

Zbigniew Przygodzki

Uniwersytet Łódzki

**WIEDZA JAKO NOWY CZYNNIK
LOKALIZACJI DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ
W KONTEKŚCIE PROCESÓW
INTEGRACJI I GLOBALIZACJI**

1. Istota wiedzy

Dominującą dziś siłą napędową rozwoju gospodarczego jest zdolność ciągłego podnoszenia swoich kwalifikacji i zdobywania nowych umiejętności przez wszystkich członków społeczeństwa. Wiedza należy do zasobów strategicznych nie tylko organizacji, ale także regionu. Wzrost znaczenia informacji wynika bezpośrednio z jej ilości oraz dostępności. Zarówno ilość, jak i dostępność uwarunkowane są z jednej strony przez istnienie odpowiedniej infrastruktury, z drugiej zaś – istnieniem potencjału tkwiącego w ludziach. Stan posiadanej wiedzy i umiejętność jej wykorzystania są źródłem powstawania nowych zasobów informacji i wiedzy. Immanentną cechą wiedzy jest to, iż jej posiadanie zależy od samego człowieka, niezależne więc jest, czy przyjmiemy, iż wiedza jest czymś, co istnieje autonomicznie (wówczas rola człowieka polegałaby na jej odkrywaniu, poznawaniu, zrozumieniu i pogłębianiu), czy też założymy, iż to człowiek jest twórcą wiedzy i to od jego zaangażowania, możliwości, zdolności zależeć będzie jej poziom. W obu przypadkach wiedza, którą człowiek dysponuje, uzależniona jest od dwóch warunków. Warunkiem koniecznym jej zdobywania i pogłębiania jest realizowanie procesu uczenia się, a warunek wystarczający można określić jako zespół indywidualnych cech człowieka, określonych zarówno w wymiarze jednostki, jak i poprzez sąsiedztwo, w którym ona funkcjonuje.

Znaczenie wiedzy nie zawęży się tylko do rozwoju indywidualnego jednostki (rozwoju w wymiarze psychofizycznym), ale jeśli spojrzymy perspektywicznie na historię rozwoju świata, to zauważymy, że wzrost jej poziomu, dokonujący się w postępie geometrycznym, wpływa pozytywnie zwłaszcza na płaszczyznę rozwoju

społeczno-gospodarczego. Dziś bardziej niż kiedykolwiek wiedza odgrywa kluczową rolę w życiu społeczno-gospodarczym. Jej poziom, stan i rozwój mają praktyczne odzwierciedlenie we wszystkich dziedzinach życia ludzkiego, a szczególnie w tych dziedzinach, w których jest ona najbardziej i najefektywniej wykorzystywana, a więc np. w informatyce, telekomunikacji, transporcie itd.

Choć nauka w świecie „gospodarki uczącej się” odgrywa ogromną rolę, nie jest ona jedynym procesem kreującym wiedzę. Innym jej źródłem są doświadczenia życia codziennego. Obydwa te procesy mogą tworzyć wiedzę użyteczną dla człowieka, mającą charakter nie tylko poznawczy. Wiedza płynąca zarówno z procesu naukowego, definiowanego przez określenie metody naukowej¹, jak i z doświadczenia jest niezbędna dla życia i rozwoju ludzi. Jednakże w odróżnieniu od doświadczeń życia codziennego wiedza naukowa wymaga, aby mogła być wykorzystywana, kreowania procesu jej dyfuzji, w przeciwnym razie najprawdopodobniej będzie wiedzą bezużyteczną, wiedzą jednostki, nie mającą wpływu na rozwój społeczno-gospodarczy społeczności. Cechą nauki jest ciągłość. Każde nowe odkrycie wyrasta z aktualnego stanu wiedzy. „Rozwój nowoczesnej nauki, jak wiadomo, to nie gromadzenie luźnych indywidualnych zdobyczy, ale proces, w którym każde nowe ogniwo jest zależne od ogniów, które je poprzedzają”². Jak pisał F. Kafka: „Nauka jest jak niezmierne morze, im więcej jej pijesz, tym bardziej jesteś spragniony”. Wiedza płynąca z nauki była pierwotną zarówno przyczyną, jak i narzędziem tego, co dziś nazywamy mianem procesów globalizacji. Wiedza „zbudowała sobie” system dyfuzji. System jeszcze nie doskonały, ale mający cechy samoorganizacji (jednym z najlepszych przykładów jest stworzenie, z wykorzystaniem nauki, sieci Internet, będącej zarówno źródłem, jak i narzędziem powstawania nowej wiedzy).

W odniesieniu do zagadnień związanych z *nową gospodarką*, rozwojem sieciowym, wiedza może występować w różnych postaciach, a mianowicie jako: wiedza skodyfikowana o uniwersalnym charakterze i wiedza skodyfikowana o charakterze lokalnym, wiedza nieskodyfikowana, wiedza publiczna i prywatna, uprzedmiotowiona i wiedza nieuprzedmiotowiona³. Umiejętność gromadzenia danych, porządkowania ich w informacje oraz interpretacja informacji w znacznym stopniu określają przewagę konkurencyjną społeczności czy organizacji. Stąd wynika ko-

¹ Podstawowe kroki metody naukowej: pierwszy etap to przejście od wyjściowych obserwacji do teorii – tworzenie teorii na podstawie wiedzy empirycznej, czyli tzw. indukcja. Następnie wyprowadzenie z ogólnych praw prognozy dotyczącej tego, co rzeczywiście się zdarzy – czyni się to na podstawie tego, co prawa ogólne mówią o poszczególnych zdarzeniach dnia jutrzejszego. Proces ten nazywa się dedukcją. Na zakończenie powraca się do faktów, by zweryfikować trafność prognoz. Czyni się to poprzez eksperymenty i obserwacje, sprawdzając teorię (J.G. Kemeny, *Nauka w oczach filozofa*, PWN, Warszawa 1967, s. 94).

² S. Ossowski, *O osobliwościach nauk społecznych*, PWN, Warszawa 1983, s. 139.

³ R. Domański, *Miasto innowacyjne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN, Studia t. CIX, s. 65.

nieczność wypracowania spójnego systemu zarządzania wiedzą⁴ oraz zarządzania informacją i danymi⁵ na płaszczyźnie lokalnej i regionalnej. O wartości wiedzy decyduje ostatecznie rynek. Dlatego szczególne znaczenie ma tzw. *wiedza komercyjna*, składająca się z wiedzy skodyfikowanej określonej przez zbiór regulaminów, dokumentów, wzorów, a także wiedzy nieskodyfikowanej (ukrytej), zakorzenionej w strukturze i kulturze organizacji⁶. Z punktu widzenia atrakcyjności terytorium ważną rolę odgrywa także wiedza *niekomercyjna*, wyrażona przez podzielenie wspólnych norm, zachowań o charakterze nieformalnym, posiadanie pewnych zdolności, umiejętności, cech szczególnych, ukształtowanych przez wspólną historię, której wartość nie jest bezpośrednio określona przez rynek, ale która odgrywa rolę niewidzialnej ręki rynku.

J. Burak potwierdza tezę, iż pierwotnym źródłem wiedzy jest człowiek, który tworzy ją w wyniku interakcji pomiędzy wiedzą utajoną (cichą, niekomercyjną) – uwiecznioną w pamięci terytorium – i wiedzą artykułowaną (dostępna), a „proces tworzenia wiedzy powinien być pobudzany i wzmacniany sprawnym zarządzaniem wiedzą”⁷. Celem zarządzania wiedzą komercyjną jest transfer pomiędzy różnymi komórkami organizacji i wyzwolenie kreatywności w ich członkach (pracownikach). Działania te mają dać wymierne wyniki, weryfikowane na rynku. Trudno jest natomiast mówić o bezpośrednim zarządzaniu wiedzą niekomercyjną, której tworzenie wspomagane powinno być poprzez strategię długookresową. Na podstawowe obszary zarządzania wiedzą składają się⁸.

- pozyskiwanie wiedzy z otoczenia,
- wykorzystanie wiedzy bezpośrednio w organizacjach,
- utrzymywanie i rozwijanie aktywów wiedzy,
- sprzedaż wiedzy w formie nowych produktów, usług, technologii.

⁴ „Zarządzanie wiedzą oznacza ciąg usystematyzowanych działań polegających na tworzeniu, wykorzystaniu i upowszechnianiu czynników pozamaterialnych w organizacji, tak aby ludzie realizujący określone cele mieli łatwy dostęp do przydatnej w danym momencie wiedzy w dogodnej dla nich postaci. W procesie zarządzania wiedzą najważniejsze jest to, co chce i powinien wiedzieć odbiorca, a nie, co wie jej posiadacz [...]” (J. Burak, *Wiedza i innowacje jako źródło przewagi konkurencyjnej*, „Gospodarka Narodowa” 2001 nr 4, s. 20-34).

⁵ Zarządzanie informacją to przede wszystkim obróbka danych: ich przechowywanie, dostęp i wymiana.

⁶ Ten typ wiedzy F.A. von Hayek określił jako wiedzę *rozproszoną*, która zawiera się w technikach myślenia, umożliwiając konkretnym osobom znajdowanie nowych rozwiązań wówczas, gdy zostaną skonfrontowane z określonymi warunkami, problemami czy zadaniami; mają ją także instytucje, które koordynują przebieg zdarzeń gospodarczych. Przekazanie komuś wiedzy rozproszonej, ze względu na jej istotę, jest niemożliwe (Z. Hockuba, *Droga do spontanicznego porządku, transformacja ekonomiczna w świetle problemu regulacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 37).

⁷ J. Burak, wyd. cyt., s. 20-34.

⁸ J. Dąbrowski, I. Koładkiewicz, *Inicjatywy zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach działających w Polsce*, „Organizacja i Kierowanie” 2002 nr 2 (108), s. 4.

W odniesieniu do zarządzania wiedzą na poziomie regionu należy dodać także takie elementy, jak: identyfikowanie i kreowanie zasobów wiedzy, dyfuzja i transfer wiedzy, zarządzanie informacją odgrywające rolę komplementarną. Zarządzanie wiedzą jest procesem trudnym, ponieważ wiedza jest ulokowana w różnych miejscach; ponadto istnieje wiele jej typów i nośników. Skuteczne wykorzystywanie wiedzy wymaga zarządzania strategicznego koordynującego wszystkie wymienione obszary zgodnie z obowiązującym paradygmatem rozwoju opartego na sieci i wzajemności powiązań. Popyt na wiedzę zazwyczaj ujawnia się w przyjaznym środowisku, jest więc ściśle skorelowany ze stopniem rozwoju kapitału społecznego i zorganizowaniem środowisk przedsiębiorczości. Dlatego polityka budowy społeczeństwa wiedzy musi się koncentrować na tworzeniu infrastruktury społecznej w szerokim rozumieniu tego słowa⁹.

2. Globalizacja i procesy uczenia się

Procesy integracji gospodarczej i społecznej (w przypadku Polski szczególnie integracja z Unią Europejską) oraz równoczesna liberalizacja zmieniają charakter relacji między poziomami globalnym, narodowym i lokalnym gospodarki. Jak wskazuje Z. Bauman „...siły gospodarcze wyzwoliły się z nadzoru państw-narodów [...]”¹⁰. Deregulacja dokonuje się na poziomie państwa narodowego, tam gdzie nadmierny interwencjonizm okazuje się nieefektywną koncepcją polityki gospodarczej, nieadekwatną do warunków zewnętrznych, w jakich politykę tę trzeba prowadzić¹¹. Tworzenie nowych zasad, norm na poziomie ponadnarodowym lub członkostwo w organizacjach ponadnarodowych (w tym integracja z UE) nie oznacza, że dotychczasowe instytucje państwowe czy regionalne przestają funkcjonować. Zaważalne jest raczej przedefiniowywanie kompetencji i zakresów działania tych instytucji. Kształtujące się organizacje ponadnarodowe nie budują nowej, odrębnej sieci powiązań, ale wpisują się w już istniejące układy związków narodowych. Tworząc nowe ogniwa sieci, przyczyniają się do znacznego rozbudowania sieci, koordynują one bowiem współdziałanie kilku, a czasami kilkunastu podsieci narodowych. Wzrost gospodarczy realizowany jest wówczas, gdy istnieje pełna kompatybilność przepływu informacji. Sprawny przepływ informacji jest możliwy tylko wówczas, gdy istnieje szereg instytucji (ogniw) pośrednich, uczestniczących w przetwarzaniu informacji na język użyteczny dla odbiorców. Efektywne działanie systemu jest zatem zależne od partnerstwa na wszystkich poziomach, wyznaczonego przez stopień integracji.

⁹ A. Fazlagić, *Zarządzanie wiedzą w sektorze publicznym*, źródło: <http://www.fazlagic.egov.pl/artukul.php> z dnia 2.05.2004 r.

¹⁰ Z. Bauman, *Zawrotna kariera „podklasy”*, „Przegląd Społeczny” 1998 nr 1-2.

¹¹ Szerzej: S. Amin, *Capitalism in the age of globalization. The management of contemporary society*, Zed Books, London–New Jersey, 1997, s. 32.

Rewolucja technologiczna, rozwój nowoczesnych technologii komputerowych, teleinformatycznych, wyznacza dziś tło życia gospodarczego oraz jest rusztowaniem przebiegu procesów o charakterze globalnym. Nowoczesne produkty i usługi wymagają szybkiego upowszechnienia, gdyż ze względu na błyskawiczną dyfuzję wiedzy skraca się znacznie cykl życia większości z nich. Globalizacja wiedzy i technologii stworzyła podstawę do nowego typu gospodarki – opartej na wiedzy (*knowledge-based economy*), uogólniając to, co w wymiarze regionalnym kryć się będzie pod takimi pojęciami jak region uczący się¹², miasto innowacyjne¹³.

Globalizacja ponownie odkrywa regiony, jak zauważył Ph. Aydalot; czyni to np. za pośrednictwem przedsiębiorstw, które działając na rynku globalnym, szukają odpowiedniej dla siebie lokalizacji w przestrzeni regionalnej. Firmy transnarodowe, wykorzystując swój zasięg i siłę, poszukują dwóch podstawowych elementów w przestrzeni: po pierwsze, rynków zbytu dla swoich produktów i usług, po drugie, odpowiednich zasobów; odpowiednich – tzn. takich, które umożliwiłyby uzyskanie przewagi konkurencyjnej, a więc zasobów specyficznych, dzięki którym ich produkty lub produkcja będą atrakcyjniejsze, bardziej konkurencyjne. Firma globalna zarządza zatem zasobami rzadkimi (specyficznymi), globalizację zaś można postrzegać z tej perspektywy jako proces i sposób alokacji zasobów różnorodnych (zróżnicowanych). Zasoby te wynikają ze specyfiki lokalizacji i charakterystyki terytorium. Przedsiębiorstwo, działając globalnie, działa również lokalnie, wykorzystując w sposób skoordynowany rozproszone geograficznie zasoby lokalne. Przy tym rynek lokalny jest pewnego rodzaju ostoją dla firmy, gwarantem stabilności i trwałości, w odróżnieniu od rynku globalnego – pełnego zmian, niepewności i destabilizacji.

¹² Uczące się regiony funkcjonują jako magazyny wiedzy i pomysłów, zapewniając przy tym środowisko oraz infrastrukturę wspomagające przepływ wiedzy, pomysłów. Tym samym regiony uczące się są coraz istotniejszymi źródłami innowacji i motorem wzrostu gospodarczego, a także ważnymi aktorami w globalnej grze gospodarczej. To właśnie region uczący się jest w stanie zapewnić czynniki niezbędne dla organizacji rozwijającym się dzięki działalności opartej na wiedzy. Czynniki te są przede wszystkim: infrastruktura produkcyjna ze swoją siecią wzajemnie ze sobą powiązanych odbiorców i dostawców, infrastruktura wiedzy, zapewniająca dostęp do kapitału ludzkiego i społecznego, umożliwiającego oparcie rozwoju na wzajemnej współpracy pomiędzy aktorami lokalnymi, i zorganizowana wokół świadomości konieczności „uczenia się przez całe życie”, infrastruktura fizyczna, w tym przede wszystkim komunikacyjna, umożliwiająca szybki i sprawny przepływ informacji, dostawy *just in time* oraz integrację z gospodarką światową, infrastrukturę instytucjonalną, na którą składają się instytucje finansowe, rządowe, samorządowe oraz prywatne organizacje typu *non-profit* i która jest dostosowana do potrzeb zorientowanych na wiedzę aktorów lokalnych (R. Florida, *Toward the learning region*, Futures, vol. 27 nr 5, cyt. za: D. Maillat, L. Kebir, *The learning region and territorial production systems*, [w:] B. Johansson, C. Karlsson & R. Stough (red.), *Theories of Endogenous Regional Growth. Lessons for Regional Policies*, Springer, Berlin, s. 255-277.

¹³ Szerzej na ten temat zob. m.in. R. Domański, wyd. cyt.; *Gospodarka oparta na wiedzy. Wyzwanie dla Polski XXI wieku*, red. A. Kuliński, KBN, Warszawa 2001; R. Domański, *Regionalny poziom gospodarki uczącej się*, „Czasopismo Geograficzne” 2000 nr 3-4.

P. Veltz zauważa, iż rozważając pojęcia „globalny”, „lokalny”, nie należy abstrahować od jednego z nich, gdyż „interesujące jest, aby zrozumieć, jak gospodarka globalna zakorzeniona jest, różnymi sposobami, w strukturach terytorialno-historycznych, jak globalny karmi się lokalnym, jednocześnie go przekształcając”¹⁴.

Stwierdzenie „myśleć globalnie, działać lokalnie” znajduje swą definicję w pojęciu *glocalizacja*¹⁵, zaproponowanym przez R. Robertsona¹⁶. Przestrzega on przed jednostronnym rozumieniem globalizacji jako „procesu koncentracji kapitału i innych skutecznych środków finansowych oraz procesu koncentracji swobody poruszania się i działania”¹⁷. Z. Bauman zauważa, iż „...integracja i rozdrabnianie, globalizacja i podział terytorialny są procesami komplementarnymi [...] stanowią dwie strony tego samego procesu: nowego podziału władzy, suwerenności i wolności działania. Procesy syntezy i rozproszenia, integracji i rozpadu współzachodzą i przeplatają się wzajemnie”¹⁸. Glocalizacja jest syntezą pojęć „globalizacja” i „lokalizacja”. Zwraca się uwagę na znaczenie i miejsce działań lokalnych w procesie globalizacji oraz na znaczenie i miejsce procesów globalnych w strategiach rozwoju lokalnego. Współistnieją zatem dwie różne, choć zależne od siebie płaszczyzny postrzegania i badania zjawisk glocalizacji. Pierwsza z nich udziela odpowiedzi na pytanie o przyczyny oraz konsekwencje lokalizacji przedsiębiorstw na danym terytorium, druga zaś wskazuje warunki otwarcia i integracji danego terytorium z resztą świata oraz cechy polityki służącej przyciąganiu inwestycji zewnętrznych¹⁹.

¹⁴ G. Benko, *La science regionale, serie Que sais-je?*, PUF 1998, s. 70.

¹⁵ Termin *glocalizacja* może być rozumiany w kilku różnych kontekstach, a mianowicie jako: 1) glocalizacja obrazująca paradoks globalizacji, która przynosi wielkie korzyści nielicznym, wykluczając lub marginalizując znacznie szersze rzesze ludzi; 2) glocalizacja odzwierciedlająca charakter współczesnej komunikacji medialnej. Wydarzenia lokalne stają się globalnymi wskutek możliwości wzajemnego ich powiązania i ujawnienia; 3) glocalizacja pojmowana w kontekście współczesnych procesów socjokulturowych; lokalne wartości (przywiązanie do rodzimego terytorium, zwyczajów, kultury itp.) poddawane są skutecznej erozji ze strony czynników zewnętrznych będących skutkiem globalizującego się świata; jednostki i zbiorowości terytorialne zostają zatem „usytuowane” między swymi prywatnymi ojczyznami a systemem światowym, czerpiąc jednocześnie impulsy rozwojowe/destrukcyjne z obydwu tych struktur (S. Michalczyk, *Media lokalne w komunikacji społecznej*, referat na międzynarodową konferencję naukową „Regionalne i lokalne media w społeczeństwie wielokulturowym”, źródło: http://oportel.pl/konferencja/doc/michalczyk_stanislaw.doc; M. Humbert, *Globalization and Glocalization: Problems for Developing Countries and Policy (Supranational, National and Subnational) Implications*, Estudos Tematicos, Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro – IE/UFRJ, Rio de Janeiro, Dezembro de 2000, s. 195-218; *Glocalization: globalization plus localization*, „The Economic Times”, June 16 & 23, 2002.

¹⁶ R. Robertson, *Globalization. Social Theory and Global Culture*, London 1992, cyt. za: S. Michalczyk, wyd. cyt.

¹⁷ Z. Bauman, *Globalizacja*, PIW, Warszawa 2000, s. 85.

¹⁸ Tamże, s. 84.

¹⁹ Szerzej: O. Torres, *Lokalna globalizacja czy globalna lokalizacja. Rozważania na temat glocalizacji*, referat na konferencję „Wiedza, innowacyjność, przedsiębiorczość a rozwój regionalny”, Łódź, 8-10 maja 2003.

Glokalizacja ma dwie charakterystyczne cechy: *dostępność* i *bliskość*. Pojęcie *dostępności* abstrahuje od poziomu lokalnego (od umiejscowienia), egzemplifikując aprzestrzenny i globalny wymiar stosunków pracy. O. Torres wskazuje, iż dostępność w tym ujęciu wyraża się w możliwości prawie natychmiastowego połączenia różnych punktów Ziemi, oddalonych od siebie nawet znaczną odległością. Przy tym „...połączenia te wymagają ciągłości organizacyjnej. Stąd dostępność jest ściśle związana z pojęciem sieci oraz pojęciem bliskości funkcjonalnej lub organizacyjnej”²⁰.

Pojęcie *bliskości*, według O. Torresa, zwraca uwagę na obecność silnego podłoża terytorialnego w strategiach globalizacji firm międzynarodowych zarówno dużych, jak i mniejszych, będących w trakcie procesu internacjonalizacji. Glokalizacja determinuje cechy powiązań między płaszczyznami globalną i lokalną: różnorodność (liczność), systemowość (złożoność), współzależność (wzajemność), ewolucyjność (dynamizm)²¹. Dostępność determinuje konkurencyjność, bliskość zaś warunkuje – poprzez konieczność konkurowania – cechy środowiska.

Bezpośredni związek płaszczyzny globalnej z lokalną nie tylko determinuje innowacyjność gospodarki regionalnej (w rozumieniu zdolności do kreowania innowacji), ale także zwiększa jej adaptacyjność, co może przyczynić się skutecznie, ze względu na koszty, do poprawy konkurencyjności szczególnie regionów krajów rozwijających się. Koszt imitacji lub adaptacji rozwiązań innowacyjnych stanowi około 40-90% kosztu innowacji, co pozwala zaoszczędzić ograniczone zasoby²².

R. Reich postawił tezę, iż sukces ekonomiczny jakiegokolwiek grupy ludzi dzielących wspólną polityczną tożsamość nie zależy od dochodowości korporacji, które posiadają, czy od dzielności ich przemysłu, lecz od wartości, którą dodają do gospodarki globalnej poprzez swe umiejętności i zdolności rozumienia²³. Następuje dezaktualizacja dotychczasowych strategii firm. Globalna konkurencja powoduje skracanie się czasu użytkowania produktu, ograniczenie wielkości serii produkcji, przyspieszenie innowacji, próby monopolizacji rynków przez wielkie korporacje. Wszystko to zmusza przedsiębiorców do poszukiwania innych źródeł przewagi konkurencyjnej, nie opartej jedynie na podstawowej konkurencji cenowej. Strategie działania firm, których celem była stabilizacja produkcji, zaopatrzenia i zbytu, zdezaktualizowały się. W nowym ujęciu strategia przedsiębiorstwa opiera się na jego elastyczności²⁴. Elastyczność ta warunkuje siłę konkurencyjną przedsiębiorstwa. Jest ona urzeczy-

²⁰ Tamże.

²¹ Tamże.

²² *Jak integracja z Unią Europejską wpłynie na polskie regiony*, red. M. Nowicki, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2003, s. 30.

²³ R.B Reich, *Praca narodów. Przygotowanie do kapitalizmu XXI wieku*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, s. 158.

²⁴ T. Markowski, *Globalizacja i metropolie, teoria i rzeczywistość – przypadek aglomeracji łódzkiej*, [w:] *Nowe problemy rozwoju wielkich miast i regionów*, red R. Domański, Warszawa 2000, Biuletyn KPZK nr 192.

wistniana najefektywniej, gdy wdrażane zostają dwa podstawowe warunki, dotyczące fachowości siły roboczej oraz koordynacji działalności między firmami i ich otoczeniem. Koordynacja działalności firm będzie się wyrażać poprzez aktywne uczestnictwo w sieci i decentralizację procesu innowacyjnego, czego skutkiem są zwiększony dostęp do nowej wiedzy i zintensyfikowanie procesów uczenia się.

Uczenie się jest procesem zbiorowym, a w szerszej skali – społecznym, dokonującym się, jak podkreśla R. Domański, przez wzajemne oddziaływanie i współpracę podmiotów sceny regionalnej (MŚP, władze publiczne, uczelnie wyższe, instytuty badawcze, instytucje gospodarcze, instytucje społeczne itd.)²⁵.

Poprzez istnienie środowisk przedsiębiorczości i terytorialnych systemów produkcyjnych, opartych na organizacji sieciowej, region jest nieustannie wzbogacany, przez informacje i dane, w wiedzę nie tylko uprzedmiotowioną, ale także nie mniej ważną tzw. *wiedzę milczącą*²⁶. R. Domański podkreśla, iż bliskość przestrzenna ma znaczenie w interaktywnych procesach uczenia się. „Im większa jest rola wiedzy milczącej, tym większa jest waga bliskości partnerów uczestniczących w wymianie wewnątrz systemu lokalnego”²⁷. Dynamika uczenia się odzwierciedla zbiorową zdolność aktorów do zmiany swoich zachowań w funkcji transformacji, której jest poddane środowisko. Dzięki tej dynamice możliwa jest równowaga między relacjami opartymi z jednej strony na strategii konkurencji, a z drugiej – na strategii współdziałania. Zdolność indywidualnego i zbiorowego uczenia się jest niezwykle istotna z punktu widzenia regionu.

3. Nowe czynniki lokalizacji

Czasy, w których żyjemy, są określane – ze względu na przewartościowanie roli i znaczenia podstawowych czynników produkcji – jako okres pokapitalistyczny, w odróżnieniu od kapitalistycznego. Owym najistotniejszym czynnikiem i warunkiem efektywnej i elastycznej alokacji zasobów jest wiedza. Dotychczasowe czynniki produkcji oczywiście nadal są niezbędne do efektywnego zarządzania zasobami, lecz kluczem do sukcesu jest umiejętność wychwycenia z ogromnego strumienia potrzebnej informacji i jej wykorzystania. Z tego względu np. waga infrastruktury technicznej czy społecznej w kształtowaniu przestrzeni konkurencyjnej przesunęła się w stronę kształtującej się infrastruktury intelektualnej²⁸. Główną rolę w decyzjach lokalizacyjnych przedsiębiorstw odgrywają potencjalne przyszłe, specjalistyczne zasoby ludzkie, mniejszą zaś –

²⁵ R. Domański, *Regionalny poziom...*

²⁶ Wiedza milcząca – uwieczniona w pamięci terytorium, nie skodyfikowana i nie podlegająca mechanizmom rynkowym (w odróżnieniu od informacji kodyfikowalnych, podlegających rynkowi i mających cenę).

²⁷ R. Domański, A. Marciniak, *Sieciowe koncepcje gospodarki miast i regionów*, PWN, Warszawa 2003, Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN, t. CXIII, s. 21.

²⁸ T. Markowski, *Zarządzanie rozwojem miast*, PWN Warszawa 1999, s. 100.

obecny rynek pracy. Swoje perspektywy rozwojowe (strategie rozwoju) przedsiębiorcy coraz częściej wiążą bezpośrednio z dostępem do wysoko wykwalifikowanych pracowników. Mimo iż w pierwszym etapie swej działalności firmy bardzo często osiąga ją przewagę konkurencyjną dzięki wykorzystaniu taniej siły roboczej, w perspektywie długookresowej nie jest już to czynnik wystarczający (ponadto tania siła robocza nie musi się wiązać z niskimi kwalifikacjami pracowników).

Coraz trudniej jest osiągnąć podmiotom gospodarczym działającym na rynku stan równowagi z otoczeniem. Globalizacja spowodowała nasilenie się konkurencji, a jednocześnie trudności w określeniu konkurentów i rynku. W ramach tzw. nowej szkoły zarządzania strategicznego (szkoły zasobowej) sformułowano podstawowe postulaty (warunki), które powinien spełniać dany składnik kapitału (dana wartość), aby być zasobem strategicznym przedsiębiorstwa. Można przyjąć, iż postulaty te będą analogiczne do zasobów strategicznych (specyficznych) regionu, stanowiącego potencjalne miejsce lokalizacji przedsiębiorstw²⁹:

- zasób musi tworzyć wartość dla klienta (*valuable*);
- musi być rzadko występujący (*rare*);
- musi być trudny do imitacji (*imperfectly immitable*);
- musi być możliwy do zatrzymania w przedsiębiorstwie przez dłuższy okres;
- nie może mieć strategicznych substytutów.

Wiedza jest takim zasobem, który spełnia wszystkie z powyższych kryteriów. Wiedza jest zasobem, a strumieniem z niej wypływającym jest informacja. Znaczenie tych elementów wzrosło do tego stopnia, iż dziś stanowią one jeden z kluczowych czynników produkcji i alokacji zasobów. Stały dopływ i wymiana informacji – ogólnie komunikacja – to kluczowa kwestia współczesnej gospodarki. Już w 1977 r. geograf G.E. Törnquist wyróżnił w gospodarce trzy płaszczyzny komunikacji: transport dóbr, komunikację osobistą i telekomunikację. Zauważył, iż „trwała dominacja dwóch ostatnich rodzajów komunikacji stawia pod znakiem zapytania użyteczność klasycznej teorii lokalizacji i wywołuje potrzebę poznania źródeł informacji i jej przepływu w kontekście lokalizacji działalności ekonomicznej”³⁰.

Wskutek zróżnicowanej dostępności przede wszystkim do informacji i wiedzy pogłębia się polaryzacja społeczna i regionalna³¹, ponieważ elementy te stały się nowymi czynnikami produkcji. Wielu przedsiębiorców, zwłaszcza tych, których dostęp

²⁹ Postulaty takie sformułował J. Barney, cyt. za: A. Fazlagić, *Zarządzanie wiedzą w sektorze publicznym*, źródło: <http://www.fazlagic.egov.pl/artukul.php> z dnia 2.05.2004 r.

³⁰ D.J. Walmsley., G.J. Lewis, *Geografia człowieka. Podejścia behawioralne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997, s. 167.

³¹ Dostępność do zasobów wiedzy wykazuje znaczne zróżnicowania zarówno na poziomie lokalnym, w zależności m.in. od miejsca zamieszkania (miasto, wieś), środowiska, zamożności, jak i na poziomie regionalnym (czego potwierdzeniem może być np. koncentracja potencjału naukowo-badawczego, wydatków na B+R itd.).

do wiedzy i informacji jest ograniczony, odczuwa nasilające się zjawisko kurczenia się rynku (zarówno kurczenie się rynku zbytu, jak i rosnącą potęgę konkurencji po stronie produkcji dóbr i usług). Zmniejsza się znaczenie dostępności do bogactw naturalnych oraz znaczenie *odległości*, która do niedawna była jednym z głównych determinantów lokalizacji przedsiębiorstw i rozwoju ośrodków miejskich. Tradycyjne czynniki lokalizacji przedsiębiorstw, takie jak: tania siła robocza, dogodny dostęp do surowców, źródła taniej energii, tania i dobra organizacja transportu, infrastruktura (głównie techniczna), nie wyjaśniają w sposób dostateczny przyczyn zróżnicowanej konkurencyjności regionu. Czynniki te nadal pozostają fundamentem budowy atrakcyjności lokalnej przestrzeni, bazy ekonomicznej regionu. Stanowią warunek konieczny, lecz warunkiem wystarczającym do stworzenia przestrzeni konkurencyjnej są nowe czynniki lokalizacji, takie, które podkreślają atrakcyjność przestrzeni pod względem jakości, egzemplifikując niepowtarzalność (wyjątkowość) lokalizacji³².

Władze lokalne w swej ofercie „atrakcyjnych lokalizacji dla przedsiębiorców” muszą zadbać – oprócz zapewnienia terenu (fizycznej przestrzeni) o odpowiedniej wielkości, dobrych parametrach infrastrukturalnych (ewentualnie o dobrych możliwościach uzbrojenia terenu) zgodnych z oczekiwaniami inwestora, o uregulowanej sytuacji prawno-własnościowej – o odpowiednią „atmosferę do robienia biznesu”. Wśród podstawowych czynników stanowiących wystarczający warunek lokalizacji przedsiębiorstw należy wymienić: wysoką dostępność komunikacyjną obszaru³³, dobrze rozwiniętą infrastrukturę techniczną (również w wymiarze jej jakości), wysoką jakość środowiska życia mieszkańców, wysoko wykwalifikowaną siłę roboczą, dogodne warunki finansowe (np. ulgi podatkowe), stabilne przepisy prawne i uproszczone procedury rozpoczęcia prowadzenia działalności gospodarczej, stabilizację polityczną, ograniczony wpływ związków zawodowych, wysoką chłonność rynku lokalnego, istnienie silnie rozwiniętej sfery B+R, sieciowy charakter powiązań między podmiotami, istnienie środowiska przedsiębiorczości. Istotną rolę odgrywają te

³² Globalizacja bowiem oznacza zmiany o charakterze nie tylko ilościowym, ale przede wszystkim jakościowym.

³³ Dostępność komunikacyjna wiąże się z otwartością przestrzeni (aglomeracji, miasta itp.) dla otoczenia zewnętrznego. W dzisiejszych czasach otoczenie zewnętrzne nie zawęża się jedynie do obszaru regionu, ale zwłaszcza w przypadku dużych miast czy metropolii otoczeniem tym będą inne państwa Europy czy świata. Dostępność komunikacyjną należy odróżnić od pojęcia odległości, wyznacznikiem bowiem jej poziomu jest przede wszystkim szeroko pojęta jakość komunikacji, czyli m.in. jakość środków transportu, ich zróżnicowanie, odpowiadające potrzebom użytkowników, istnienie zintegrowanych systemów logistycznych, gwarancja i pewność dostaw, istnienie odpowiedniej ilości szlaków komunikacyjnych o zadowalających parametrach jakościowych (chodzi o transport ludzi, towarów, informacji i danych) itd. Zróżnicowany poziom dostępności komunikacyjnej poszczególnych obszarów często pokazuje, iż przedsiębiorcy skłonni są pokonywać znacznie większe odległości do ośrodków „przyjaznych” pod względem dostępności, a porównywalnych pod innymi względami z tymi, które znajdują się w ich bliższym sąsiedztwie, charakteryzujących się niską dostępnością. Wskutek tego niska dostępność komunikacyjna np. miasta może być dominującą przyczyną jego niedorozwoju.

elementy, które determinują specyfikę miejsca, np. istnienie dobrze rozwiniętego kapitału społecznego, uwarunkowania kulturowe i historyczne, lokalizacja innych dużych firm (wpływająca na wzrost zaufania, socjalizacja ryzyka) itd. Globalizacja sprawia, że podstawowym czynnikiem konkurencyjności przedsiębiorstw staje się jakość terytorium³⁴.

Konkurencyjne przedsiębiorstwo nie jest już samotną wyspą, nie jest również, co niektórzy sugerują, pojawiającym się i znikającym statkiem widmem, dryfującym po globalnym oceanie rynku, jest raczej jedną z wysp archipelagu. Jeśli jedna z tych wysp ma problemy, to poprzez sieć kontaktów i bliskość niczym fala docierają one ze zróżnicowaną siłą na pozostałe wyspy (w zależności od lokalizacji geograficznej i wewnątrzorganizacyjnej). Lokalizacja i uczestnictwo w sieci budują konkurencyjność przedsiębiorstw, co przekształca atrakcyjną lokalizację w konkurencyjne terytorium. W literaturze przedmiotu często podkreślana jest teza autorstwa Aydalota, iż to nie przedsiębiorstwa tworzą lokalne środowisko przedsiębiorczości, lecz istnienie środowiska jest warunkiem powstawania przedsiębiorstw. Istnienie systemów składających się z sieci przedsiębiorstw, tzw. infrastruktury okołobiznesowej, instytucji publicznych i relacji między nimi, odpowiednich zasobów siły roboczej, infrastruktury technicznej i społecznej zapewniającej odpowiedni standard życia, stanowią o atrakcyjności lokalizacji działalności gospodarczej. G. Benko zwraca także uwagę na dużą rolę czynników niematerialnych w tworzeniu atrakcyjności lokalizacji inwestycji, wskazuje na takie elementy, jak: kapitał ludzki, uniwersytety i instytuty badawcze, „powab pejzażu”, infrastruktura transportowa, korzyści aglomeracji, usługi oraz klimat polityczny i biznesowy³⁵. Terytorium jest źródłem powstawania lokalizacyjnych przewag przedsiębiorstw, generującym ich przewagi konkurencyjne. Jak zauważa M. Porter, w erze globalizacji – paradoksalnie – „geograficzna koncentracja czołowych firm w poszczególnych krajach wyraźnie wskazuje na znaczenie lokalizacji w konkurencji”³⁶. Lokalizacja wpływa na przewagę konkurencyjną przez swoje oddziaływanie na wzrost efektywności gospodarowania. Zazwyczaj szeroka dostępność podstawowych zasobów powoduje, że o zamożności lokalnej społeczności decyduje nie tylko efektywność wykorzystania zasobów i rodzaje prowadzonej działalności, ale również forma konkurowania.

Na umiejętność efektywnego konkurowania firm w danym otoczeniu w istotny sposób wpływa jakość środowiska przedsiębiorczości (środowiska biznesu). „Na przykład firmy nie mogą stosować zaawansowanych technik logistycznych, jeżeli nie mają do dyspozycji infrastruktury transportowej o wysokiej jakości. Firmy nie mogą konkurować przy stosowaniu strategii wysokiego poziomu obsługi, jeżeli nie

³⁴ J.-L. Guigou, „Le Monde”, 28 marca 1998 r., s. 11.

³⁵ G. Benko, *Geografia technopolii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1993, s. 19-20.

³⁶ M. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001, s. 400.

mają do dyspozycji wykształconych ludzi. Firmy nie mogą sprawnie funkcjonować, jeżeli są obciążone biurokratycznymi przepisami, narzucającymi im nieustanny dialog z władzami, albo mają do czynienia z systemem sądowniczym, który nie rozstrzyga sporów szybko i sprawiedliwie”³⁷.

F. Hamilton zauważa, iż w dotychczasowych teoriach lokalizacji bardzo często próbuje się oddzielać zachowania przestrzenne ludzi od zachowań ekonomicznych³⁸. Jednym z pierwszych krytyków normatywnej teorii lokalizacji był A. Pred. Wskazał, iż człowiek bardzo często nie zachowuje się racjonalnie w sensie ekonomicznym. Każdego decydenta można rozpatrywać w ramach macierzy behawioralnej, której osie przedstawiają ilość i jakość informacji dostępnej decydentom. W tej macierzy tradycyjna racjonalność ekonomiczna jest tylko jednym z wielu możliwych stanowisk. Stąd przedsiębiorstwa należy traktować jako organizacje istniejące i adaptujące się do środowisk ekonomicznych i społeczno-politycznych, z których uzyskują informacje³⁹. Tradycyjne teorie lokalizacji pomijały przede wszystkim interakcję przedsiębiorstw ze środowiskiem w warunkach niepewności, kwestie dostępności informacji oraz różne cele organizacyjne podmiotów. Innym podejściem do zagadnienia lokalizacji działalności gospodarczej może być podejście menedżerskie⁴⁰ lub podejście behawioralne⁴¹.

³⁷ Tamże, s. 262.

³⁸ D.J. Walmsley, G.J. Lewis, wyd. cyt., s. 162.

³⁹ Tamże.

⁴⁰ W *podejściu menedżerskim* kładzie się nacisk na struktury organizacyjne i praktykę dobrego zarządzania, uwzględniając zależności zarówno wewnątrz przedsiębiorstw, jak i między nimi. „Spożyczenie na kwestie lokalizacji przez pryzmat organizacji wymaga analizy ewolucji, struktury, przystosowania i celów organizacji działających w przemyśle, po to, aby ustalić ich wpływ na percepcję zmiennej przestrzennej w decyzjach lokalizacyjnych oraz wpływ tej zmiennej na struktury organizacyjne i ich funkcjonowanie. [...] cel ten najlepiej osiągnąć, korzystając z teorii systemów, która umożliwia postawienie wielu ważnych pytań na temat zachowania organizacji: jak i dlaczego powstał ten system, dlaczego rozwinął się w jednym kierunku bardziej niż w innym, co spaja ten system, jakie napięcia i konflikty tkwią w tym systemie”. Zdaniem J. Rees główny wpływ na wybór decyzji lokalizacyjnej podjętej przez przedsiębiorstwo, w odpowiedzi na stres, mają powiązania z innymi przedsiębiorstwami w środowisku działania (J. Rees, *Decision – making, the growth of the form and the business environment*, [w:] *Spatial Perspectives on Industrial Organization and decision-making*, red. F.E.I. Hamilton, Wiley, London, s. 189-210). Są to przede wszystkim „powiązania o charakterze ekonomicznym, odnoszące się do rodzaju produktu, wielkości ośrodka produkcji, wielkości rynku, odległości między produktami i konsumentami, zmienności strategii cenowych, powiązań własnościowych i możliwości uzyskania lokalnych korzyści zewnętrznych” (D.J. Walmsley, G.J. Lewis, wyd. cyt., s. 164-165).

⁴¹ W *podejściu behawioralnym* wykorzystuje się elementy teorii firmy, przetwarzania informacji, procesu podejmowania decyzji i percepcji. „Uwzględnia ono zarówno ujawnione zachowania przestrzenne, jak i domniemane. Jest ono dynamiczne, holistyczne i koncentruje się na organizacyjnych dostosowaniach do różnych środowisk. Ujawnia ono także znaczenie ryzyka i niepewności, wewnętrzne ograniczenia wzrostu i wykonania, dostępność informacji, wyobrażenia i percepcję” (D.J. Walmsley, G.J. Lewis, wyd. cyt., s. 164-165).

Nowe spojrzenie na czynniki lokalizacji jest koniecznym elementem budowy konkurencyjnego terytorium i zdolnych do konkutowania organizacji, wykorzystujących lokalne zasoby strategiczne oraz wiedzę będącą podstawowym czynnikiem i warunkiem rozwoju. Dobrym przykładem próby odpowiedzi na postulaty kształtowania „atrakcyjnego miejsca lokalizacji dla przedsiębiorstw” może być coraz częściej podejmowana przez polskie gminy praktyka tworzenia stref przemysłowych. Nie jest to koncepcja nowa, ale przy odpowiednim zaangażowaniu władz lokalnych może skutecznie się przyczynić do tworzenia odpowiedniej lokalizacji firm (zarówno zewnętrznych jak i zakładanych przez mieszkańców regionu) oraz kreować klimat sprzyjający rozwojowi przedsiębiorczości. Pierwszym warunkiem atrakcyjnej lokalizacji w nowym ujęciu jest aktywne zaangażowanie władz publicznych, zgodnie z paradygmatem istnienia społeczeństwa obywatelskiego.

Literatura

1. Amin S., *Capitalism in the age of globalization. The management of contemporary society*, Zed Books, London–New Jersey 1997.
2. Bauman Z., *Globalizacja*, PIW, Warszawa 2000.
3. Bauman Z., *Zawrotna kariera „podklasy”*, „Przegląd Społeczny” 1998 nr 1-2.
4. Benko G., *Geografia technopolii*, PWN, Warszawa 1993.
5. Benko G., *La science regionale, serie Que sais-je?*, PUF 1998.
6. Burak J., *Wiedza i innowacje jako źródło przewagi konkurencyjnej*, „Gospodarka Narodowa” 2001 nr 4.
7. Dąbrowski J., Kołodkiewicz I., *Inicjatywy zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach działających w Polsce*, „Organizacja i Kierowanie” 2002 nr 2 (108).
8. Domański R., Marciniak A., *Sieciowe koncepcje gospodarki miast i regionów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN, t. CXIII.
9. Domański R., *Miasto innowacyjne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju PAN, Studia t. CIX.
10. Domański R., *Regionalny poziom gospodarki uczącej się*, „Z czasopismo Geograficzne” 2000.
11. Fazlagić A., *Zarządzanie wiedzą w sektorze publicznym*, źródło: <http://www.fazlagic.egov.pl/arttykul.php> z dnia 2.05.2004 r.
12. *Globalization plus localization*, „The Economic Times”, June 16 & 23, 2002.
13. *Gospodarka oparta na wiedzy. Wyzwanie dla Polski XXI wieku*, red. A. Kuliński, KBN, Warszawa 2001.
14. Guigou J-L., „Le Monde” z 28.03.1998 r.
15. Hockuba Z., *Droga do spontanicznego porządku, transformacja ekonomiczna w świetle problemu regulacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995.
16. Humbert M., *Globalization and Glocalization: Problems for Developing Countries and Policy (Supranational, National and Subnational) Implications*, Estudos Tematicos, Instituto de Economia da Universidade Federledo Rio de Janeiro – IE/UFRJ, Rio de Janeiro, Dezembro de 2000.

17. *Jak integracja z Unią Europejską wpłynie na polskie regiony*, red. M. Nowicki, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2003.
18. Kemeny J. G., *Nauka w oczach filozofa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1967.
19. Maillat D., Kebir L., *The learning region and territorial production systems*, [w:] B. Johansson, C. Karlsson & R. Stough (red.), *Theories of Endogenous Regional Growth. Lessons for Regional Policies*, Springer, Berlin.
20. Markowski T., *Globalizacja i metropolie, teoria i rzeczywistość – przypadek aglomeracji łódzkiej*, [w:] *Nowe problemy rozwoju wielkich miast i regionów*, red. R. Domański, Warszawa 2000, Biuletyn KPZK nr 192.
21. Markowski T., *Zarządzanie rozwojem miast*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1999.
22. Michalczyk S., *Media lokalne w komunikacji społecznej*, referat na międzynarodową konferencję „Regionalne i lokalne media w społeczeństwie wielokulturowym”, źródło: http://portal.pl/konferencja/doc/michalczyk_stanislaw.doc.
23. Ossowski S., *O osobliwościach nauk społecznych*, PWN, Warszawa 1983.
24. Porter M., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
25. Reich R.B., *Praca narodów. Przygotowanie do kapitalizmu XXI wieku*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
26. Torres O., *Lokalna globalizacja czy globalna lokalizacja. Rozważania na temat glokalizacji*, referat na konferencję „Wiedza, innowacyjność, przedsiębiorczość a rozwój regionalny”, Łódź, 8-10 maja 2003.
27. Walmsley D.J., Lewis G.J., *Geografia człowieka. Podejścia behawioralne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997.

KNOWLEDGE AS A NEW FACTOR OF LOCALIZATION ECONOMIC ACTIVITY IN THE CONTEXT OF INTEGRATION AND GLOBALIZATION

Summary

The age of information with the rapidness, range and importance of changes that occur in social and economic life, is the revolution comparable to industrial revolution in the 18th century. The key issues for these changes are information flows with networks as the channels of communication. The main source of economic development is the people's ability to life-long learning and permanent improvement of qualifications. The knowledge with its environment and specific relations is the basic factor of localization of the economic activity.

Knowledge is the resource while the information is the stream that flows out of it. The meaning of this elements has grown so high that today they are one of the key factors that decide about the allocation of economic resources. The primary source as well as the owner of knowledge, is the man. The man creates the knowledge in the process of interaction between the *tacit* and *articulated knowledge*, using the available information streams. Learning is both the individual and collective, or even more – social process. The knowledge creates itself the systems of diffusion. The systems that are able to self-organize.