

**Polska, Małopolska, Nowy Sącz  
2030**

**dr Krzysztof Pawłowski  
Prezydent WSB-NLU  
z siedzibą w Nowym Sączu**

**Forum Karpackie - Karpaty 2025  
14.10.2010**



**WYŻSZA SZKOŁA BIZNESU**  
NATIONAL-LOUIS UNIVERSITY  
Z SIEDZIBĄ W NOWYM SĄCZU

# Uwaga początkowa

Rok 2030 to czas odległy  
z perspektywy ludzkiego życia.

Z perspektywy decyzji w skali państwowej,  
społecznej, już teraz trzeba podejmować decyzje,  
konkretne działania, aby uzyskać oczekiwane  
efekty w roku 2030



# Wyraźne dwie postawy wśród polityków dotyczące przyszłości

Postawa pasywna - zajmujemy się dniem dzisiejszym i działaniami, które przyniosą efekt w następnym cyklu wyborczym, reszta i tak nie zależy od nas –bo o przyszłości decydują procesy globalne, decyzje Unii Europejskiej.

Postawa aktywna - naszym obowiązkiem (także patriotycznym) jest ograniczenie dryfu i mądre zaplanowanie przyszłości.



Po raz pierwszy po 1989 roku został opracowany dojrzały dokument na szczeblu państwa mający charakter opracowania strategicznego „Polska 2030- wyzwanie strategiczne” i to w okresie najgłębszej fazy światowego kryzysu finansowego (rok 2008, zakończenie prac i prezentacja maj 2009).

### Główne zalety „Polski 2030” zdaniem Krzysztofa Pawłowskiego

- przedstawienie konkretnych celów (w tym liczb), które mają być osiągnięte
- dokument został opracowany przez zespół Doradców M.Boniego, którego średnia wieku wynosiła ok. 27 lat

### Główne wady „Polski 2030” zdaniem Krzysztofa Pawłowskiego

- przyjęcie modelu dyfuzyjnego rozwoju bez przedstawienia alternatywy.



# Pytanie otwarte

Brak odnoszenia się do dokumentu  
w bieżącej polityce państwowej

Czy „Polska 2030” była tylko sztuczką  
PR-ową ?

byłoby szkoda !



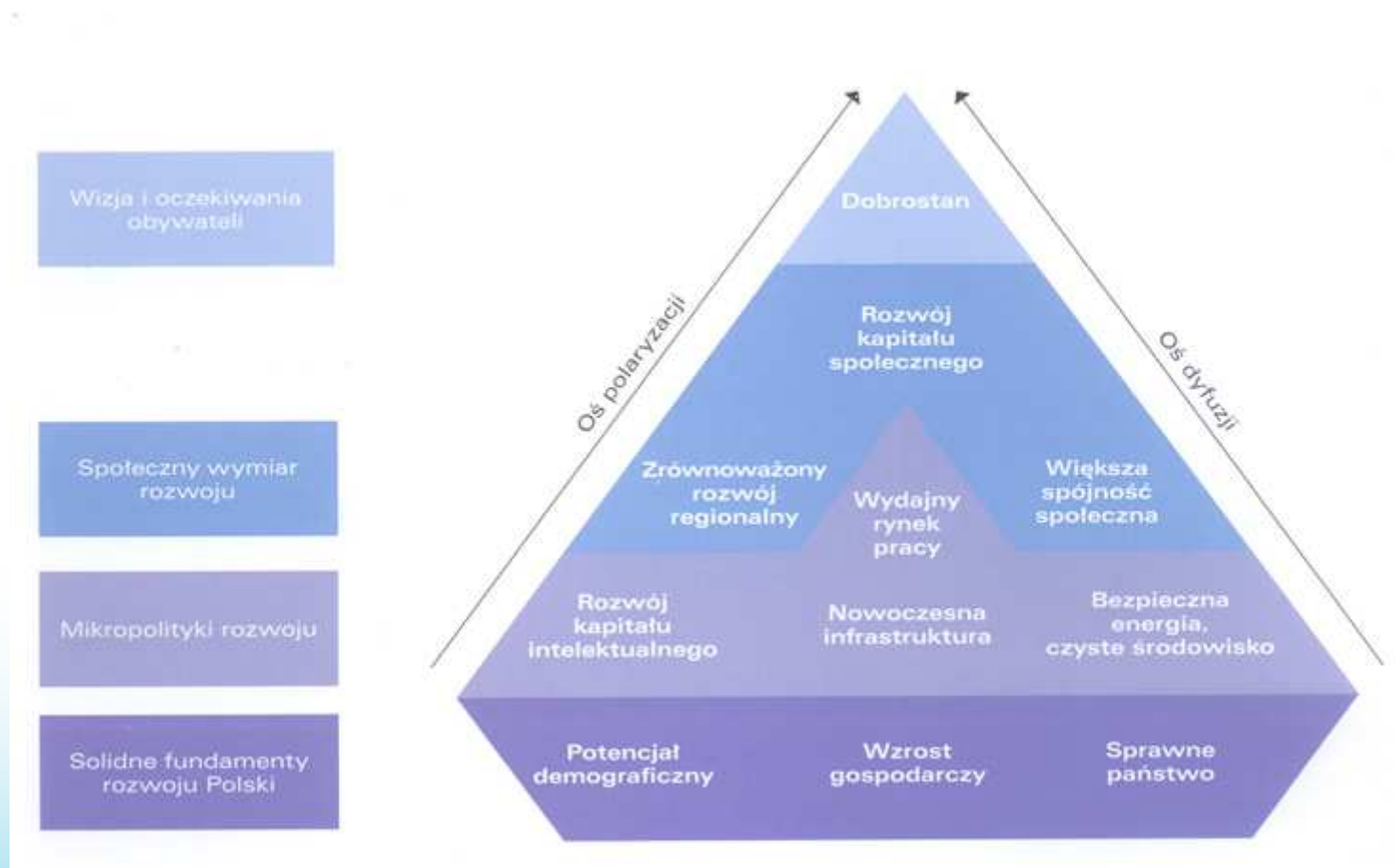
# Polska 2030

Zidentyfikowanie 10 głównych wyzwań rozwojowych, które można pogrupować w trzy główne wzajemnie powiązane i oddziaływujące na siebie wymiary:

- I** - polityki tworzące demograficzne, makroekonomiczne i instytucjonalne fundamenty rozwojowe
- II** - polityki podnoszące produktywność, mobilność i adaptacyjność gospodarki
- III**-polityki kształtujące społeczny wymiar rozwoju i stwarzające warunki dla jego dyfuzji.



# Trzy wymiary polaryzacyjno-dyfuzyjnego modelu rozwoju



# Wnioski generalne

- Polska musi zbudować własną strategię wzrostu w centrum którego powinno się znaleźć podniesienie stopy zwrotu z inwestycji i z pracy
- Polska odniesie sukces gospodarczy, społeczny tylko wtedy, gdy warto w niej będzie oszczędzać, inwestować i podnosić wydajność w stopniu wyższym niż to się dzieje obecnie
- Znaczna część rekomendacji koncentruje się na działaniach, które:
  1. Skłaniają do inwestowania, podnoszą podaż kapitału i zachęcają do innowacyjności
  2. Zwiększają podaż pracy
  3. Sprzyjają podnoszeniu kwalifikacji i indywidualnej produktywności
  4. Zwiększają mobilność i adoptowalność do szoków gospodarczych oraz wzmacniają stabilność makroekonomiczną.





# Bardzo istotny element strategii:

- Działanie zmierzające do uelastycznienia rynku pracy i przemyślane wsparcie infrastruktury transportowej i mieszkaniowej, które przyczyni się do zwiększenia alokacji zasobów pracy wewnątrz kraju i skoncentrowaniu ich wokół najbardziej prężnych ośrodków miejskich.
- Nastąpi istotne zwiększenie procesów migracyjnych.



# Miary sukcesu przedstawione w strategii

## W obszarze wzrostu i konkurencji:

- długoterminowe tempo rozwoju (za okres 2009-2030)  
wzrost średniej z 4,3% do co najmniej 5% PKB
- wzrost stopy inwestycji z 18% PKB do co najmniej 25%
- wzrost udziałów produktów high-tech w eksporcie  
do 40%, oraz uzyskanie 25% udziału w PKB gałęzi  
gospodarki opartych w technologiach teleinformatycznych.



# cd. „Miary Sukcesu”

## W obszarze sytuacji demograficznej

- wzrost dzietności do „1,6 dziecka” na kobietę w wieku 15-45 lat
- podniesienie i zrównanie wieku emerytalnego do 67 lat

## W obszarze rynku pracy

- stopa bezrobocia poniżej 5%
- zwiększenie stopy zatrudnienia dorosłej ludności w aktualnym wieku produkcyjnym (60/65) z 60% obecnie do co najmniej 75%



# cd. „Miary Sukcesu”

W obszarze gospodarki opartej na wiedzy i rozwoju kapitału infrastrukturalnego:

- korzystanie z Internetu do poziomu 100%
- oceny polskich uczniów w dziedzinie nauk przyrodniczych i matematycznych w badaniach PISA wśród 10 najlepszych państw OECD
- zwiększenie nakładów na B+R do 4% PKB (w tym 2% ze środków prywatnych)
- naukowcy pracujący w sektorze państwowym z obecnych 92% do 60%, w sektorze prywatnym z obecnych 8% do 40%



# cd. „Miary Sukcesu”

## W obszarze spójności regionalnej

- wzrost współczynnika urbanizacji z 61% do 75%
- dla niemal 100% obywateli czas dotarcia dla ośrodków wojewódzkich, transportem, kolejowym i drogowym nie powinien przekroczyć 60 minut
- udział pracujących w rolnictwie spadnie z ok. 15% obecnie do ok. 5%
- wzrost znaczenia metropolii.

Warszawa ma się stać silnym obszarem wzrostu, a Poznań, Łódź, Wrocław, Kraków, Trójmiasto i Śląsk obszarami średniej rangi (obecnie Warszawa średnia ranga, pozostałe słabe).



# Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego do roku 2020

- w roku bieżącym trwają prace nad aktualizacją strategii, w których uczestniczą (tylko) z regionu sądeckiego L. Zegzda, J. Leśkow i K. Pawłowski nie licząc radnych Sejmiku.

## Wizja Małopolska 2020

Małopolska regionem wiedzy i aktywności, silna tożsamością oraz aspiracjami swoich mieszkańców, świadomie czerpiących z zasobów dziedzictwa i przestrzeni regionalnej, tworząc szanse na rozwój ludzi i gospodarki, jako atrakcyjne miejsce życia, pracy spędzania wolnego czasu.

Hasło Małopolska 2020: *Nieograniczone możliwości*



# Misja (Małopolska)

1. Efektywne wykorzystanie unikalnych potencjałów Miejsce do budowania przewagi konkurencyjnej w wymiarze krajowym i europejskim
2. Poprawa spójności przestrzennej, zwiększenia konkurencyjności gospodarczej oraz spójności społecznej.
3. Bezpieczeństwo i sprawne zarządzanie regionem dla poprawy jakości życia promocji wizerunku Małopolski.



# 8 celów strategicznych:

1. Wykorzystywanie kapitału intelektualnego dla rozwoju gospodarki wiedzy i innowacji
2. Kształtowanie kompetencji i postaw dla wzrostu aktywności zawodowej, mobilności i przedsiębiorczości
3. Stworzenie mechanizmów wykorzystujących potencjał dziedzictwa regionalnego dla rozwoju przemysłów czasu wolnego
4. Wzrost dostępności komunikacyjnej regionu dla konkurencyjności gospodarczej i spójności przestrzennej
5. Rozwój funkcji oraz relacji przestrzennych dla wykorzystania potencjałów obszarów funkcjonalnych
6. Rozwój funkcji miast jako lokalnych rynków pracy oraz ośrodków usług publicznych
7. Podniesienie poziomu rozwoju cywilizacyjnego obszarów wiejskich, ich aktywizacja gospodarcza oraz wykorzystywanie potencjału rezydencjonalnego
8. Wzmocnienie poziomu bezpieczeństwa ekologicznego, zdrowotnego oraz społecznego w regionie

Osiągniętych poprzez:

Mobilizowanie zasobów oraz współpracy dla efektywnego zarządzania rozwojem województwa





# Małopolska 2020

## Autorska ocena strategii – Krzysztof Pawłowski

- bardzo silne skoncentrowanie rozwoju na rozwoju Krakowskiego Obszaru Metropolitarne
- efekt konsultacji-włączenie do strategii rozwoju subregionalnych obszarów funkcjonalnych
- brak przełożenia celów i zasad na konkretne liczby będące rezultatem skuteczności strategii.



Decyzje Komisji Europejskiej jasno wskazują, że w przyszłości w UE nastąpi narastająca konkurencja środków unijnych na wsparcie najsilniejszych (z uwagi na rozwój gospodarki opartej na wiedzy) regionów.



Przyjęcie przez polski rząd  
dyfuzyjnego modelu rozwoju  
na następne 1 lub 2 kadencje  
parlamentarne przesądzi  
o tendencjach rozwojowych  
i świadomej alokacji środków.



W sytuacji takich subregionów jak Sąddecka (3 powiaty: Sąddecki, Gorlicki i Limanowski i miasta jak Nowy Sącz)-regionów leżących w obecnej rzeczywistości daleko od spełnienia warunku dostępności do metropolii (max 60 min. dojazdu) szanse rozwojowe będą coraz mniejsze.



Strategii oficjalnej rozwoju Nowego Sącza nie omawiam gdyż z dokumentu wynika, że obecnie nie ma pomysłu na Nowy Sącz w przyszłości.



## Zimne fakty :

- turystyka i wypoczynek nie zapewnią nawet 50% ludności Sądecczyzny możliwości życia na minimum średnim poziomie zamożności w kraju
- zmienna pogoda i słaba infrastruktura czyni generalnie Sądecczyznę mało atrakcyjną dla turystyki i wypoczynku, szczególnie dla turystów z zagranicy
- inwestycję w turystykę i wypoczynek są bardzo kosztowne, szczególnie gdy mają uniezależnić od pogody.



## Zimne fakty :

- Nowy Sącz jako miasto jest nieatrakcyjnym dla turystów,
- wciąż jeszcze wśród miejscowych elit politycznych nie ma świadomości **konieczności wywalczenia** dla miasta **szans rozwojowych** poprzez systematyczne działania wspólne, ponadpartyjne,
- niewielką szansą (ale jednak szansą) jest stworzenie poprzez władze trzech powiatów i miasta **subregionalnego obszaru funkcjonalnego** z wyraźnie wyakcentowaną specyfiką.



# Wniosek

Czekanie na „łaskawe” dostrzeżenie Sądecczyzny  
jako miejsca inwestowania przez władze  
państwowe, regionalne czy kapitał prywatny  
nie przyniesie rezultatów.





Potrzebne są wspólne i zaplanowane  
na długi czas działania strategiczne  
- **wybranie drogi rozwoju** -  
działania lobbistyczne, polityczne  
wywalczenie dla Sądecczyzny szans  
na rozwój długookresowy.



Z dokumentu strategia Małopolski  
wstępnie zidentyfikowane potencjały obszarów  
funkcjonalnych wymagające rozwoju:

subregion krakowski: nauka, energetyka, inż.  
materiałowa, life science, informatyka

subregion tarnowski: przemysł chemiczny i  
zbrojeniowy, logistyka

subregion nowosądecki: przemysł medialny !? tylko?

subregion podhale: turystyka, dziedzictwo kulturowe

subregion oświęcimsko-chrzanowski: przemysł  
chemiczny, petrochemia, energetyka, górnictwo.



Decyzja dotycząca strategii Małopolski zapadną w przyszłym roku, w najbliższych dwóch latach zapadną decyzje dotyczące alokacji środków z budżetu UE na lata 2014-2020, czas na wspólne działanie i skuteczny lobbying staje się coraz krótszy.



Nasza (tj. WSB-NLU) odpowiedź na wyzwania przyszłości:

- zmiana Nowego Sącza w miasto wiedzy (inicjatywa z 1998 r., projekt Miasteczka Multimedialnego z 2006r).
- inicjatywa tworzenia wspólnego marketingu dla trzech powiatów i Nowego Sącza z roku 2007.

Część szans już przegraliśmy co będzie z resztą ??



Jest oczywiste, że część miast i obszarów peryferyjnych zostanie zmarginalizowana, bo pieniędzy na równomierny rozwój dla wszystkich nie wystarczy.

Jak z naszych słabości uczynić przewagę konkurencyjną ?



Dziękuję za uwagę.

