

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ AKADEMICKA A INNOWACYJNA UCZELNIA

Katarzyna Brendzel-Skowera, Agnieszka Puto

Politechnika Częstochowska, Wydział Zarządzania

Streszczenie: W pracy przedstawiony zostanie nowy model szkoły wyższej w aspekcie rozwoju przedsiębiorczości akademickiej. Uczelnia trzeciej generacji to nie tylko jeden ze szczebli edukacji, ale również ośrodek kształtowania i wspierania postaw przedsiębiorczych. Ważne jest więc opracowywanie odpowiednich programów nauczania oraz przygotowywanie oferty bezpłatnych szkoleń, jak np. w ramach projektu realizowanego przez Politechnikę Częstochowską - Przedsiębiorczość Akademicka na START. Zaprezentowane zostaną wyniki ogólnopolskich badań dotyczących stopnia przygotowania polskich uczelni do procesu transformacji, a także stosunek środowiska akademickiego do możliwości komercjalizacji badań naukowych.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, przedsiębiorczość akademicka, uczelnia trzeciej generacji, proces transformacji uczelni, start-up, firmy spin-off/spin-out, projekt Przedsiębiorczość Akademicka na START

Przedsiębiorczość a przedsiębiorczość akademicka

Pojęcie „przedsiębiorczości akademickiej” jest różnie definiowane, co w pewnym sensie jest następstwem sposobu rozumienia pojęcia samej przedsiębiorczości. Jest to kategoria ekonomiczno-społeczna, istotna na każdym etapie rozwoju cywilizacyjnego i gospodarczego społeczeństwa, powszechnie pojmowana jako zdolność do podejmowania przedsięwzięć, co w tym sensie sprowadza ją do cechy ludzi aktywnych i energicznych, ujawniającej się w różnym wieku. To znajduje potwierdzenie w psychologii, która przedsiębiorczości kwalifikuje jako cechę psychiczną, warunkującą zdolność bycia dobrym przedsiębiorcą. Tak więc osoba przedsiębiorcza to taka, która osiąga sukces w organizowaniu i prowadzeniu przedsięwzięć - produkcyjnych lub usługowych.¹ Przedsiębiorczość jest więc wypadkową indywidualnych cech, takich jak: talenty, umiejętności, energia, wyobraźnia, gotowość do ryzyka oraz ekonomiczno-społecznych uwarunkowań otoczenia, m.in.: dostępność zasobów, lokalne tradycje gospodarcze, chłonność społeczeństwa na inicjatywy biznesowe, polityka społeczno-gospodarcza czy lokalny klimat wokół działań biznesowych.² W definiowaniu przedsiębiorczości podkreślana jest również wartość dodana dla ogółu. Jest to więc aktywność osób skorelowana z umiejętnością działania w poszukiwaniu i wdrażaniu nowych pomysłów, których rezultaty znajdują aprobatę na rynku i przynoszą oczekiwane efekty zarówno ich

¹ *Innowacyjna przedsiębiorczość akademicka. Doświadczenia światowe*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005, s. 9.

² K. Krajewski, *Przedsiębiorczość i integracja*, „Decydent”, czerwiec 2002, nr 6/34, s. 28.

kreatorom, jak i konsumentom.³ W literaturze znajdujemy również przykłady traktowania przedsiębiorczości jako działań podejmowanych przez jednostki, zespoły, a także firmy, w celu założenia nowych lub rozwinięcia działalności firm już istniejących.⁴ W tym przypadku widoczne jest zmarginalizowanie znaczenia cech osobowych pojedynczych osób na rzecz działania zespołowego.

Niemniej częstsze jest rozumienie przedsiębiorczości jako cechy związanej z osobą przedsiębiorcy. Takie definiowanie przedsiębiorczości rodzi jednak wątpliwości, czy nauczanie przedsiębiorczości może być efektywne i jest zasadne. W tej kwestii w środowisku naukowym zdania są podzielone, niemniej nie można podważyć stwierdzenia, że każda cecha osobowości, w tym również przedsiębiorczość, poparta niezbędną wiedzą, daje trudny do przecenienia potencjał intelektualny. W tym przypadku skutkuje również potencjałem istotnym dla rozwoju gospodarki.

Równie zróżnicowane jest definiowanie pojęcia przedsiębiorczości akademickiej. Z jednej strony jest to przedsiębiorczość środowiska akademickiego - studentów, doktorantów, kadry akademickiej - pracowników samodzielnych, pomocniczych i administracji. Kanałem transferu wiedzy i innowacji jest zakładanie przedsiębiorstw przez pracowników uczelni, jej studentów i doktorantów na terenie uczelni lub w jej pobliżu. Z drugiej strony szkoła wyższa to swoiste przedsiębiorstwo, które jak każdy podmiot gospodarczy powinno być dobrze zorganizowane i zarządzane. W procesie dydaktycznym uczelnia kształci przyszłe kadry dla gospodarki, administracji, nauki, kultury i sztuki. Kolejny ważny aspekt to prowadzenie na uczelni badań, co skutkuje nową wiedzą i innowacjami. Ta wiedza i innowacje stanowią sprzedawalny produkt o trudnej do przecenienia wartości. W efekcie uczelnia może go przekazać nieodpłatnie lub odpłatnie na drodze prawnej - umowa licencyjna i/lub wdrożeniowa, sprzedaż patentu, usługi i ekspertyzy dla gospodarki, udostępnianie zasobów bibliotecznych, usługi analityczne, udostępnianie specjalistycznej aparatury.⁵

Najczęściej jednak przedsiębiorczość akademicka kojarzona jest z działaniami podejmowanymi w środowisku studenckim i naukowym, czyli z tworzeniem firm tzw. *start-up*'ów oraz firm odpryskowych typu *spin-off/spin-out*. *Start-up*'y to nowo powstałe przedsiębiorstwa, rozpoczynające działalność, w związku z czym nie sprzedaje jeszcze swoich produktów komercyjnie. Natomiast firmy typu *spin-off/spin-out* to nowe wyłonione z organizacji macierzystej podmioty, założone w celu komercjalizacji wiedzy i umiejętności zespołu badawczego działającego na uczelni. Choć rozróżnienie między tymi typami przedsiębiorstw jest płynne, to można wskazać przynajmniej jedną zasadniczą różnicę. Firmy *spin-off*, jak już wcześniej wspomniano, powstają poprzez wydzielenie się zespołu, departamentu lub oddziału z innej organizacji. Procesy wydzielania są elementem strategii firmy polegającej na skupianiu się przedsiębiorstwa na swojej kluczowej działalności

³ K. Krajewski, J. Śliwa, *Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju*, Wyd. Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2004.

⁴ K. Baćłowski, M. Koczerga, P. Zbierowski, *Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004, Raport GEM Polska*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2005.

⁵ *Innowacyjna...*, op. cit., s. 9.

bądź są elementem restrukturyzacji. Szczególnym rodzajem firm *spin-off* są firmy wywodzące się z uczelni i placówek naukowo-badawczych, nazywane coraz częściej *spin-out*, w których zazwyczaj uczelnia ma swoje udziały.⁶

Tak rozumiana przedsiębiorczość akademicka wskazuje na jej bardzo istotną cechę, czyli innowacyjność. Ta cecha jest bardzo pożądaną w rozwoju gospodarczym i stanowi istotny cel Unii Europejskiej. Niestety kraje wspólnoty nie dorównują Stanom Zjednoczonym, Japonii i innym ekonomicznym potęgom z Azji pod względem wskaźników charakteryzujących innowacyjność gospodarki. „Mimo podejmowania ambitnych programów w tym zakresie 10 spośród 11 wskaźników charakteryzujących innowacyjność jest w Europie niższych niż w USA”.⁷ W związku z powyższym opracowano w 2000 roku dziesięcioletni plan działań (Strategia Lizbońska), zmierzający do gospodarki opartej na wiedzy. W dalszym ciągu Unia Europejska koncentruje się na stwarzaniu warunków dla wzrostu konkurencyjności gospodarki, opartej na wiedzy i przedsiębiorczości. To ma zapewnić wzrost zatrudnienia oraz wzrost poziomu spójności społecznej i gospodarczej oraz ma sprzyjać innowacyjności przedsiębiorstw. Sposobem na osiągnięcie wyżej wymienionych celów ma być: upowszechnianie edukacji społeczeństwa na każdym etapie kształcenia przy równoczesnym zwiększaniu jakości usług edukacyjnych i ich powiązaniu z potrzebami gospodarki opartej na wiedzy (cele Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki).

Przedsiębiorcza uczelnia

W związku z podkreśleniem znaczenia edukacji społeczeństwa na każdym szczeblu kształcenia oraz korelacji między wykształceniem a innowacyjnością przedsiębiorstw uczelnie dążą do nowego modelu szkoły wyższej, w którym pojawia się misja kształtowania aktywnych postaw w środowisku akademickim. W związku z tym coraz częściej stosowane są określenia: uniwersytetu trzeciej generacji⁸, uniwersytetu/uczelni przedsiębiorczej, uczelni kreatywnej czy innowacyjnej. Niemniej, pomimo chęci uczelni z jednej strony, a z drugiej konieczności i uwarunkowań gospodarczych, proces transformacji ośrodków akademickich jest bardzo trudny. Spowodowane to jest przede wszystkim tradycjami i regułami zarządzania uczelniami.

Początków nowego podejścia do funkcji ośrodków akademickich należy szukać na amerykańskich uczelniach po II wojnie światowej. Pionierskie eksperymenty organizacyjne Massachusetts Institute of Technology (MIT) i Uniwersytetu Stanforda w kontaktach z biznesem zapoczątkowały nową jakość, która legła u podstaw poszukiwań nowego modelu funkcjonowania instytucji naukowych. W nowym modelu uczelni urynkowienie wyników badań staje się tak samo ważne jak kształ-

⁶ Tamże, s. 18.

⁷ Tamże, s. 10.

⁸ K. Brendzel-Skowera, *Narzędzia wspierania rozwoju przedsiębiorczość akademickiej*, [w:] *Przedsiębiorczość we współczesnych procesach gospodarowania. Studia przypadków*, red. nauk. H. Kościelniak, S. Gostkowska-Dźwig, Wyd. WZ PCz, Częstochowa 2011, s. 31.

cenie i działalność naukowo-badawcza.⁹ W efekcie wsparcie oferowane w zakresie tworzenia nowych firm prowadzi do rozwoju sieci przyuczelnianych przedsiębiorstw, co w następstwie przyczynia się do powstawania nowoczesnych i konkurencyjnych w skali globalnej klastrów. Wiele amerykańskich uczelni już w połowie XX wieku podjęło działania na rzecz tworzenia takich sieci, co pozwoliło im przekształcać się z prowincjonalnych, małych uniwersytetów czy szkół wyższych w pierwszoligowe, rozpoczynające listy rankingowe najlepsze szkoły, jak np. Uniwersytet Stanforda. Znane są również przykłady narodzin innowacyjnych branż w powiązaniu ze środowiskiem naukowym, elastycznie współpracującym z biznesem, np.: mikroelektronika - Uniwersytet Stanforda czy Internet - CERN.¹⁰ Jednakże prawdziwym przełomem w postrzeganiu roli uczelni w aktywizacji gospodarki były wyniki badań przeprowadzonych w połowie lat 90. XX wieku w Massachusetts Institute of Technology. Według informacji z raportu „Edukacja dla przedsiębiorczości”, który powołuje się na badania wspomnianego Instytutu, zidentyfikowano wówczas „4230 firm ujętych w bazie danych i uznawanych za firmy absolwenckie, przy czym w 1968 r. było ich zaledwie 175. Ponadto ustalone, że przedsiębiorstwa te tworzyły w 1994 r. około 1,1 mln miejsc pracy i generowały sprzedaż w wysokości 232 mld USD (...), a 106 firm zatrudniało ponad 1000 pracowników”.¹¹ Opublikowanie tych danych stało się impulsem do jeszcze większego zainteresowania powiązań między sferą biznesu i nauki. To zaś zaowocowało zmianami regulacyjnymi funkcjonowania uczelni wyższych. Dzięki temu przedsiębiorczość i aktywne działania na rzecz komercjalizacji technologii stały się oficjalnie kolejnym elementem misji obok edukacji i badań. Również w Unii Europejskiej podjęto wiele inicjatyw, których celem było kształtowanie nowego modelu szkół wyższych. Według raportu PARP „Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej”, do europejskich pionierów w tym zakresie należy zaliczyć uniwersytety: Cambridge, Katolicki w Louvain oraz Heriott-Watt w Edynburgu.

W nowym modelu uczelni siłą napędową są: kreatywność, innowacyjność i przedsiębiorczość. Wymienione pojęcia są ze sobą nierozzerwalnie połączone. Kreatywność, czyli zdolność do tworzenia nowych rzeczy, rozwiązań poprzez wykorzystanie posiadanej wiedzy i umiejętności, a także doświadczenia, stanowi punkt wyjścia dla innowacyjności i przedsiębiorczości. Kreatywność, podobnie jak przedsiębiorczość, definiowana jest jako cecha osobowości, którą charakteryzuje przede wszystkim twórcza postawa i nieschematyczne myślenie. Pojawia się pytanie czy kreatywności można się nauczyć? Z pewnością można ją wspierać i zachęcać do poszukiwania rozwiązań. Ale trzeba zwrócić uwagę, że system nauczania tak naprawdę ogranicza pomysłowość na kolejnych szczeblach edukacji. Wyzwaniem więc dla uczelni trzeciej generacji staje się wspieranie kreatywności poprzez poszerzenie programów nauczania o techniki twórczego myślenia bez względu na rodzaj i kierunek studiów.

⁹ K.B. Matusiak, *Rozwój systemów wsparcia przedsiębiorczości. Przestanki, polityka i instytucje*, ITE, Radom - Łódź 2006, s. 73-77.

¹⁰ *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Poznań-Warszawa 2011, s. 14.

¹¹ Tamże.

Dzięki wspieraniu kreatywnych działań mogą powstać nowe idee, pomysły, rozwiązania konstrukcyjne, które później stanowią podstawę innowacyjności. Przyjmuje się, że „innowacja jest zastosowaniem twórczego pomysłu, a kreatywność jest procesem myślowym, który, umożliwiając powstawanie nowatorskich rozwiązań, warunkuje aktywację procesu innowacyjnego”.¹² „Innowacyjność jest umiejętnością aktywnego angażowania się w procesy innowacyjne, czyli działania o charakterze naukowo-badawczym, technicznym, organizacyjnym, finansowym i handlowym, podejmowane od pomysłu po urynkowanie nowości”.¹³ Natomiast elementem łączącym kreatywność i innowacyjność jest przedsiębiorczość. Bo to właśnie ona decyduje o tym, że nowy pomysł znajduje zastosowanie w określonych warunkach i prowadzi do wdrożenia zmian.

Uczelnia staje więc przed koniecznością transformacji sposobu prowadzonej działalności, tak by, wspierać dynamiczny rozwój kreatywnej gospodarki opartej na wiedzy. Jest to trudne zadanie, gdyż w nowym modelu szkoły wyższej nie można zmarginalizować tradycyjnej funkcji uczelni. Dążenie do kategorii „trzeciej generacji” nie może doprowadzić do tego, by uczelnia przekształciła się w przedsiębiorstwo realizujące działania, które mają przynieść określony zysk finansowy. Proces transformacji uczelni następuje w pięciu wzajemnie powiązanych kierunkach (tab. 1).

Dwa pierwsze kierunki transformacji dotyczą aspektów funkcjonowania samej uczelni. Pierwszy z nich obejmuje usprawnienie mechanizmów zarządzania oraz przygotowanie profesjonalnej kadry o przedsiębiorczej orientacji. Drugi dotyczy sprawnego reagowania na zmieniające się warunki na rynkach pracy, które decydują o możliwościach zatrudniania absolwentów. Obecnie konieczne jest aktualizowanie programów nauczania, co jest spowodowane wyższymi wymaganiami w zakresie wiedzy.

Pozostałe kierunki transformacji uczelni dotyczą przedsiębiorczości akademickiej. Z jednej strony jest to wspieranie postaw przedsiębiorczych wśród studentów i absolwentów. Istotne jest również wspieranie ich inicjatyw biznesowych, dzięki czemu materializują się pomysły i konkretne rozwiązania opracowane w laboratoriach uczelni, a na rynek pracy wypuszczani są przedsiębiorczy absolwenci. W przypadku kadry naukowej mamy do czynienia z bardzo wieloma obszarami współdziałania uczelni z otoczeniem gospodarczym czy biznesowym. Efektem tej współpracy jest komercjalizacja wyników badań. Są to różnorodne kooperacyjne formy transferu technologii oparte na umowach licencyjnych, prowadzeniu badań na zlecenie przemysłu, wspólnych wdrożeniach itp. Jest również wielu wybitnych naukowców, posiadających talent organizacyjny połączony z prawdziwą pasją wdrożeniową, cieszących się zasłużonym szacunkiem wśród kadry kierowniczej przedsiębiorstw. To między innymi dzięki ich aktywności, działań odbiegających od tradycyjnych akademickich schematów dochodzi do realizacji wielu interesujących projektów w ramach współpracy uczelni z przemysłem. Działalność tego typu

¹² *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, wyd. 3, OECD, Eurostat, Warszawa 2008, s. 48.

¹³ *Edukacja ...*, op. cit., s. 21.

liderów kooperacyjnych form transferu technologii należy również traktować jako akademicką odmianę przedsiębiorczości korporacyjnej. Powinna ona być wspierana w różnej formie także przez specjalistyczne szkolenia w zakresie zarządzania złożonymi projektami technologicznymi we współpracy z przemysłem.¹⁴

Tabela 1. Formy przedsiębiorczości akademickiej

UCZELNIA	Formy	Cechy	OTOCZENIE
	Przedsiębiorcze zarządzanie uniwersytetem Uczelnia zarządzana nowocześnie przez kadre o orientacji przedsiębiorczej, ściśle współpracująca z zewnętrznym otoczeniem	Menedżerski tryb zarządzania Konwent złożony z lokalnych partnerów Aktywny udział w regionalnych i lokalnych sieciach Współpraca z absolwentami Interdyscyplinarne zespoły badawcze	
	Kadry dla innowacyjnej gospodarki Rozwój zawodów przyszłości oraz przeniesienie nacisku ze ścisłej edukacji zawodowej na rzecz ogólnych kompetencji i umiejętności, zwiększanie zdolności adaptacyjnych absolwentów do dynamicznych warunków zewnętrznych	Elastyczne inicjowanie nowych kierunków kształcenia Dostosowywanie programów do potrzeb rynku pracy Multidyscyplinarność kształcenia Udział praktyków w kształceniu Zwiększenie udziału zajęć aktywnych (projektowych) Systemy edukacji ustawicznej	
	Przedsiębiorczość studentów i absolwentów Samodzielne próby biznesowe oparte na wiedzy wyniesionej ze studiów	Zajęcia kursowe z innowacyjnej przedsiębiorczości Programy preinkubacji i inkubacji Szkolenia i doradztwo Dostęp do infrastruktury badawczej Platforma kontaktów z inwestorami Ryzyka	
	Transfer i komercjalizacja technologii Badania kontraktowe i zamawiane; umowy licencyjne i sprzedaż praw, wspólne badania i wdrożenia, doradztwo wdrożeniowe, opinie, ekspertyzy, recenzje itp.	Sieciowa współpraca z biznesem Zarządzanie własnością intelektualną Aktywna promocja posiadanego know how Badania inspirowane potrzebami Centra Transferu Technologii	
	Akademickie firmy odpryskowe (spin-off, spin-out) Nowe firmy tworzone przez pracowników naukowych i doktorantów na podstawie elementów własności intelektualnej wytworzonej w macierzystej instytucji	Regulaminy tworzenia uczelnianych <i>spin-off</i> , <i>spin-out</i> Programy preinkubacji i inkubacji Park technologiczny Współpraca z inwestorami ryzyka Dostęp do infrastruktury badawczej	

Źródło: *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Poznań-Warszawa 2011, s. 27

¹⁴ Tamże, s. 26.

Ostatnim kierunkiem procesu transformacji szkół wyższych jest wspieranie tworzenia firm odpryskowych typu spin-off/spin-out. Należy jednak pamiętać, że tego rodzaju działania odnoszą się do wąskiej definicji przedsiębiorczości akademickiej. Firmy te są zakładane przez członków społeczności akademickiej w celu komercjalizacji technologii stanowiącej element własności intelektualnej wytworzonej w macierzystej instytucji.

Przedsiębiorczość środowiska akademickiego w Polsce

Powstaje pytanie, w jakim stopniu polskie uczelnie są przygotowane do wdrożenia zasad funkcjonowania nowego modelu szkoły wyższej. Takiej oceny dokonano w wyniku prac badawczych i analitycznych zrealizowanych w okresie lutym-kwiecień 2009 r. przez SMG/KRC Poland Media S.A. i Polską Izbę Gospodarczą Zaawansowanych Technologii w ramach projektu systemowego PARP „Przedsiębiorczość akademicka (rozwój firm *spin-off*, *spinout*) - zapotrzebowanie na szkolenia służące jej rozwojowi”.

Wyniki badań zostały opublikowane w raporcie „Przedsiębiorczość akademicka. Raport z badań” Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Bazą dla przygotowania raportu były przeprowadzone w marcu 2009 r. badania empiryczne zrealizowane na próbie $n = 454$ studentów, doktorantów i pracowników naukowych z 44 wylosowanych uczelni z całej Polski. Biorąc pod uwagę poruszaną wcześniej tematykę, zostaną zacytowane wybrane aspekty badania.¹⁵

Okazuje się, że stopień rozwoju przedsiębiorczości akademickiej rozumianej jako prowadzenie własnych firm typu *spin-off*, *spin-out* jest znikomy. Tylko 6% badanych prowadzi własną firmę (9% kadry naukowej i 2% studentów). Zaledwie 8% badanych zainteresowanych podjęciem działalności gospodarczej zamierza uczynić taki krok w ciągu najbliższego roku, chociaż chęć wykorzystania w przyszłości swojej profesjonalnej wiedzy dotyczy 40% badanych. Zdecydowanie częściej swoją firmę chcieliby mieć studenci (51%) niż pracownicy naukowcy (31%).

Niepokojące są odpowiedzi respondentów dotyczące nastawienia władz uczelni do decyzji o zakładaniu własnych firm przez kadrę naukową. 66% kadry naukowej ocenia, że ich koledzy z pracy sprzyjaliby założeniu przez nich firmy, ale tylko nieco ponad połowa naukowców (54%) twierdzi, że ich przełożony sprzyjałby takiej decyzji. Osoby pracujące na uczelni liczą się ze zdaniem przełożonego (68%), który wyraźnie nie sprzyjałby podejmowaniu przez nich działalności gospodarczej (16%). Aż 14% badanych pracowników naukowych ocenia, że władze uczelni nie sprzyjałyby podejmowaniu przez nich własnej działalności gospodarczej przy jednoczesnej chęci podporządkowania się tym władzom (62%).

Natomiast pozytywnie zostały ocenione programy nauczania. 73% ankietowanych pracowników naukowych i 60% studentów zgadza się ze stwierdzeniem, że uczelnia oferuje w swoim programie studiów przedmioty sprzyjające działaniom przedsiębiorczym, jednak znaczny odsetek respondentów nie zauważa oferty uczelni jako sprzyjającej takim działaniom (odpowiednio 10% studentów i 22%

¹⁵ *Przedsiębiorczość akademicka. Raport z badania*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2009, s. 9-19.

kadry naukowej). W opinii 88% pracowników naukowych i 80% studentów programy studiów są zdecydowanie lub raczej przydatne. Jedynie 3% pracowników naukowych i 7% studentów negatywnie ocenia przydatność praktyczną programów.

W ocenie pracowników naukowych uczelnie, w których pracują, są przygotowane organizacyjnie do zarządzania wynikami badań i własnością intelektualną. Większość badanych naukowców (77%) pozytywnie ocenia uregulowania „swoich” uczelni w tej dziedzinie. Jedynie 5% pracowników naukowych zdecydowanie nie zgadza się z tą opinią, a dalsze 10% nie ma na ten temat zdania.

Zacytowane wyniki badań wskazują, że jednak na polskich uczelniach nie ma jeszcze wystarczająco sprzyjających warunków do umacniania postaw przedsiębiorczych. Jednak pozytywna ocena programów nauczania wskazuje na istnienie fundamentów do rozpoczęcia procesów transformacji polskich uczelni.

Projekty wspierające przedsiębiorczość akademicką

Jednym z aspektów cytowanych wyżej badań była ocena stopnia zainteresowania bezpłatnymi szkoleniami w zakresie przedsiębiorczości akademickiej. Okazało się, że 79% studentów jest zainteresowanych tego rodzaju szkoleniami. Natomiast wśród kadry naukowej zainteresowanie to kształtuje się na nieco niższym poziomie (51%). Jest to pozytywny wynik, tym bardziej, że aktualnie oferta tego rodzaju szkoleń jest bardzo bogata, szczególnie szkoleń finansowanych ze środków unijnych.

Postawy przedsiębiorcze studentów i kadry naukowej mogą być kształtowane w ramach specjalistycznych programów szkoleniowych. Przykładem tego rodzaju podejmowanych działań jest projekt Przedsiębiorczość Akademicka na START, realizowany w dwóch cyklach odpowiadających strukturze roku akademickiego od 1 września 2011 r. do 31 sierpnia 2013 r. Partnerami w projekcie są: Politechnika Śląska (Lider), Politechnika Częstochowska, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Akademia Ekonomiczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej, Śląska Wyższa Szkoła Zarządzania im. gen. Jerzego Ziętka w Katowicach, Uniwersytet Śląski, Zespół Szkół Wyższych w Rybniku, Zamek Cieszyn oraz Regionalna Izba Gospodarcza w Katowicach. Projekt ukierunkowany jest na promowanie innowacyjności oraz zakładania własnych firm wykorzystujących nowoczesne technologie. Skierowany jest do studentów i pracowników naukowych wcześniej wymienionych uczelni. Dzięki współpracy z instytucjami otoczenia biznesu, czyli Regionalną Izbą Gospodarczą i Zamkiem Cieszyn w projekcie mogą również uczestniczyć studenci i naukowcy związani z pozostałymi uczelniami województwa śląskiego. W ramach projektu oferowane są bezpłatne specjalistyczne szkolenia oraz doradztwo indywidualne. Przewidziane są również spotkania z przedsiębiorcami i menedżerami, którzy chętnie dzielą się swoim doświadczeniem w prowadzeniu działalności gospodarczej.

Tematyka szkoleń jest podzielona na 5 modułów:

1. Symulacyjna gra decyzyjna - analiza przypadków
2. Skuteczne zarządzanie innowacyjnym przedsiębiorstwem

3. Instrumenty doskonalenia funkcjonowania przedsiębiorstw, ich współpracy z uczelniami i otoczeniem biznesu
4. Dizajn 100% innowacyjności
5. Praktyczne aspekty prowadzenia działalności.

Celem pierwszego z wyżej wymienionych modułów jest rozwój cech i postaw przedsiębiorczych. Gra decyzyjna ma przygotować uczestników projektu do podjęcia działalności gospodarczej, w szczególności prowadzenia firm typu spin off/spin out. Szkolenia z zakresu drugiego modułu mają przede wszystkim ugruntować wiedzę na temat: zasad funkcjonowania innowacyjnych przedsiębiorstw, w tym firm spin off/spin out, marketingu relacyjnego w innowacyjnym przedsiębiorstwie, form i zasad współpracy z otoczeniem, mediacji i negocjacji biznesowych, globalizacji wykorzystywania zasobów, zarządzania finansami i ryzykiem w małej firmie.

Następnie uczestnik projektu poznaje instrumenty doskonalenia funkcjonowania przedsiębiorstw i ich współpracy z uczelniami oraz otoczeniem biznesu. Celem kolejnego modułu jest więc zaprezentowanie: koncepcji Business Angels, zasad funkcjonowania rynku NewConnect, funduszy venture capital, private equity oraz seed capital. Celem tych szkoleń jest również pogłębienie wiedzy na temat: komunikacji nauki i biznesu, PR i marketingu – mix pomysłów naukowych, bezpieczeństwa wykorzystywania ICT, prawnych i praktycznych aspektów transferu technologii, ochrony własności intelektualnej, zasad i technik komercjalizacji prac badawczych, transferu technologii do biznesu oraz możliwości pozyskiwania inwestorów.

W ramach modułu czwartego przewidziane są szkolenia z zakresu: kreowania wizerunku i marki poprzez identyfikację wizualną (strategia marki), negocjacji (komunikacja na drodze przedsiębiorca - projektant, wycena produktu, usługi, badania rynku, skuteczna autoprezentacja), współpracy z projektantem (od tworzenia założeń projektu do jego wdrożenia), procesu wprowadzania nowego projektu na rynek. Szkolenia na temat projektowania uniwersalnego, zgodnego z zasadami ruchu „Design for All Europe” promującego dostępność dla wszystkich członków społeczeństwa, niezależnie od sprawności fizycznej i intelektualnej oraz pozycji społecznej. Natomiast celem ostatniego modułu jest zaprezentowanie praktycznych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej poprzez organizowanie wizyt studyjnych w przedsiębiorstwach typu spin off/spin out oraz w instytucjach otoczenia biznesu, tzn.: Parkach Naukowo-Technologicznych, Centrach i Inkubatorach Przedsiębiorczości lub Agencjach Rozwoju Lokalnego itp.

Po zakończeniu cyklu szkoleń uczestnik projektu ma jeszcze możliwość skorzystania z doradztwa indywidualnego w zakresie, który go najbardziej interesuje. Biorąc pod uwagę bardzo szeroki zakres tematycznych szkoleń, podstawową korzyścią z uczestniczenia w projekcie jest wzrost wiedzy na temat zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej, komercjalizacji badań naukowych oraz funkcjonowania firm spin-off i spin-out. Równie ważne jest utrwalenie postaw przedsiębiorczych wśród studentów i pracowników naukowych, a także wzrost zaufania wobec usług uczelni wyższych w zakresie przedsiębiorczości akademickiej.

Podsumowanie

Przekształcanie polskich uczelni w nowy model wyższej szkoły to już konieczność wynikająca z uwarunkowań gospodarczych. Przedsiębiorczość akademicka jest niezbędna dla innowacyjnego rozwoju gospodarczego. Proces transformacji należy rozpocząć od zmiany postaw kadry zarządzającej i służb administracyjnych szkół wyższych w kierunku akceptacji rozpoczynania działalności gospodarczej w postaci firm odpryskowych oraz zaangażowania w rynkowy proces komercjalizacji wiedzy i badań naukowych. Dużym problemem jednak są bariery mentalnościowe znacznej części środowiska naukowo-badawczego. Dlatego konieczna jest edukacja środowisk akademickich w dziedzinie przedsiębiorczości. Cel ten można zrealizować poprzez zmianę programu nauczania oraz poprzez uczestnictwo uczelni w realizacji projektów oferujących szkolenia i doradztwa eksperckie w zakresie szeroko rozumianej przedsiębiorczości akademickiej.

Literatura

1. Baclawski K., Koczerga M., Zbierowski P., *Studium przedsiębiorczości w Polsce w roku 2004, Raport GEM Polska*, Fundacja Edukacyjna Bachalski, Poznań 2005.
2. Brendzel-Skowera K., *Narzędzia wspierania rozwoju przedsiębiorczość akademickiej*, [w:] *Przedsiębiorczość we współczesnych procesach gospodarowania. Studia przypadków*, red. nauk. H. Kościelniak, S. Gostkowska-Dźwig, Wyd. WZ PCz, Częstochowa 2011.
3. *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Poznań-Warszawa 2011.
4. *Innowacja przedsiębiorczość akademicka. Doświadczenia światowe*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2005
5. K. Krajewski, *Przedsiębiorczość i integracja*, „Decydent”, czerwiec 2002, nr 6/34.
6. K. Krajewski, J. Śliwa, *Lokalna przedsiębiorczość w Polsce. Uwarunkowania rozwoju*, Wyd. Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2004.
7. Matusiak K. B., *Rozwój systemów wsparcia przedsiębiorczości. Przesłanki, polityka i instytucje*, ITE, Radom - Łódź 2006.
8. *Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*, wyd. 3, OECD, Eurostat, Warszawa 2008.
9. *Przedsiębiorczość akademicka. Raport z badania*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2009.
10. Tabor J., *Przedsiębiorczość pracownicza a transfer wiedzy*, [w:] *Zarządzanie zasobami organizacji - wybrane problemy*, red. nauk. R. Barcik, H. Howaniec, Wyd. Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2010.

ACADEMIC ENTREPRENEURSHIP AS INNOWATION UNIVERSITY

Abstract: This work is presented a new model of higher education in terms of academic entrepreneurship. The University of the third generation is not only one of the levels of education but also the center for development and promotion of entrepreneurial attitudes. It is important to develop relevant curricula and preparing offer free training, such as project, carried out by the Technical University of Czestochowa - Academic Entrepreneurship on START. It will present the results of national studies on the preparation of Polish universities and the transformation process and the ratio of the academic community to the possibility of commercialization of research.

Keywords: entrepreneurship, academic entrepreneurship, the university of the third generation, the transformation of the university, start-up, spin-off/spin-out, project of Academic Entrepreneurship on START