

другої групи має бути націленим на підвищення прибутковості від їх використання в цілях здійснення закріплених за органами місцевого самоврядування повноважень.

Органи місцевого самоврядування в своїй діяльності повинні прагнути максимально забезпечити керованість майном, проте штучно зберігати неефективне муніципальне майно недоцільно.

Отже, результати дослідження дають можливість зробити висновок, що децентралізація створює можливості забезпечення спроможності територіальних об'єднаних громад в тому числі шляхом ефективного використання комунальної власності.

**Mieczysław MORAWSKI**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska

## **SPOŁECZEŃSTWO OBYWATELSKIE – KLASA KREATYWNA – ROZWÓJ REGIONALNY I LOKALNY**

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

2. Do cech społeczeństwa obywatelskiego należą między innymi:

– Rozwój kapitału społecznego: zaufanie, wspólne symbole, język, postawy i zachowania.

– Kształtowanie społecznej solidarności, działanie na rzecz dobra wspólnego.

– Współpraca różnych grup i społeczności wyrażających i promujących zróżnicowane interesy społeczne.

– Dobrowolne formy aktywności społecznej.

– Zróżnicowanie poglądów i otwartość na inne wartości.

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

rewitalizację i jednocześnie zmianę funkcji budynków pofabrycznych., ciągów komunikacyjnych, placów itd.

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

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

6. Rezultatem pracy twórczej są dobra materialne i niematerialne, w dużym stopniu niepowtarzalne, unikalne i bez przeszłości. Tak rozumiana kreatywność wymaga wiedzy, odwagi i niekonwencjonalności. Kreatywność wymaga wsparcia ze strony środowiska, którego celem jest zapewnienie szerokiego zakresu bodźców społecznych, ekonomicznych oraz kulturalnych. Wiąże się zatem z powstaniem nowego stylu życia, nowego środowiska, a te zaś mają sprzyjać kreatywnej pracy.

7. Do czynników warunkujących kreatywność należą między innymi:

– Edukacja.

– Kontakt i przeżywanie wartości wyższego rzędu: teatr, książka, film, malarstwo.

– Obcowanie z wyrafinowanymi dobrami i wytworami kształtującymi przestrzeń życia osobistego, rodzinnego, zawodowego: architektura, wzornictwo przemysłowe, urbanistyka.

– Komfortowe środowisko pracy.

8. Pracownicy kreatywni reprezentują najwyższy poziom profesjonalizmu (wiedzę specjalistyczną, wykształcenie oraz doświadczenie). Narzędziem pracy tychże pracowników jest umysł. Każdy wysiłek, który im towarzyszy w związku z wykonywanym zawodem ma charakter intelektualny. Oczekiwana jakość życia oznacza m.in. dostęp do: internetu (również w przestrzeni publicznej), edukacji i opieki przedszkolnej i szkolnej, oferowany na wysokim poziomie, usług medycznych i rehabilitacyjnych, wygodnych i szybkich linii komunikacyjnych, urządzeń rekreacyjno-wypoczynkowych, wysokiej kultury.

Ludzie kreatywni są po prostu mieszkać tam, gdzie mieszkają im podobni. Tam, gdzie relacje społeczne dostarczają energii, inspiracji i możliwości do tworzenia i realizacji nowych pomysłów.

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

10. Wnioski:

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

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

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

### Literatura

1. Caves R., *Creative Industries: Contracts Between Art. And Commerce*, Harvard Business Press, 2000.
2. Florida R., *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2010.
3. Florida R., *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York, 2004.
4. Klincewicz K., *Klasa kreatywna w Polsce. Technologia, talent i tolerancja jako źródło rozwoju regionalnego*, Wyd. WZ Uniwersytetu Warszawskiego, 2012.

Anetta ZIELIŃSKA

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska

## EKOLOGISTYKA ODPADÓW KOMUNALNYCH W POLSCE – CZY TO SIĘ OPLACA

Rozwój Polski w ostatniej dekadzie wywarł wpływ między innymi na wzrost ilości wytwarzanych odpadów, w tym odpadów komunalnych. W chwili obecnej odpady komunalne stanowią ważny problem dla ochrony środowiska.

Odpady komunalne to odpady powstające w gospodarstwach domowych a także odpady nie zawierające odpadów niebezpiecznych, pochodzące od innych wytwórców odpadów, które ze względu na swój charakter lub skład są podobne do odpadów powstających w gospodarstwach domowych<sup>1</sup>.

Ważnym zagadnieniem dotyczącym odpadów komunalnych jest istota gospodarowania tymi odpadami. Zagadnienie to jest w centrum uwagi ekologii, czyli ekologiczne zagospodarowanie odpadów, kontrola i nadzór nad odpadami.

Ekologia to zintegrowany system, który zapewnia gotowość i zdolność efektywnego gromadzenia, segregacji, przetwarzania oraz ponownego wykorzystania odpadów wg przyjętych zasad technicznych i procesowych, spełniających wymogi normowe i prawne ochrony środowiska<sup>2</sup>.

Gospodarka odpadami to wytwarzanie odpadów oraz gospodarowanie odpadami, zaś gospodarowanie odpadami oznacza zbieranie, transport, przetwarzanie odpadów, łącznie z nadzorem nad tego rodzaju działaniami, jak również późniejsze postępowanie z miejscami unieszkodliwiania odpadów oraz działania wykonywane w charakterze sprzedawcy odpadów lub pośrednika w obrocie odpadami.<sup>3</sup>

Odpady komunalne, stanowią niewykorzystany dotychczas potencjał rynkowy, ponieważ przetwarzanie odpadów traktuje się, jako proces związany tylko z ochroną środowiska, a nie jako instrument rozwoju gospodarczego i innowacji<sup>4</sup>. Tkwiący potencjał rynkowy odpadów, ilustrują poniżej ceny wybranych surowców wtórnych za tonę:

- złom: 750 – 900 zł;<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Ustawa o odpadach z 27 kwietnia 2001 r. (Dz.U. 2013, poz.21 ze zm.).

<sup>2</sup> Z. Korzeń, *Ekologia*, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 2001, s. 15-16.

<sup>3</sup> Ustawa o odpadach z 27 kwietnia 2001 r. (Dz.U. 2013, poz.21 ze zm.).

<sup>4</sup> T. Styś, R. Foks, *Rynek gospodarowania odpadami komunalnymi w Polsce. Perspektywa 2030*, Instytut Sobieskiego, 2014 Warszawa, s. 42.

<sup>5</sup> <http://www.iphgz.pl/pl/rynek-zlomu-iphgz/indeks-cen-zlomu.html>