

Ewa Frąckiewicz

**POLITYKA INFORMACYJNA SAMORZĄDÓW
TERYTORIALNYCH W ŚWIETLE BADAŃ
EMPIRYCZNYCH (PRZYKŁAD WOJEWÓDZTWA
ZACHODNIOPOMORSKIEGO)**

O przewadze konkurencyjnej regionu, poza posiadanymi zasobami naturalnymi, w dużym stopniu mogą zadecydować jakość i kompetencje władz lokalnych i regionalnych. Aby w pełni wykorzystać potencjał regionu, niezbędne jest ich zaangażowanie i aktywność m.in. w zakresie prowadzenia prawidłowej polityki informacyjnej. Znajduje to swoje potwierdzenie w badaniach ogólnopolskich, w których 67% ankietowanych uznało, iż stworzenie systemu informacyjnego pozwalającego na podejmowanie szybkich i trafnych decyzji jest czynnikiem decydującym o skuteczności zarządzania firmą. Warto zatem zastanowić się, jak przedsiębiorstwa województwa zachodniopomorskiego postrzegają rolę i działalność władz lokalnych na tym polu. Samorzady bowiem odgrywają szczególną rolę wśród dostawców informacji gospodarczych, należąc do grupy takich podmiotów, które w ramach istniejącego układu prawnego i administracyjnego powinny aktywnie kształtować warunki rozwoju działających na ich terenie firm. Niniejszy artykuł przedstawia wyniki badań dotyczące oceny polityki informacyjnej prowadzonej przez samorzady terytorialne województwa zachodniopomorskiego.

Reforma ustroju administracyjnego Polski w 1999 r. wprowadziła nowe zasady zarządzania w regionie. Nowo ustanowione jednostki samorządu terytorialnego od tego momentu odpowiadają m.in. za:

- 1) samorząd województwa: edukację publiczną, promocję i ochronę zdrowia, politykę prorodziną i pomoc społeczną, przeciwdziałanie bezrobociu, zagospodarowanie przestrzenne, ochronę środowiska, bezpieczeństwo publiczne, ochronę praw konsumenta,
- 2) samorząd powiatowy: politykę oświatową, transport publiczny i rozwój dróg, bezpieczeństwo publiczne, pomoc społeczną, nadzór budowlany, promocję powiatu,
- 3) samorząd gminy: ład przestrzenny, gospodarkę terenami, ochronę środowiska, pomoc społeczną, budownictwo komunalne, oświatę, kulturę fizyczną, rekreację, sport, lokalny handel, utrzymanie gminnych obiektów i urządzeń użyteczności publicznej.

Obowiązki te odpowiadają współczesnej roli, jaką przypisuje się lokalnym instytucjom zarządzającym. Zakłada się także, że jednostki samorządu terytorialnego (gmin, powiatów) z natury rzeczy najtrafniej odczytują posiadane możliwości gospodarcze, znają potrzeby lokalnych społeczności i wiedzą, jak sprzyjać rozwojowi gospodarczemu (Strużycki 2002b). W praktyce gospodarczej okoliczności te spowodowały m.in. konieczność adaptacji zasad działania właściwych do niedawna tylko dla sfery produkcji, wśród nich zasad marketingowego zarządzania terytorium. Jak napisali autorzy w pozycji *Marketing Places*: „Prawie wszystkie miejsca są w kłopotach, ale niektóre miejsca mają większe kłopoty niż inne” (Kotler et al. 1993). Dzisiaj bowiem na gminę, powiat czy województwo należy spojrzeć oczyma menedżera. Nie można już ich traktować wyłącznie jako tło dla zdarzeń gospodarczych czy społecznych, ale jako aktywne narzędzie kreujące odpowiednie warunki i wspomagające działalność przedsiębiorstw, a także szerzej – życie lokalnego społeczeństwa. Zarządzający poszczególnymi jednostkami administracyjnymi muszą nauczyć się myślenia w kategoriach biznesowych, planowania strategii inwestycyjnych, rozwijania produktów i zdobywania klientów, aby móc skutecznie rywalizować o inwestycje, zarówno krajowe, jak i zagraniczne (Lebiecki 2002, s. 56).

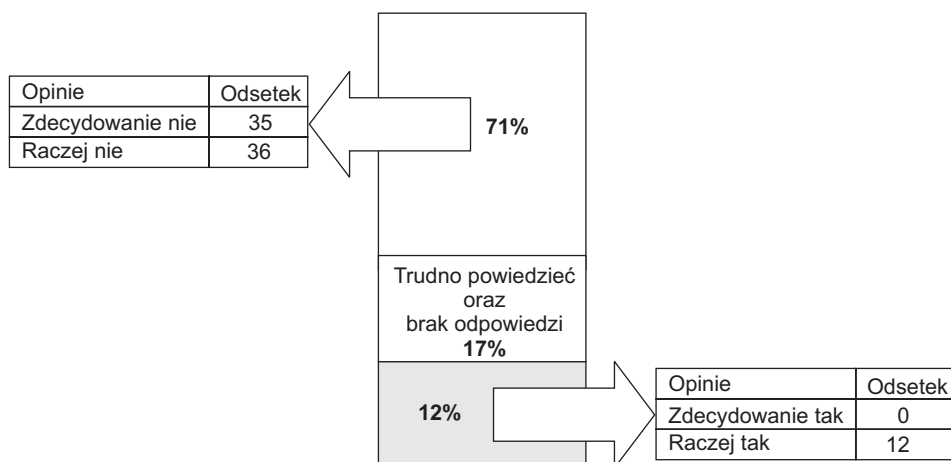
O przewadze konkurencyjnej regionu, poza posiadanymi zasobami naturalnymi, w dużym stopniu mogą zadecydować jakość i kompetencje władz lokalnych i regionalnych. Aby w pełni wykorzystać potencjał regionu, niezbędne jest ich zaangażowanie i aktywność m.in. w zakresie prowadzenia prawidłowej polityki informacyjnej. Znajduje to swoje potwierdzenie w badaniach ogólnopolskich, w których 67% ankietowanych uznało, iż stworzenie systemu informacyjnego pozwalającego na podejmowanie szybkich i trafnych decyzji jest czynnikiem decydującym o skuteczności zarządzania firmą (Strużycki 2002a, s. 248). Warto zatem zastanowić się jak przedsiębiorstwa województwa zachodniopomorskiego (piątego pod względem wielkości, trzeciego pod względem najwyższej stopy bezrobocia) postrzegają rolę i działalność władz lokalnych na tym polu. Samorządy bowiem odgrywają szczególną rolę wśród dostawców informacji gospodarczych, należąc do grupy takich podmiotów, które w ramach istniejącego układu prawnego i administracyjnego powinny aktywnie kształtować warunki rozwoju działających na ich terenie firm.

Informacje gospodarcze stanowią podstawę do podejmowania decyzji w przedsiębiorstwach realizujących politykę zorientowaną na rynek. Ich jakość, na którą składają się przede wszystkim: dostępność, zawartość, aktualność oraz wiarygodność, determinuje jakość decyzji podejmowanych w firmie. Nie jest możliwe osiągnięcie i utrzymanie dobrej pozycji na rynku bez posiadania takich informacji. Stanowią one, obok zasobów finansowych i materiałowych, podstawowe strumienie zasilające system ekonomiczny, jakim jest przedsiębiorstwo.

Niniejszy artykuł przedstawia część wyników badań dotyczącą oceny polityki informacyjnej prowadzonej przez samorządy terytorialne województwa zachodniopomorskiego (*Uwarunkowania...* 2002).

Badania przeprowadzono w 2002 roku. Efektywną próbę badawczą tworzyła grupa 291 przedsiębiorstw. Niemal połowę z nich stanowiły firmy o charakterze mikro, tj. zatrudniające mniej niż 10 pracowników. Zdecydowana większość badanych podmiotów była zlokalizowana na terenie dawnego województwa szczecińskiego (w tym w samym Szczecinie 160 firm, tj. 55% badanych podmiotów). Co trzecia firma wskazała jako zasięg swojej działalności rynek lokalny, nieco mniej rynek regionalny (odpowiednio 32,3% oraz 26,8%). Największa grupa firm działa dłużej niż 10 lat (43% badanych), natomiast firm najmłodszych (o okresie działalności do 1 roku) było 18 (6,2% ogółu). Nieco ponad połowa badanych przedsiębiorstw swoją kondycję finansową oceniła jako średnią (54%), a niemal 1/3 z nich podała odpowiedź: raczej dobra (28,9%). Prawie co ósma badana firma określiła posiadaną kondycję finansową jako raczej złą lub złą. Jednocześnie, porównując swoją obecną sytuację ze stanem ubiegłorocznym, 57,1% badanych odczuwało jej pogorszenie.

Rozważając problem rozwoju regionalnego i roli, jaką w tym procesie powinny odgrywać samorzady lokalne, przede wszystkim można zastanowić się nad tym, czy same te instytucje, gromadzące pewne grupy informacji, a jednocześnie odpowiedzialne za przekazywanie danych lokalnym społecznościom, dbają o przekazywanie dostatecznej liczby danych. Na podstawie analizy uzyskanych wyników można jednak powiedzieć, że samorzady są pod tym kątem słabo oceniane. Nikt z badanych przedsiębiorców nie jest w pełni przekonany, że administracja i władza w regionie przekazują przedsiębiorstwom dostateczną ilość takich informacji. Co dziesiąty respondent mógłby się z takim zdaniem ewentualnie zgodzić (w tym tylko jedna firma handlowa), ale niemal tyle samo nie miało zdania. Natomiast nie zgadza się z tą opinią aż prawie 3/4 respondentów (ryc. 1).



Ryc. 1. Czy Państwa zdaniem administracja i władza w regionie przekazuje przedsiębiorcom dostateczną ilość informacji o swojej działalności?

Źródło: *Uwarunkowania...* 2002.

Tab. 1. Ocena użyteczności informacji pozyskiwanych z instytucji samorządowych na tle innych źródeł

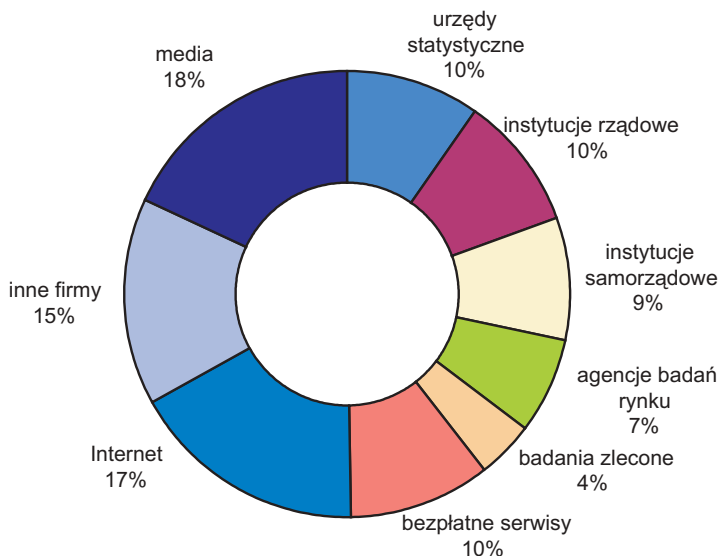
Źródło	Średnia ocena użyteczności informacji	Główny rodzaj informacji	Częstotliwość korzystania ze źródła
Internet	3,86	Wszystkie aspekty	379
Inne firmy	3,66	Wszystkie aspekty	269
Media	3,41	Gospodarka kraju, regionu, prawo i UE	437
Zlecone badania	3,22	Konkurencja, rynek pracy	50
Bezpłatne serwisy informacyjne	3,16	Wszystkie aspekty poza demografią	162
Agencje badań rynku	3,16	Konkurencja i gospodarka kraju	95
Instytucje rządowe	3,11	Prawo	140
Urząd statystyczny	3,0	Gospodarka kraju i regionu	128
Instytucje samorządowe	2,95	Gospodarka regionu i rynek pracy	132

Źródło: jak przy ryc. 1.

Najlepiej ocenianym źródłem informacji, jednocześnie mającym wszechstronny charakter, okazał się Internet (tabela 1). Kolejne miejsca z ocenami powyżej 3 punktów (na 5 maksymalnych) otrzymały inne firmy, media oraz agencje badawcze. Instytucje samorządowe zajmują ostatnie, dziewiąte miejsce w rankingu, z oceną 2,95 (dominowała ocena dostateczna i tylko dwa podmioty wystawiły notę bardzo dobrą).

Przyjmując, że każda badana firma pozyskuje informacje ze źródeł uwzględnionych w badaniu, można założyć, iż co dziesiąta informacja pochodzi z urzędów statystycznych, rządowych i niemal tyle samo z samorządowych (ryc. 2).

Instytucje samorządowe są co najwyżej dostatecznym źródłem informacji gospodarczych i tych dotyczących lokalnego rynku pracy. Może właśnie także dlatego korzysta z nich tylko co czwarty respondent (26%, tj. 76 firm spośród 291 zbadanych). Firmy młodsze, obecne na rynku krócej niż rok, są bardziej surowe w ocenie pracy samorządowców niż firmy o dłuższym stażu. O ile bowiem firmy działające krócej niż 12 miesięcy oceniły lokalne władze średnio na 2,7 punktu, o tyle firmy działające na rynku powyżej 5 lat już na około 3,0 punktu. Nieco większy odsetek spośród firm dużych oraz średnich



Ryc. 2. Struktura źródeł informacji wykorzystywanych przez badane przedsiębiorstwa (przy założeniu, iż każda badana firma korzysta z każdego źródła)

Źródło: jak przy ryc. 1.

korzysta także z informacji pochodzących z jednostek samorządowych. Wydaje się jednak, że te firmy, w przeciwieństwie do firm mikro, nie liczą na samorządy, jeśli chodzi o dostarczenie danych dotyczących konkurencji (tab. 2). Podobnie jak firmy o krótkim stażu, firmy małe są bardziej wymagającą grupą

Tab. 2. Stopień korzystania z informacji pochodzących z instytucji samorządowych a wielkość firmy (liczba wskazań, wielokrotny wybór)

Wielkość firmy \ Informacje	Wielkość firmy				Ogółem
	Do 9 osób	10–50	51–250	Powyżej 250	
Gospodarka regionu	20	12	8	4	44
Rynek pracy	11	12	7	1	31
Możliwości współpracy	6	3	4	3	16
Prawo	7	2	2	1	12
Konkurencja	9	1	1	0	11
Informacje o UE	3	3	0	2	8
Gospodarka kraju	2	0	2	1	5
Demografia	4	1	0	0	5

Źródło: jak przy ryc. 1.

klientów, co przejawia się w niższej ocenie samorządów – 2,9, podczas gdy firmy duże oceniły je na 3,1 punktu.

Biorąc pod uwagę kryterium rodzaju działalności prowadzonej przez respondentów, można powiedzieć, że różnice w ocenie pracy instytucji samorządowych są niewielkie i wynoszą ok. 0,4 punktu. Dla firm produkcyjnych samorządy są przede wszystkim źródłem danych na temat lokalnej gospodarki (tab. 3). Firmy handlowe poszukują w nich informacji zarówno o gospodarce kraju, jak też o konkurencji, co można wiązać z wciąż zachodzącymi zmianami na mapie handlowej regionu, w tym Szczecina, skąd pochodzi ponad połowa respondentów. Wśród grup firm usługowych oraz o charakterze mieszanym respondenci najbardziej zainteresowani są możliwościami współpracy oraz sytuacją na rynku pracy.

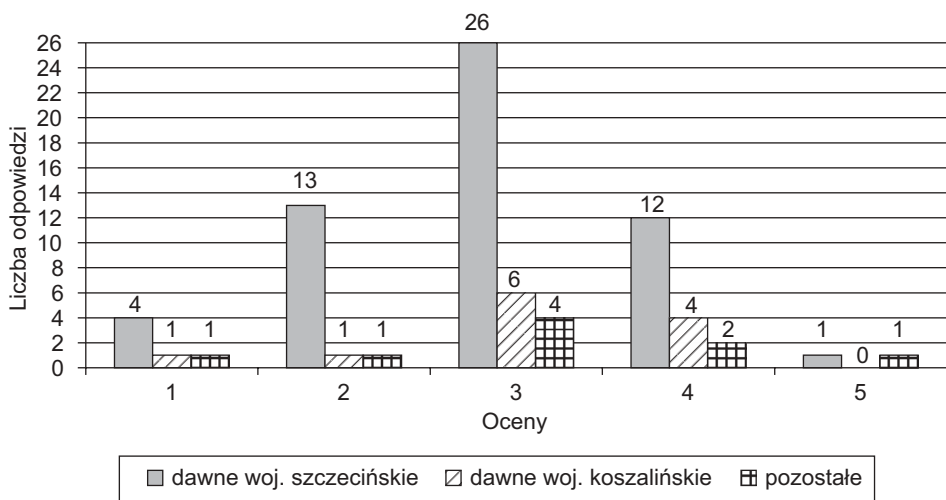
Tab. 3. Rodzaje informacji pozyskiwanych z instytucji samorządowych wg rodzaju działalności prowadzonej przez badane firmy (liczba wskazań, wielokrotny wybór)

Rodzaj firmy \ Informacje	Firmy produkcyjne	Firmy handlowe	Firmy usługowe	Firmy mieszane	Ogółem
Gospodarka regionu	6	4	19	13	42
Rynek pracy	2	2	15	11	30
Możliwości współpracy	2	2	6	6	16
Prawo	1	3	4	4	12
Konkurencja	1	4	5	1	11
Informacje o UE	0	2	2	4	8
Gospodarka kraju	1	0	2	2	5
Demografia	0	1	1	3	5

Źródło: jak przy ryc. 1.

Przedsiębiorstwa działające w konkretnych gminach i powiatach są przede wszystkim związane z samorządami tam funkcjonującymi. Ich percepcja oceny pracy urzędów może się zatem różnić. I rzeczywiście, jak pokazują uzyskane wyniki, istnieje zróżnicowanie geograficzne w ocenie pracy samorządów. Najwyżej oceniają swoje samorządy badane firmy posiadające siedziby w dawnym województwie pilskim i gorzowskim (średnia ocena 3,3), następnie firmy z dawnego województwa koszalińskiego – ocena 3,1 – oraz z województwa szczecińskiego – 2,9 (ryc. 3).

Z analizy rodzajów informacji, po jakie sięgają przedsiębiorcy w regionie, można wnioskować, iż najczęściej respondentów jest zainteresowanych programami pomocowymi dla swoich firm. Jednocześnie jednak dostęp do takich



Ryc. 3. Rozkład ocen informacji pochodzących z instytucji samorządowych według lokalizacji siedziby firmy (liczba wskazań)

Źródło: jak przy ryc. 1.

informacji jest przez nich bardzo źle oceniany (tylko na 1,8 punktu w skali pięciopunktowej). Nieco więcej wskazań i wyższe oceny otrzymały takie grupy informacji jak: informacje dotyczące nowych źródeł finansowania oraz dostępu do nowych technologii (tab. 4).

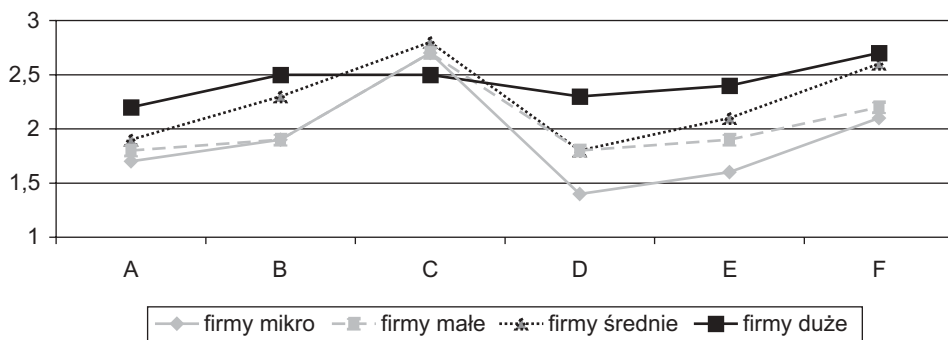
Tab. 4. Zainteresowanie i ocena dostępu do wybranych grup informacji

Grupy informacji	% wskazań	Średnia ocen
Programy pomocowe dla firm	92	1,8
Nowe źródła finansowania działalności	90	2,0
Dostęp do nowych technologii	86	2,7
System ceł i podatków w Polsce i za granicą	86	2,2
Pomoc zewnętrznych ekspertów	85	1,8
Wejście na rynek kapitałowy	83	1,7

Źródło: jak przy ryc. 1.

Ogólnie jednak można powiedzieć, że informacje najbardziej przez respondentów pożądane są najtrudniejsze do zdobycia. Istnieje tutaj statystycznie istotna zależność pomiędzy oceną dostępu a wielkością przedsiębiorstwa oraz rodzajem prowadzonej działalności (ryc. 4 i 5). Gorzej oceniają tę dostępność małe firmy niż firmy średnie oraz duże, np. niemal 45% firm mikro oceniło dostęp do nowych źródeł finansowania na 1 punkt, a prawie co trzecia na

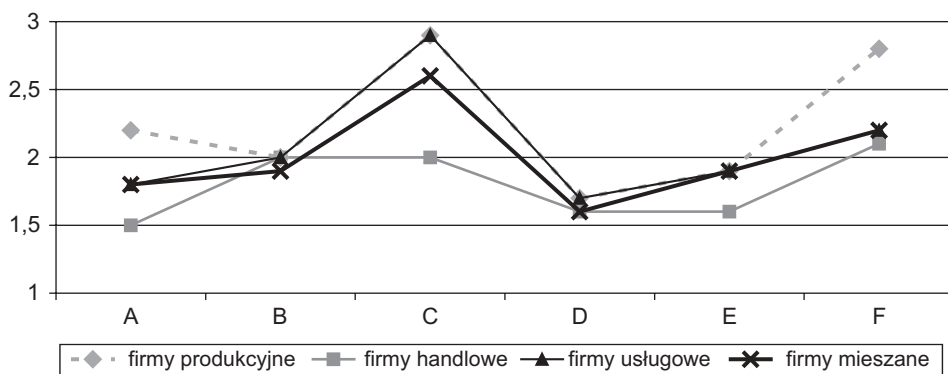
2 punkty. Z kolei dostęp do informacji na temat pomocy zewnętrznych ekspertów czy też wsparcia przy wejściu na rynek kapitałowy ponad 60% firm mikro i ponad połowa firm zatrudniających do 50 osób oceniła na tylko 1 punkt. Natomiast ocena ta właściwie nie zależy od okresu prowadzenia działalności przez badane firmy.



Legenda: A – programy pomocowe dla firm; B – nowe źródła finansowania; C – dostęp do nowych technologii; D – wejście na rynek kapitałowy; E – pomoc zewnętrznych ekspertów; F – system cel i podatków w Polsce i za granicą.

Źródło: jak przy ryc. 1.

Ryc. 4. Ocena dostępu do poszczególnych rodzajów informacji a wielkość firmy



Legenda: A – programy pomocowe dla firm; B – nowe źródła finansowania; C – dostęp do nowych technologii; D – wejście na rynek kapitałowy; E – pomoc zewnętrznych ekspertów; F – system cel i podatków w Polsce i za granicą.

Źródło: jak przy ryc. 1.

Ryc. 5. Ocena dostępu do poszczególnych rodzajów informacji a rodzaj prowadzonej działalności

Istnienie luk informacyjnych w procesach podejmowania decyzji jest naturalną ich cechą, podobnie jak naturalne jest dążenie menedżerów do pozyskania odpowiednich danych za rozsądną cenę. Okazuje się jednak, że mniej niż

połowa badanych firm w ogóle odczuwa brak pewnych informacji koniecznych dla sprawnego prowadzenia swojej działalności. Zastanawiająca jest także struktura tych braków. Analiza zebranych wyników badań pokazuje, że nie są to informacje związane np. z przystąpieniem do UE czy stanem rynku pracy, ale informacje dotyczące tego, co dzieje się najbliżej miejsca działalności firm. Właśnie brak informacji na temat regionalnej gospodarki okazał się problemem dla największej grupy firm, wyprzedzając nawet informacje dotyczące własnej konkurencji (tab. 5).

Tab. 5. Rodzaje brakujących informacji

Rodzaj brakującej informacji	Liczba wskazań	Odsetek
Gospodarka regionu	155	17
Prawo	146	16
Konkurencja	144	15
Możliwości współpracy	130	14
Informacje o UE	111	12
Gospodarka kraju	109	12
Rynek pracy	90	10
Demografia	54	6
Ogółem	939	100%

Źródło: jak przy ryc. 1.

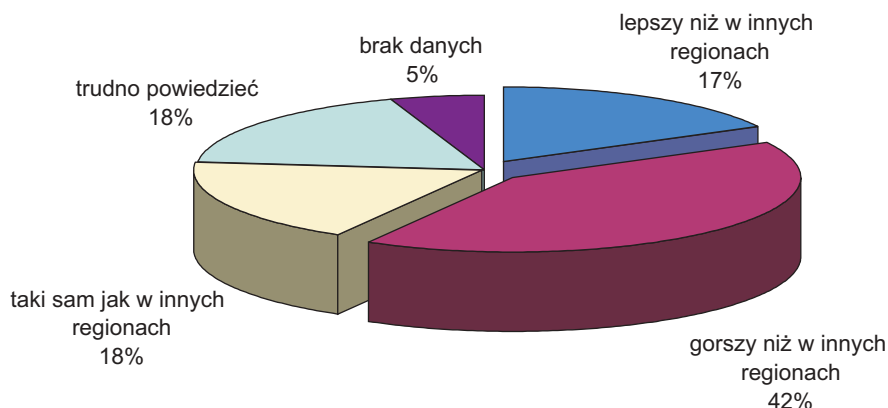
Wina za taki stan badani przedsiębiorcy obarczają urzędników (34% badanych) oraz brak czasu na poszukiwanie potrzebnych danych (17% badanych). Bardziej krytyczni w swoich ocenach są przedsiębiorcy kierujący firmami handlowymi oraz posiadający siedziby na terenie dawnego województwa szczecińskiego. Natomiast najłagodniejsze są przedsiębiorstwa produkcyjne oraz te pochodzące z dawnego województwa koszalińskiego. W opinii przedsiębiorców niechęć urzędników to również poważna przyczyna braku dostatecznej liczby i jakości informacji na temat gospodarki kraju, istniejącego stanu prawnego, możliwości nawiązywania współpracy, a nawet konkurencji. Tylko za brak informacji o Unii Europejskiej i sytuacji demograficznej respondentów nie są skłonni obarczać winą samorządowych urzędników. Analizując uzyskane odpowiedzi pod kątem okresu działalności firmy na rynku, można powiedzieć, że firmy młodsze są bardziej krytycznie nastawione do pracy urzędników, częściej niż pozostałe uznając ich za winnych braku potrzebnych informacji, szczególnie w obszarze gospodarki regionu, konkurencji i rynku pracy.

Przedstawiony powyżej brak dostępu do niezbędnych przedsiębiorcom informacji oraz zła ocena pracy samorządów w zakresie informowania ich

o prowadzonych przez siebie projektach może skłaniać do postawienia tezy, iż praca samorządów jest co najwyżej dostateczna, podczas gdy lokalni przedsiębiorcy są bardzo aktywni. Tymczasem nie wydaje się, iż postawa lokalnych przedsiębiorców jest rzeczywiście tak prorozwojowa, o czym świadczą dane dotyczące znajomości instytucji i programów sprzyjających rozwojowi przedsiębiorczości w regionie. Okazuje się bowiem, że tylko około 1/4 badanych firm w ogóle zna takie instytucje, a spośród tej grupy zdecydowana większość mogłaby wskazać jedynie od jednej do trzech takich firm. To z kolei znajduje swoje odzwierciedlenie w niewielkiej liczbie firm biorących udział w inicjatywach podejmowanych przez te instytucje. Za główną przyczynę braku uczestnictwa w tego typu akcjach firmy uznały brak informacji, co z jednej strony może wynikać z braku dostępu do nich, z drugiej jednak może być efektem słabego zaangażowania firm w proces pozyskiwania niezbędnych informacji.

Wspomniana wcześniej w opracowaniu niska ocena działań władz w regionie, niewielki stopień uczestnictwa w inicjatywach przez nie podejmowanych, jak również niewielka liczba wskazań, jeśli chodzi o działania prorozwojowe, jakie powinny podejmować władze lokalne, powoduje, iż firmy biorące udział w badaniu nie przypisują im dużej roli w procesie rozwoju regionalnej przedsiębiorczości. Stosunkowo niewielka część respondentów (wahająca się w granicach od 2 do 9%) uznała czynniki bezpośrednio związane z zakresem odpowiedzialności władz regionu za sprzyjające rozwojowi naszego województwa (np. dotyczące promocji regionu i stworzenia dogodnych warunków inwestowania).

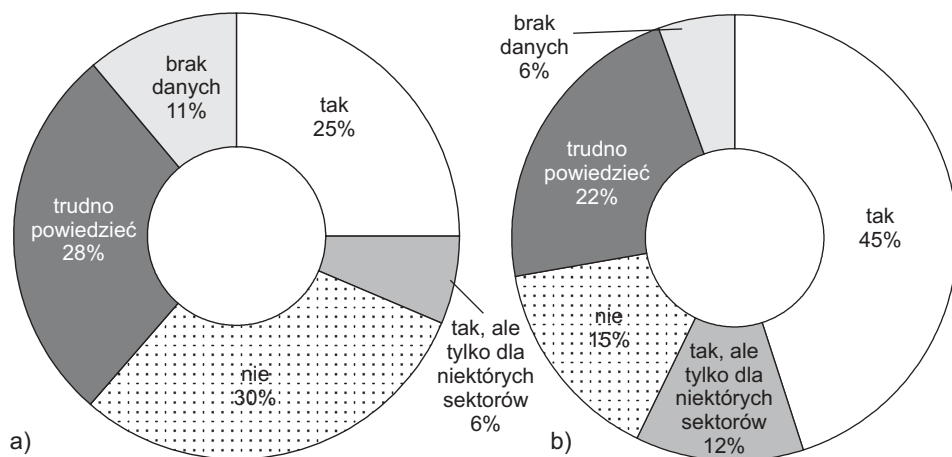
Respondenci bardzo słabo ocenili możliwości swojego dalszego rozwoju w regionie zachodniopomorskim. Ponad 40% ankietowanych stwierdziło, że są one gorsze niż w innych regionach Polski. Jedynie 17% firm wykazuje optymistyczne podejście, deklarując, iż przedsiębiorstwa województwa zachodniopomorskiego mają lepsze możliwości rozwoju niż w innych regionach (ryc. 6).



Ryc. 6. Ocena możliwości rozwoju przedsiębiorstw regionu zachodniopomorskiego
Źródło: jak przy ryc. 1.

Otrzymane wyniki pokazują, że im większa firma, tym gorzej ocenia możliwości rozwoju przedsiębiorstw regionu zachodniopomorskiego. Połowa firm zatrudniających powyżej 250 osób negatywnie postrzega te możliwości, podczas gdy odsetek ten maleje do 37% w przypadku małych podmiotów. Najgorzej możliwości rozwoju oceniają firmy handlowe, które działają na rynku powyżej 10 lat oraz zlokalizowane są na terenie dawnego województwa koszalińskiego. Najwięcej optymistów, choć w ogólnej ich liczbie nie było wielu, jest wśród firm produkcyjno-handlowo-usługowych, działających na rynku nie dłużej niż jeden rok i mających swoją siedzibę na terenie dawnego województwa szczecińskiego.

Mimo ogólnie niskiej oceny działań władz lokalnych, w zakresie prowadzonej polityki informacyjnej region zachodniopomorski jest postrzegany jako dość atrakcyjny dla inwestorów (ryc. 7).



a) dla inwestorów krajowych, b) dla inwestorów zagranicznych

Ryc. 7. Atrakcyjność inwestycyjna regionu zachodniopomorskiego dla inwestorów krajowych i zagranicznych

Źródło: jak przy ryc. 1.

Szczegółowa analiza otrzymanych wyników pokazuje także, że im większa firma, tym chętniej uznaje region zachodniopomorski za bardziej atrakcyjny dla inwestorów krajowych (podczas gdy połowa dużych firm biorących udział w badaniu reprezentuje takie stanowisko, to odsetek ten spada do 35% w przypadku firm małych). Wielkość przedsiębiorstwa nie miała natomiast wpływu na zróżnicowanie odpowiedzi respondentów, jeśli chodzi o atrakcyjność regionu dla inwestorów zagranicznych. Średnio 60% ankietowanych uważa, że województwo zachodniopomorskie jest atrakcyjnym miejscem dla lokowania inwestycji przez zagranicznych partnerów. Na decyzje respondentów nie wpływał w tym zakresie rodzaj prowadzonej działalności czy okres działania firmy na rynku. Można jednak zauważyć, że przedsiębiorstwa prowadzące działalność

poza obszarem dawnego województwa szczecińskiego i koszalińskiego w dużo większym stopniu uznają zachodniopomorskie za atrakcyjne miejsce dla inwestowania kapitału zagranicznego.

Badane firmy korzystają z różnorodnych źródeł, aczkolwiek na podstawie uzyskanych wyników można z całą pewnością powiedzieć, że oczekują od lokalnych władz zdecydowanie większego wkładu zarówno w ilość dostarczanych informacji, jak też ich zawartość oraz sposób dostarczenia. Świadczą o tym ogólne słabe oceny ich pracy. Pewną konsekwencją jest wynik niemal 60% respondentów, którzy uważają, że region zachodniopomorski prezentuje się niekorzystnie na tle kraju, a jego wizerunek dla 35% badanych raczej nie sprzyja rozwojowi firm tu zlokalizowanych. Wydaje się, że jest to jedna z poważnych barier rozwoju regionu, szczególnie jeżeli weźmie się pod uwagę fakt, że zdecydowana większość badanych podmiotów gospodarczych uważa, iż rozwój regionu w znacznym stopniu zależy właśnie od jego wizerunku.

Literatura

- Kotler P., Haider D.H., Rein I., 1993, *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities and Nations*, New York: The Free Press.
- Lebiecki M., 2002, „Kotler o marketingu miejsc”, *Modern Marketing*, nr 2.
- Strużycki M., 2002a, „Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce lokalnej” (w:) J. Karwowski (red.), *Marketing w rozwoju regionu*, Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Strużycki M. (red.), 2002b, *Zarządzanie małymi i średnimi przedsiębiorstwami – wyróżniki europejskie*, Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Uwarunkowania determinujące możliwości funkcjonowania i rozwoju firm województwa zachodniopomorskiego – raport z badań*, 2002, maszynopis powielany, Szczecin: Katedra Marketingu Uniwersytetu Szczecińskiego.