowały się wokół reprezentowania interesów członków na forum krajowym oraz na wszechstronnym wsparciu ich działalności gospodarczych. Organizacje te prowadzą również działalność szkoleniową (także nadzór nad szkoleniami), doradczą oraz inicjującą współpracę zagraniczną. Większość badanych instytucji otoczenia biznesu (60%) deklarowała, że prowadzi badania zapotrzebowania na rynku w celu maksymalnego dostosowania swojej oferty usług do potrzeb przedsiębiorstw w regionie. Niemal wszystkie z nich (91%) podjęły także działania zmierzające do odpowiedniej modyfikacji swojej oferty. Wszystkie badane instytucje deklarowały chęć dalszego rozwoju przez rozszerzanie oferty usług oraz poprawę ich jakości. Wiele z instytucji zauważało także potrzebę współpracy z innymi instytucjami otoczenia biznesu i deklarowało chęć nawiązania nowych kontaktów w celu wymiany wiedzy, doświadczeń i poszerzenia kompetencji. Część instytucji chciała nawiązać współpracę z innymi instytucjami otoczenia biznesu w celu realizacji wspólnych projektów i uzyskania dzięki temu zewnętrznego finansowania.

Podstawowymi zidentyfikowanymi barierami rozwoju badanych instytucji były bariery finansowe: brak własnych środków i trudności z dostępem do finansowania zewnętrznego. Nieliczne z badanych instytucji wskazywały na brak chętnych partnerów do współpracy, brak odpowiedniego sprzętu i trudności z dostępem do informacji.

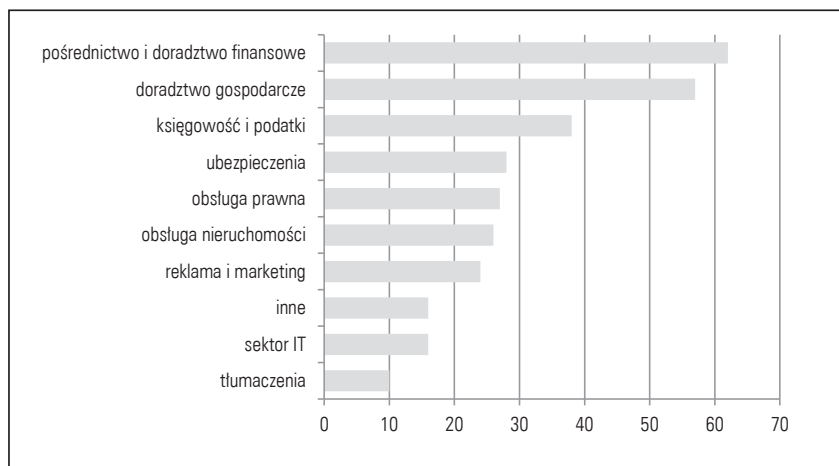
Zdaniem respondentów, badane instytucje odgrywają ważną rolę w rozwoju gospodarczym regionu. Niemal 87% ankietowanych odpowiedziało twierdząco na pytanie, czy instytucja ma wpływ na rozwój regionu. Pozostałe 13% respondentów nie miało w tej kwestii zdania. Jako efekt działalności instytucji najczęściej wskazywano na wzrost innowacyjności regionu, a co za tym idzie – także na wzrost konkurencyjności Wielkopolski. Poza tym, zdaniem przedstawicieli badanych instytucji, wspierają one rozwój przedsiębiorczości regionu – w szczególności małej i średniej – co przyczynia się do ograniczenia problemu bezrobocia.

Komercyjne firmy świadczące usługi dla biznesu

Charakterystyka funkcjonowania komercyjnych firm świadczących usługi dla biznesu dotyczyła przede wszystkim firm sektora bankowego i ubezpieczeniowego, agencji pośrednictwa nieruchomości, kancelarii prawnych, biur podatkowych i rachunkowych, doradztwa

technicznego i gospodarczego, marketingu, reklamy i tłumaczeń (ryc. 4). W lokalizacji usług dla biznesu najważniejsze znaczenie ma obecnie dostępność do wysoko wykwalifikowanej kadry i źródeł informacji, stąd największa koncentracja tych usług występuje w centrach dużych miast. Większość (65%) badanych firm świadczących usługi dla biznesu zlokalizowana jest w Poznaniu, Koninie, Kaliszu, Lesznie.

Ryc. 4. Rodzaj usług świadczonych przez badane firmy



Źródło: opracowanie własne

Zdecydowana większość badanych firm świadczących usługi dla biznesu to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników. Stanowiły one niemal 80% ogółu badanych firm. Zatrudnienie 17% badanych firm mieściło się w przedziale 10–50 osób, a jedynie 4% firm liczyło ponad 50 pracowników. Największy udział mikroprzedsiębiorstw odnotowano w Kaliszu oraz strefie peryferyjnej Poznania (powiecie poznańskim). Największym udziałem dużych firm świadczących usługi dla biznesu cechował się Poznań (7%). Wśród klientów firm świadczących usługi dla biznesu dominowały małe i średnie przedsiębiorstwa. Około 40% badanych firm deklarowało, że z ich usług korzystają przede wszystkim mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników. Podobny odsetek firm (39%) świadczy usługi dla firm zatrudniających od 10 do 50 osób. Zdecydowanie mniej firm świadczy usługi dla biznesu przedsiębiorstwom większym, zatrudniającym od 50 do 250 osób (17%) i powyżej 250 osób (4%).

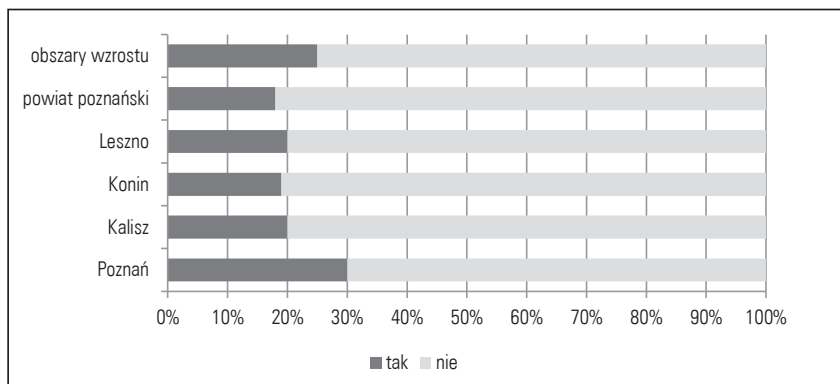
W odniesieniu do struktury wielkościowej klientów odnotowano różnice pomiędzy poszczególnymi badanymi obszarami. W przypadku Poznania i powiatu poznańskiego zaobserwowano wyższy udział firm większych, natomiast w przypadku Konina, Kalisza i Leszna – wśród klientów firm świadczących usługi dla biznesu dominowały mikroprzedsiębiorstwa.

Około 18% badanych firm wykonywało usługi dla przedsiębiorstw z całego kraju, 23% cechowało się regionalnym zasięgiem sprzedaży usług. Pozostałe firmy świadczyły swoje usługi na szczeblu lokalnym, na terenie powiatu lub w macierzystym mieście (gminie) – 54%. Nieliczne firmy (5%) obsługiwały klientów także spoza Polski. Na przykładzie aglomeracji poznańskiej widać, że firmy zlokalizowane w dużych miastach będących rdzeniami aglomeracji miejskich charakteryzują się nieco większym zasięgiem oddziaływania niż firmy w gminach strefy podmiejskiej. Więcej firm z Poznania deklarowało zasięg regionalny (w Poznaniu

– 10%, a w powiecie poznańskim – 5%) i ponadregionalny, a także krajowy (odpowiednio 17% i 16%) i międzynarodowy (5% i 3%).

Jedynie nieco ponad 19% badanych firm współpracowało z firmami tej samej branży. Badane firmy częściej współpracowały z firmami świadczącymi inne usługi dla biznesu (33%). Celem takiej współpracy było tworzenie ofert uzupełniających się usług dla kompleksowej obsługi klienta. Dotyczyło to na przykład ubezpieczeń kredytów (współpraca firm ubezpieczeniowych i pośrednictwa finansowego) czy kompleksowej oferty doradztwa dla firm (doradztwo gospodarcze, marketingowe, personalne itp.). Podobnie przedstawiała się kwestia współpracy z instytucjami otoczenia biznesu. Około 25% badanych firm współpracowało z różnymi instytucjami otoczenia biznesu. Odsetek firm współpracujących z instytucjami otoczenia biznesu różnił się w układzie obszarów wzrostu. Najwięcej firm współpracowało z IOB w Poznaniu (30%). Na pozostałych obszarach odsetek ten oscylował w granicach 20% (ryc. 5). Te firmy, które współpracowały z instytucjami otoczenia biznesu, pozytywnie oceniły tę współpracę. Ponad połowa badanych firm (54%) oceniła ją raczej pozytywnie, a 23% – bardzo pozytywnie. Negatywnie oceniło współpracę jedynie 2% firm. 21% respondentów nie miało w tej kwestii zdania. Najczęściej firmy współpracowały z ośrodkami szkoleniowo-doradczymi (15%) oraz organizacjami gospodarczymi (13%). Zdecydowanie mniejszy odsetek badanych firm świadczących usługi dla biznesu współpracował z agencjami rozwoju (ok. 4%), sferą badawczo-rozwojową (3%), a jeszcze mniej z instytucjami parabankowymi oraz ośrodkami innowacji (inkubatorami, centrami transferu technologii, parkami technologicznymi).

Ryc. 5. Współpraca z instytucjami otoczenia biznesu



Źródło: opracowanie własne

Wykorzystanie usług otoczenia biznesu przez przedsiębiorstwa

Badane przedsiębiorstwa w zdecydowanej większości korzystały z usług dla biznesu. Na obszarach wzrostu z usług dla biznesu korzystało 71% badanych firm, a na obszarach stagnacji – 59% (ryc. 5). Na obszarach wzrostu najczęściej z usług otoczenia biznesu korzystały firmy zlokalizowane w aglomeracji poznańskiej – w Poznaniu i powiecie poznańskim. Najprawdopodobniej ma to związek z dostępnością do tego rodzaju usług, która jest największa w dużych aglomeracjach miejskich. Zdecydowana większość usług otoczenia biznesu

zlokalizowanych w województwie wielkopolskim koncentruje się właśnie w Poznaniu i jego strefie podmiejskiej, stąd także tutaj największa jest ich dostępność. Firmy zlokalizowane na obszarach stagnacji znacznie rzadziej korzystały z usług otoczenia biznesu. Szczególnie niski odsetek przedsiębiorstw współpracujących z instytucjami i firmami świadczącymi tego rodzaju usługi wystąpił w powiecie pleszewskim – tylko nieco ponad 40%. Nieco więcej firm zadeklarowało współpracę w powiatach kaliskim (60%) oraz słupeckim (ponad 70%). Wśród przedsiębiorstw korzystających z usług otoczenia biznesu zdecydowana większość deklarowała współpracę z komercyjnymi firmami świadczącymi usługi dla biznesu. Było to około 95% badanych firm na obszarach wzrostu i około 65% na obszarach stagnacji. Zdecydowanie mniej badanych przedsiębiorstw korzystało z usług oferowanych przez instytucje otoczenia biznesu. Wśród usług instytucji otoczenia biznesu najpopularniejsze były usługi ośrodków szkoleniowo-doradczych (z ich usług korzystało nieco ponad 20% firm zlokalizowanych na obszarach wzrostu i ok. 10% firm z obszarów stagnacji). Współpraca z pozostałymi instytucjami otoczenia biznesu dotyczyła ok. 10% w przypadku instytucji finansowych, władz samorządowych oraz organizacji gospodarczych. Jeszcze mniej przedsiębiorstw współpracowało z instytucjami środowiska innowacyjnego – sferą B+R, parkami naukowymi i centrami transferu technologii (poniżej 5% badanych firm). Wśród przedsiębiorstw, które zadeklarowały współpracę z firmami świadczącymi komercyjne usługi dla biznesu, wszystkie współpracowały z bankami i innymi instytucjami pośrednictwa finansowego. Duża część tych firm korzystała także z usług biur rachunkowych i księgowych oraz doradztwa podatkowego. Około 50% badanych przedsiębiorstw korzystało z usług firm ubezpieczeniowych i agencji reklamowych. Zdecydowanie mniej firm współpracowało z kancelariami prawnymi oraz firmami zajmującymi się doradztwem gospodarczym i technicznym, a także pozostałymi usługami dla biznesu (ok. 20%).

Te przedsiębiorstwa, które korzystały z usług instytucji i firm otoczenia biznesu, w większości pozytywnie oceniły ich działania. Pozytywną ocenę usług otoczenia biznesu wystawiło 65% badanych firm na obszarach wzrostu. Na obszarach stagnacji odsetek ten był niższy i wynosił 46%. Jednocześnie 30% na obszarach wzrostu i aż 37% na obszarach stagnacji nie miało w tej kwestii zdania. Negatywnie usługi otoczenia biznesu oceniło 5% firm z obszarów wzrostu i 17% firm z obszarów stagnacji. Najgorzej usługi otoczenia biznesu oceniły firmy z Kalisza i powiatu kaliskiego, z kolei najlepiej zostały one ocenione w aglomeracji poznańskiej.

Podsumowanie i rekomendacje

Analiza wyników badań prowadzi do następujących wniosków:

1. Lokalizacja instytucji otoczenia biznesu jest związana głównie z większymi ośrodkami miejskimi, w przypadku Wielkopolski dotyczy głównie Poznania oraz pozostałych miast na prawach powiatu: Kalisza, Konina i Leszna. Zasięg ich oddziaływania związany jest zwykle co najmniej z województwem wielkopolskim. Rozkład firm komercyjnych świadczących usługi dla biznesu jest bardziej równomierny (stąd zasięg ich oddziaływania jest mniejszy), choć nadal większość z nich koncentruje się w większych miastach.
2. Najsilniejsze relacje pomiędzy przedsiębiorstwami a otoczeniem biznesu zachodzą w aglomeracji poznańskiej. Zidentyfikowane powiązania wewnętrzne i zewnętrzne otoczenia biznesu wydają się być niewystarczające dla efektywnego ich oddziaływania na poziom innowacyjności gospodarki regionu. Szczególnie dotyczy to współpracy z centrami

zajmującymi się transferem technologii, które z założenia miały odpowiadać za rozwój sieci kontaktów między sferą nauki a gospodarką. Problem ten dostrzegają same instytucje, które deklarują chęć zwiększenia sieci powiązań.

3. Wsparcie rozwoju przedsiębiorczości realizowane przez instytucje otoczenia biznesu w Wielkopolsce obejmuje (tak jak i w całym kraju) głównie małą i średnią przedsiębiorczość oraz osoby fizyczne planujące założenie nowej działalności. Stosunkowo niski jest odsetek instytucji monitorujących zapotrzebowanie przedsiębiorstw na usługi i dostosowujących ofertę usług do popytu. Zwiększenie poziomu tego monitoringu pozwoliłoby na zwiększenie efektywności działania instytucji otoczenia biznesu.
4. Niski poziom współpracy wielkopolskich przedsiębiorstw z instytucjami otoczenia biznesu wynika w dużej mierze z braku informacji o możliwościach i korzyściach takiej współpracy. Intensyfikacja działalności promocyjnej na przykład przez kampanie informacyjne na temat prowadzonej działalności może przyczynić się do zwiększenia zakresu tej współpracy i skutkować rozwojem przedsiębiorczości w regionie.
5. W odniesieniu do zidentyfikowanych barier rekomenduje się działania zmierzające do procesu usieciowienia instytucji otoczenia biznesu, co pozwoli na efektywną działalność w zakresie dyfuzji procesów rozwojowych. Poza rozwojem relacji wewnętrznych otoczenia biznesu również istotne jest rozwijanie sieci powiązań między sferą nauki a gospodarką, np. przez działalność informacyjną i promującą wyniki badań sfery B+R wśród przedsiębiorców oraz badanie ich zapotrzebowania na usługi tego typu, szczególnie na obszarach stagnacji. Ważną rolę mogą tu także odgrywać wspólne projekty realizowane z funduszy UE, a koordynowane przez władze samorządowe. Budowa oraz wzmacnianie relacji pomiędzy obszarami wzrostu i stagnacji gospodarczej pozwolą na dyfuzję procesów rozwojowych z silnych gospodarczo obszarów wzrostu na obszary stagnacji.

Literatura

References

- Aydalot, P., Keeble, D. (1988). *High technology industry and innovative environments: The European experience*. London: Routledge.
- Beyers, W.B., Lindahl, D.P. (1996). Explaining the Demand for Producer Services: Is Cost-Driven Externalisation the Major Factor?. *Papers in Regional Science*, 75(3), 351–374.
- Burdecka, W. (2004). *Instytucje otoczenia biznesu, Badania własne*. Warszawa: PARP.
- Chojnicki, Z. (1999). Uwarunkowania rozwoju regionu nadgranicznego. Koncepcje i założenia teoretyczne. W: Z. Chojnicki (red.), *Podstawy metodologiczne i teoretyczne geografii*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 355–380.
- Cichowski, L. (1996). Rola inkubatorów – ośrodków przedsiębiorczości w rozwoju innowacji w gospodarce w okresie transformacji systemowej. W: K.B. Matusiak, K. Zasiadły, T. Broczkowski, M. Pietraszewski (red.), *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce*. Poznań: Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości, 157–166.
- Coffey, W.J., Drolet, R., Polese, M. (1996). The intrametropolitan location of high order services: Patterns, factors and mobility in Montreal. *Papers in Regional Science*, 75.3, 293–324.
- Dominiak, J. (2006). *Struktura i organizacja otoczenia biznesu w aglomeracji poznańskiej*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.
- Daszkowska, M. (1998). *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Doloreux, D. (2002). What we should know about regional systems of innovation. *Technology in Society*, 24, 243–263.
- Fritsch, M. (2001). Co-operation in regional innovation systems. *Regional Studies*, 35.4, 297–307.

- Garczarczyk, J., Szortyka, S. (2001). Rozwój sektora usług finansowych w Polsce w latach 1990–2001. W: J. Garczarczyk (red.), *Rynek usług finansowych w Polsce w latach 1990–2001. Diagnozowanie i prognozowanie koniunktury. Zeszyty Naukowe AE*, 37.
- Gorzelać, G., Jałowicki, B., Herbst, M., Roszkowski, W. (1999). *Transformacja systemowa z perspektywy Dzierzgonia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Gorzelać, G., Kozak, M., Roszkowski, W. (1998). Regional development agencies in Poland. W: Ch. Damborg, M. Danson, H. Halkier (red.), *Regional Policy and Development Series 21, Regional Studies Association*. London, 104–124.
- Gulda, K. (2000). Centra transferu technologii w Polsce. W: J. Guliński, B.M. Marciniec, *Innowacje: podaż, popyt, instrumenty transferu, finansowanie*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, 35–40.
- Guliński J., Marciniec, B. (red.) (1999). *Parki naukowe i technologiczne. Polska perspektywa*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Guzik, R., Gwosdz, K., Sobala-Gwosdz, A. (2002). Przestrzenne zróżnicowanie poziomu rozwoju usług w Małopolsce. W: Z. Górka, A. Jelonek (red.), *Geograficzne uwarunkowania rozwoju Małopolski*. Kraków, 69–84.
- Guzik, R., Gwosdz, K., Sobala-Gwosdz, A. (2003). *Regionalne zróżnicowanie usług dla biznesu w województwie małopolskim*. Maszynopis.
- Hausner, J., Kudłacz, T., Szlachta, J. (1997). Instytucjonalne przesłanki regionalnego rozwoju Polski, *Studia*, KPZK PAN, 106.
- Jewtuchowicz, A. (1996). Powstawanie środowiska i sieci innowacji. Teorie i rzeczywistość. W: K.B. Matusiak, K. Zasiadły, T. Broczkowski, M. Pietraszewski (red.), *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości w Polsce*. Poznań: Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości, 59–74.
- Karpińska-Mizelińska, W. (1999). Rola instytucji otoczenia biznesu w rozwoju sektora prywatnego. Oceny przedsiębiorców. W: *Instytucje infrastruktury rynkowej w kreowaniu przedsiębiorczości lokalnej*. Fundacja Promocji Rozwoju im. E. Lipińskiego. Warszawa, 99–120.
- Keeble, D., Lawson, C., Moore, B., Wilkinson, F. (1999). Collective learning processes, networking and institutional thickness in Cambridge region. *Regional Studies*, 33.4, 319–332.
- Keeble, D., Wilkinson, F. (1999). Collective learning and knowledge development in the evolution of regional clusters of high technology SME's in Europe. *Regional Studies* 33.4, 295–303.
- Klich, J., Poznańska, K. (1999). Ośrodki wspierania biznesu w regionie krakowskim – studium przypadku. W: J. Targalski (red.), *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*. Materiały z konferencji naukowej. Kraków: Wydawnictwo AE w Krakowie, 253–265.
- Kłosiński, K. (2000). Zmiany w strukturze wytwarzania usług rynkowych w latach 1990–1998. W: A. Lipowski (red.), *Struktura gospodarki transformującej się. Polska 1990–1998 i projekcja do 2010*, Warszawa: PAN, 175–209.
- Kłosiński, K., Mongiało, D. (2005). Usługi biznesowe w Unii Europejskiej na przełomie wieków. *GUS Wiadomości Statystyczne*, 12.
- Kozłowski, R. (2000). Instytuty i jednostki badawczo-rozwojowe jako źródła innowacji. W: J. Guliński, B.M. Marciniec (red.), *Innowacje: podaż, popyt, instrumenty transferu, finansowanie*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskie, 35–40.
- Krasicka, T. (1997). Rozwój małych przedsiębiorstw i formy ich wspierania. W: E. Bittnerowa (red.), *Innowacyjność i wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw warunkiem ich dalszego rozwoju*. Poznań, 97–108.
- Kuszewski, T. (1999). Rozwój ekonomiczny regionu a instytucje otoczenia biznesu. W: W. Karpińska-Mizelińska, T. Smuga (red.), *Instytucje infrastruktury rynkowej w kreowaniu przedsiębiorczości lokalnej*. Warszawa: Fundacja Promocji Rozwoju im. E. Lipińskiego, 7–28.
- Lehner, P., Tödtling, F., Trippel, M. (2006). Innovation in knowledge intensive industries. The nature and geography of knowledge links. *European Planning Studies*, 14(8).

- Matusiak, K.B. (1999). Infrastruktura przedsiębiorczości i transferu technologii w Polsce. W: J. Targalski (red.), *Przedsiębiorczość a lokalny i regionalny rozwój gospodarczy*, Kraków: Wydawnictwo AE.
- Matusiak, K.B., Zasiadły, K. (2001). Stan, zasoby i kierunki rozwoju ośrodków innowacji i przedsiębiorczości w 2001 r. W: K.B. Matusiak (red.), *Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości. SOOIP Raport 2001*. Poznań – Łódź, 9–20.
- Meissner, J. (1999). Nowe rozwiązania instytucjonalne sprzyjające dynamizowaniu i wzrostowi efektywności gospodarki Poznania. W: R. Domański (red.), *Podstawy gospodarczej polityki miasta. Studium Poznania cz. II*. Biuletyn KPZK PAN, 187, 217–242.
- Micek, G. (2003). *Układ przestrzenny usług dla przedsiębiorstw w Krakowie*. XVI Konwersatorium Wiedzy o Mieście, Łódź, 148–157.
- Miedziński, M. (2001). Koordynacja procesów innowacji na przykładzie polskiego województwa. Aspekty instytucjonalne regionalnych systemów innowacji. W: A. Kukliński (red.), *Gospodarka oparta na wiedzy*. Warszawa: KBN, 210–223.
- Mikołajewicz, Z. (1997). *Instytucjonalne uwarunkowania rozwoju regionu opolskiego*. Studia KPZK PAN 106, 107–122.
- Moulaert, F., Tödtling, F. (1995). The geography of advanced producer services in Europe, *Progress in planning*, 43, 101–105.
- Nawrot, A. (1999). Bilans instytucji promocji rozwoju regionalnego i otoczenia biznesu w nowym układzie terytorialnym. *Polska Regionów, 1*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. Gdańsk – Warszawa.
- Nowosielska, E. (2000). Sektor usług w aglomeracji warszawskiej 1992–1997: przemiany strukturalne i tendencje rozwoju. *Dokumentacja Geograficzna, 17*, Warszawa: IGiPZ PAN.
- O'Farrell, P.N., Hitchens, D.M. (1990). Producer services and regional development: a review of some major conceptual policy and research issues. *Environment and Planning A*, 22, 1141–1154.
- Pedersen, P.O. (1986). The role of business services in regional development – a new growth center strategy. *Scandinavian Housing and Planning Research*, 3, 167–182.
- Pietrzyk, I. (2001). *Polityka regionalna Unii Europejskiej i regiony w państwach członkowskich*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Przybylska, K. (2001). *Determinanty zagranicznych inwestycji bezpośrednich w teorii ekonomicznej*. Kraków: Wydawnictwo AE.
- Rogoziński, K. (2000). *Usługi rynkowe*. Poznań: Akademia Ekonomiczna.
- Słodowa-Hełpa, M. (1998). Wpływ otoczenia biznesu na rozwój społeczno-gospodarczy województwa gorzowskiego. W: J.J. Parysek, B. Gruchman (red.), *Uwarunkowania i kierunki rozwoju społeczno-gospodarczego województwa gorzowskiego. Tom III. Koncepcje rozwoju*. Poznań: Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, 295–325.
- Weltrowska-Jęch, J. (2008). Rozwój usług bankowości elektronicznej w Polsce. W: J. Dominiak (red.), *Przemiany w sferze usług w Polsce*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 65–75.
- Werwicki, A. (1998). Zmiany paradygmatu geografii usług. *Przegląd Geograficzny*, 70(3–4), 249–267.
- Wolfe, D.A., Gertler, M.S. (2000). Globalisation and economic restructuring in Ontario: From industrial heartland to learning regions?. *European Planning Studies*, 9(5), 575–592.
- Woodward, R. (1999). *Otoczenie instytucjonalne małych i średnich przedsiębiorstw*. Warszawa: Centrum Analiz Społeczno-Ekonomicznych CASE.

Joanna Dominiak, dr, Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu. Adiunkt w Zakładzie Analizy Regionalnej Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół roli innowacyjności w kształtowaniu gospodarki opartej na wiedzy, wpływu otoczenia biznesu na rozwój regionów oraz przemian w strukturze usług.

Joanna Dominiak, assistant professor in the establishment of the Regional Analysis Department in the Institute of Socio-Economic Geography and Spatial Management of Adam Mickiewicz University in Poznan. Scientific interests revolve around the role of innovation in the development of the knowledge based economy, the impact of the business environment on the development of regions and changes in the structure of services.

Adres/Address:

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej
ul. Dzięgielowa 27
61-680 Poznań, Polska
e-mail: dominiak@amu.edu.pl