

## Spis treści

<b>1. Koncepcja klasy kreatywnej Richarda Floridy i klasa kreatywna w Polsce</b> .....	9
1.1. Wprowadzenie .....	9
1.2. Klasa kreatywna i model „3T” Richarda Floridy .....	9
1.3. Potrzeba analogicznych badań w Polsce .....	11
1.4. Związki z teorią zarządzania i ekonomią .....	12
1.5. Kapitał ludzki .....	13
1.6. Kapitał społeczny .....	14
1.7. Teorie aglomeracji firm .....	15
1.8. Klasa kreatywna na świecie .....	16
1.9. Wyodrębnianie klasy kreatywnej .....	20
1.10. Klasa kreatywna w Polsce .....	21
1.11. Podsumowanie .....	27
<b>2. Klasa kreatywna a wspieranie innowacyjności</b> .....	28
2.1. Wprowadzenie .....	28
2.2. Klasa kreatywna a innowacyjność .....	29
2.3. Nowa polityka przemysłowa .....	31
2.4. Inteligentna specjalizacja .....	33
2.5. Pełne wykorzystanie kapitału intelektualnego Europy i Polski ....	34
2.6. Podsumowanie .....	36
<b>3. Technologia, talent i tolerancja w polskich województwach</b> .....	38
3.1. Wprowadzenie .....	38
3.2. Pytania badawcze .....	38
3.3. Źródła danych .....	39
3.4. Analiza danych wykorzystywanych w modelu „3T” .....	41
3.5. Weryfikacja współwystępowania zmiennych w modelu „3T” dla polskich województw .....	47
3.6. Model „3T” dla polskich województw .....	50
3.7. Podsumowanie .....	55
<b>4. Przegląd międzynarodowych badań nad klasą kreatywną i modelem „3T”</b> .....	57

<b>5. Klasa kreatywna a kapitał ludzki i kapitał społeczny</b> .....	72
5.1. Wprowadzenie .....	72
5.2. Kapitał ludzki a klasa kreatywna .....	72
5.3. Kapitał społeczny a klasa kreatywna .....	77
5.4. Pomiar kapitału ludzkiego, kapitału społecznego i klasy kreatywnej .....	84
5.5. Kapitał ludzki, kapitał społeczny i klasa kreatywna w Polsce .....	87
5.6. Podsumowanie .....	92
<b>6. Migracje klasy kreatywnej</b> .....	94
6.1. Wprowadzenie .....	94
6.2. Migracje osób z wyższym wykształceniem .....	94
6.3. Charakterystyka migracji pracowniczych w Polsce .....	98
6.4. Migracje międzywojewódzkie .....	104
<b>7. Klasa kreatywna a badania naukowe w polskich województwach</b> .....	114
7.1. Wprowadzenie .....	114
7.2. Ośrodki akademickie a klasa kreatywna .....	114
7.3. Specjalizacje badawcze polskich województw .....	116
7.4. Zasoby ludzkie specjalistów a publikacje naukowe .....	125
7.5. Podsumowanie .....	136
<b>8. Klasa kreatywna a fundusze unijne</b> .....	138
8.1. Znaczenie polityki strukturalnej Unii Europejskiej dla rozwoju gospodarczego regionów .....	138
8.2. Pytania badawcze i metody badań .....	139
8.3. Działania w okresach programowania 2004–2006 i 2007–2013 o największym wpływie na czynniki „3T” i klasę kreatywną .....	142
8.4. Wartość inwestycji w czynniki „3T” – działania o najwyższej wartości w obu okresach programowania .....	147
8.5. Porównanie okresów 2004–2006 i 2007–2010 .....	154
8.6. Klasa kreatywna i model „3T” a wartość projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej .....	157
8.7. Identyfikacja luk kreatywności .....	164
8.8. Podsumowanie .....	168
<b>9. Płock – studium przypadku modelu „3T”</b> .....	170
9.1. Wprowadzenie .....	170
9.2. Płock – rys historyczny .....	170
9.3. Cele i metody badawcze .....	174
9.4. Technologia w Płocku .....	175
9.5. Talent w Płocku .....	180

---

9.6. Tolerancja w Płocku .....	183
9.7. Podsumowanie.....	183
<b>10. Wyzwania polityki regionalnej w Polsce w świetle koncepcji klasy kreatywnej i modelu „3T” Richarda Floridy.....</b>	<b>185</b>
10.1. Kreatywna adaptacja modelu Floridy w warunkach polskich .....	185
10.2. Przegląd zawartości książki .....	187
10.3. Zróżnicowanie regionalne Polski w modelu „3T” .....	189
<b>Literatura .....</b>	<b>195</b>