



mgr Krystyna Kaszyńska

Wykształcenie: zarządzanie i marketing, specjalność: zarządzanie zasobami ludzkimi. Doświadczony pracownik administracji publicznej, kierownik Biura ds. Nauki GUMed. Trener biznesu, wykładowca publicznych i niepublicznych uczelni wyższych.



prof. dr hab. Tomasz Bączek

Jest kierownikiem Katedry i Zakładu Chemii Farmaceutycznej Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego. Główne zainteresowania badawcze Profesora obejmują: analizę farmaceutyczną i biomedyczną, proteomikę, chemometrię, chemię medyczną, a także molekularne mechanizmy procesów farmakokinetycznych oraz farmakodynamicznych. Prof. Bączek jest autorem i współautorem oryginalnych artykułów naukowych opublikowanych w renomowanych czasopismach farmaceutycznych, analitycznych oraz proteomicznych.

Współpraca z biznesem: za i przeciw

Wyobraźnia jest ważniejsza od wiedzy
A. Einstein

Człowiek – najlepsza inwestycja

W trakcie naszego życia zmuszeni jesteśmy stale podejmować bardziej istotne lub mniej ważne decyzje. Nieustannie też mierzymy się z wielkimi wyzwaniami lub borykamy się z wykonaniem codziennych poleceń naszych przełożonych. Stale też zadajemy sobie proste pytanie: *Po co to właściwie robimy, czemu to ma służyć?* Chwile zwątpienia przychodzą szczególnie wtedy, kiedy efekty naszej pracy nie są doceniane przez innych.

Z natury jesteśmy pesymistami, raczej z góry nastawionymi na porażkę, często mówimy, że *lepiej jest miło się rozczarować niż na czymś lub kimś się zawieść*. Jeżeli jednak sami dojdziemy do przekonania, że takie myślenie to niestety krok wstecz na drodze naszego rozwoju i sukcesu naukowego, a pobudzenie własnej kreatywności w działaniu pozwoli nam odkryć swoje ukryte talenty, to praca zacznie nam sprawiać satysfakcję i będziemy bawić się tą kreatywnością, zarażając nią innych.

Podejmowane przez nas intuicyjnie lub z pełnym zaangażowaniem własnej wiedzy decyzje czy inicjatywy to element naszego ciągłego rozwoju osobistego.

Odkrycie samo w sobie nie jest odkryciem: musi zostać za takowe uznane, musi zostać następnie (ewentualnie) włączone w życie praktyczne przez wskazanie pożytku, który może przynieść. Innowacja, która nie jest nikomu potrzebna, nie upowszechni się – to zaś, czy okaże się potrzebna, zależy od zdolności negocjacyjnych i interpretacyjnych, których skądinąd uczeni zazwyczaj nie mają (T. S. Kuhn).

Edukacja i promocja sukcesu naukowego, nowe podejście i trendy w dyskusji nad innowacyjnością pokazują, że powyższe słowa nabrały obecnie nieco innego znaczenia. W dzisiejszych realiach zaczyna się coraz częściej mówić o przedsiębiorczym naukowcu, który jest pewny własnego sukcesu innowacyjnego, dąży do współpracy z partnerem biznesowym i poprzez skuteczne negocjacje z nim znajduje dla siebie najkorzystniejsze warunki dla dalszego rozwoju.

Komisja Europejska stoi na stanowisku, że warunkiem osiągnięcia przez Polskę dynamicznego i wszechstronnego rozwoju jest gospodarka oparta na wiedzy, w której *rzeczywiste bogactwo – rozumiane jako efektywność gospodarowania, konkurencyjność gospodarki i nowe miejsca pracy – pochodzi nie tylko z produkcji dóbr materialnych, ale też z wytwarzania, transferu i wykorzystania wiedzy.*

Obecnie uważa się rozwój sektora biznesu za główną siłę promującą konkurencyjność gospodarki unijnej. Firmy te mają szczególne znaczenie dla społeczności lokalnej i przyczyniają się do ograniczania stopy bezrobocia oraz powodują wzrost dochodów ludności. W związku z tym kraje zrzeszone przywiązują szczególną uwagę do promowania przedsiębiorczości i innowacyjności tego sektora, co znajduje swoje odzwierciedlenie w tworzeniu infrastruktury wspomagającej jego rozwój.

Z kolei zwiększenie wpływu nauki na rozwój gospodarczy, w tym zwiększenie skali badań naukowych i prac rozwojowych prowadzonych dla potrzeb rynku, określenie obszarów badawczych, które mogą wpłynąć na przyśpieszenie tempa rozwoju społeczno-gospodarczego to jedne z ważnych kierunków zachodzących obecnie zmian w obszarze badawczym, nastawionym na innowacje i wdrożenia.

Można zaryzykować stwierdzenie, że wdrożenia nowych rozwiązań i osiągnięć polskich naukowców stają się wyznacznikiem i miernikiem sukcesu przedsiębiorstwa, a same innowacje ważne są dla polskich firm z dwóch powodów:

- bezpośrednio wpływają na podnoszenie się poziomu technologicznego, organizacyjnego oraz efektywności produkcji;
- pośrednio przyczyniają się do ogólnego przyspieszenia procesów modernizacyjnych, tworząc zachętę do wzrostu ekspansywności polskich firm.

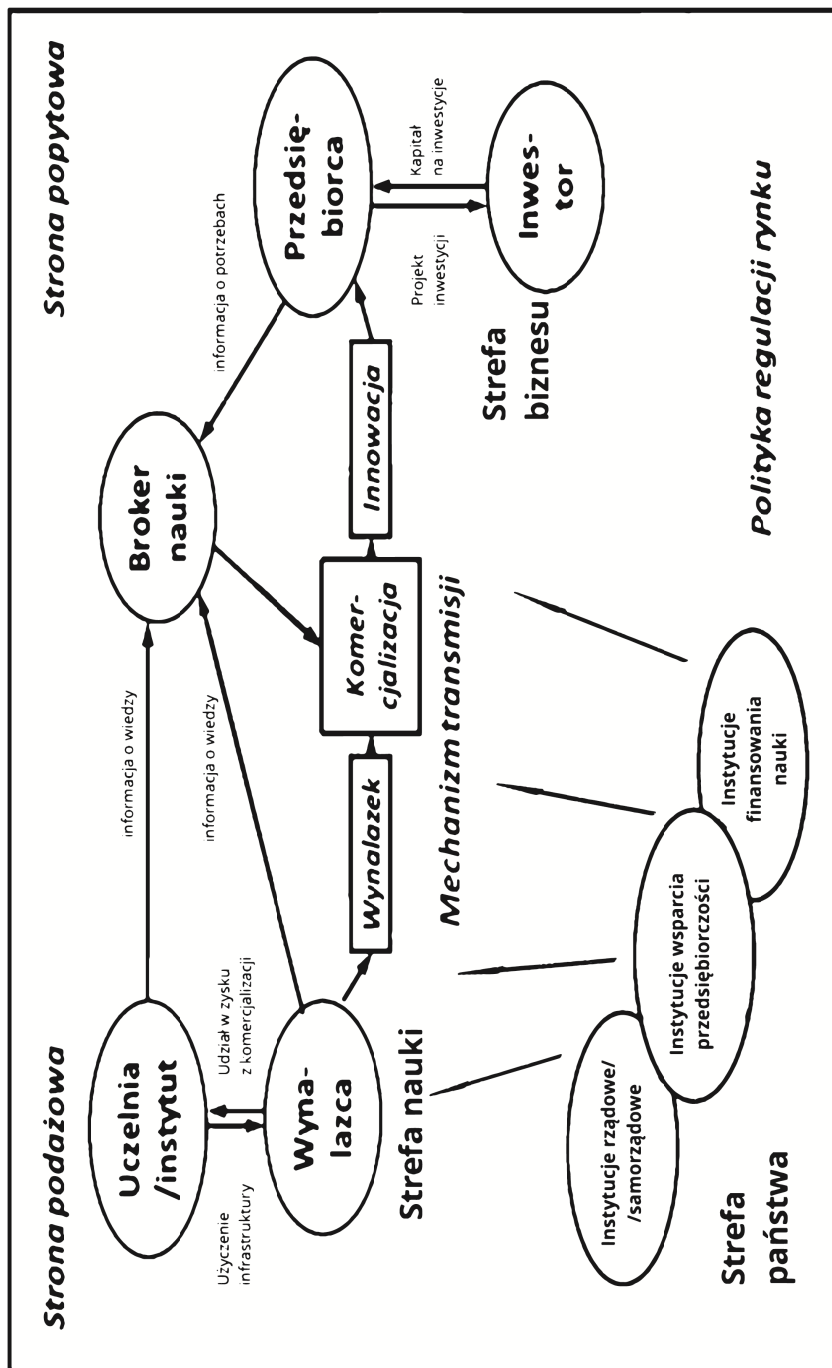
Ta specyficzna sytuacja pokazuje biznesowi istniejące przewagi konkurencyjne, które nie zachęcają do wzrostu innowacyjności, a skłaniają do wzmocnienia inwestycji kapitałowych i importu technologii. Z drugiej strony, biznes posiada pełną świadomość szybkiego wygasania tych przewag, więc podejmuje działania na rzecz wzrostu innowacyjności firm i poprawy współpracy pomiędzy biznesem i nauką.

Ponieważ badania naukowe ukierunkowane na zastosowania praktyczne wiążą się ściśle ze stworzeniem systemu premiującego ich jakość i wynik wdrożenia (miernik – efekt ewaluacyjny), istotne w tym systemie jest więc zwiększenie zaangażowania przedsiębiorców w komercjalizację zdobyczy nauki. Raporty przedstawiają proste działanie tego systemu:

- Strona podaźowa – **nauka** sprzedająca wiedzę, czyli nowe wynalazki;
- Strona popytowa – **biznes** potrzebujący wiedzy, czyli innowacji;
- Mechanizm transmisji – **negocjacje biznesowe** traktowane jako efektywne kojarzenie popytu z podażą, czyli komercjalizacja wynalazków;
- Polityka regulacji rynku – **wsparcie**, czyli regulacje prawne, polityka naukowa i wspierania innowacyjności, narzędzia interwencji państwa.

Skoro nauka i biznes są nastawione na współpracę, a w niej dużą rolę odgrywa współzależność, skoro wzrasta rola pracowników nauki w transferze wiedzy i nowych technologii, skoro pojawia się coraz bogatsza oferta nowych źródeł finansowania nowatorskich pomysłów to dlaczego odnotowuje się wciąż jeszcze zbyt słabe zainteresowanie sfery biznesowej współpracą z uczelniami?

Świat nauki potrzebuje zbliżenia się do kreatywnego społeczeństwa i praktyki biznesowej. Zaczynamy mówić o uniwersytecie przedsiębiorczym, trzeciej generacji, kreatywnym, innowacyjnym. Jednocześnie proces akademickiej przemiany jest bardzo trudny ze względu na tradycje,



Ryc. 1. Mechanizm działania rynku badań [1]

reguły zarządzania oraz mechanizmy powiązań wewnętrznych i zewnętrznych.

Współcześnie wiedza w coraz szerszym zakresie zastępuje pracę i kapitał, jako podstawowe źródło dobrobytu społecznego. Zdolność tworzenia wiedzy, a przede wszystkim jej przekształcania w nowe produkty, usługi i technologie, decyduje o sukcesie rynkowym przedsiębiorstw i całej gospodarki.

Kreatywność lekarstwem na sukces

W marcu 2011 roku znowelizowano ustawę o szkolnictwie wyższym, która w art. 4. ust. 4. otrzymała brzmienie: *Uczelnie współpracują z otoczeniem społeczno-gospodarczym, w szczególności w zakresie prowadzenia badań naukowych i prac rozwojowych na rzecz podmiotów gospodarczych, w wyodrębnionych formach działalności, w tym w drodze utworzenia spółki celowej, [...] a także przez udział przedstawicieli pracodawców w opracowywaniu programów kształcenia i w procesie dydaktycznym.*

Głównym celem kształcenia w dziedzinie przedsiębiorczości na poziomie szkolnictwa wyższego powinno być zatem rozwijanie umiejętności i ducha przedsiębiorczości. Programy kształcenia w dziedzinie przedsiębiorczości mogą mieć różne cele, do nich należą m.in.:

- rozwijanie pasji przedsiębiorczości wśród studentów;
- zwiększanie świadomości i motywacji;
- szkolenie studentów w zakresie umiejętności niezbędnych do rozpoczęcia działalności gospodarczej i samo zatrudnienia;
- rozwijanie umiejętności przedsiębiorczych do rozpoznania i wykorzystania szans biznesowych.

W tym kontekście rysuje się ważna rola jednostki naukowej jako miejsca gdzie:

- kształci się kadry i prowadzi badania naukowe, rozwijając jednocześnie kreatywną osobowość młodego naukowca;
- przygotowuje do innowacyjnej przedsiębiorczości, rozwijając klimat kreatywności;
- rozwijają się relacje z otoczeniem, tworząc jakość miejsca dla nauki, pracy i spędzania czasu wolnego.

W jednym z raportów zebrane zostały rekomendacje kierunkowe dotyczące wzmacniania kreatywności na rzecz wspierania postaw proinnowacyjnych. Czytamy w nim, że instytucje edukacyjne powinny dążyć m.in. do:

- Wprowadzenia na wszystkich poziomach nauczania przedmiotu lub warsztatu (fakultetu) uczącego kreatywnego myślenia, niestandardowych sposobów rozwiązywania standardowych zadań, zespołowego poszukiwania rozwiązań przełamujących rutynę itp.;
- Wprowadzenia do standardów ocen (w tym także ocen tzw. egzaminów zewnętrznych) kryterium oryginalności/ kreatywności;
- Położenie w procesie nauczania większego nacisku na nowe rodzaje kompetencji, takich jak kompetencja wizualna, cyfrowa, medialna (*visual, digital, media literacy*);
- Przykładania większej niż dotąd wagi do uczenia tolerancji na spory i konflikty oraz do uczenia sztuki prowadzenia sporów.

A wszystko po to, aby kreatywność, postrzegana jako umiejętność postawienia pytania *Jak można coś zrobić inaczej?*, połączona z umiejętnością twórczego myślenia zaprocentowała innowacyjnymi rozwiązaniami.

Warto też wspomnieć, że pewnym łącznikiem pomiędzy kreatywnością a innowacyjnością jest postawa proinnowacyjna, czyli chęć urzeczywistnienia kreatywnych pomysłów, połączona z gotowością do wzięcia na siebie całości lub części odpowiedzialności za urzeczywistnienie pomysłu i jego wdrożenie.

To w wyniku działań kreatywnych powstają nowe idee, pomysły, konstrukcje, które podlegają potem przetwarzaniu w innowacje, czyli dokonaniu pierwszego zastosowania.

Przyjmuje się, że innowacja jest zastosowaniem twórczego pomysłu, a kreatywność jest procesem myślowym, który umożliwiając powstawanie nowatorskich rozwiązań, jest warunkiem rozpoczęcia procesu innowacyjnego.

Kreatywność jest więc niezbędnym warunkiem uruchomienia działalności innowacyjnej. Dlatego dla innowacyjnej gospodarki niezwykle istotne jest, by poszukiwać sposobów wzmocnienia samej kreatywności oraz rozwoju metod twórczego myślenia, czyli zdolności patrzenia na nowe pomysły przez pryzmat potencjalnych zastosowań rynkowych. A mówiąc prościej – jak zamienić pomysł na pieniądze.

Podsumowanie

W gospodarce opartej na wiedzy oczekuje się, że szkolnictwo wyższe będzie odgrywać znacznie większą rolę w rozwoju społeczeństwa innowacyjnego. Powstawanie nowych miejsc pracy i przeciwdziałanie bezrobociu jest uzależnione od aktywności edukacyjnej i innowacyjnej uczelni. Z kolei wykorzystywanie w procesie edukacji doświadczeń i wiedzy z praktyki gospodarczej pozwoli na doskonalenie procesu kształcenia i dostosowanie kwalifikacji absolwentów szkół wyższych do oczekiwań biznesu.

W wyniku tej kooperacji zwiększone zostaną zasoby wiedzy dydaktyków i praktyków gospodarczych, a edukacja przedsiębiorcza jest kluczem i niezbędnym czynnikiem w rozwoju kapitału ludzkiego, który stanowi podstawowy składnik każdego społeczeństwa opartego na wiedzy.

Obserwowane zmiany w kontaktach nauki z biznesem wymagają innego spojrzenia na nowe umiejętności kadry naukowej, potrzebującej zmiany wizerunku polskiego naukowca, w którym dominującą rolę ma odgrywać otwartość na współpracę, promocja i upowszechnianie sukcesu naukowego. Ma to przynieść gwarancję efektywnego osiągnięcia wysokiego poziomu komercjalizacji badań naukowych i prac rozwojowych o podstawowym i strategicznym znaczeniu dla gospodarczego i cywilizacyjnego rozwoju kraju.

Żeby ten cel osiągnąć, społeczność akademicka i środowisko biznesowe nie może działać w oderwaniu od otaczającej je rzeczywistości. Muszą wpisać się w ramy obowiązujących norm prawnych i korzystać z nowych rozwiązań, aby stać się równymi partnerami w biznesie.

Kultura innowacyjności wymaga również odpowiedniego propagowania przykładów sukcesu nauki i biznesu. Dobrych praktyk jest wiele, do nich należą m.in.:

- konkursy na granty promujące innowacyjne pomysły firm, z wykorzystaniem funduszy krajowych i UE, we współpracy z bankami i organizacjami przedsiębiorców;
- prezentacje skutecznych przedsiębiorców w ośrodkach akademickich.

Współczesny rozwój gospodarczy wymaga również nowoczesnych produktów i metod ich wytwarzania do kreowania których nieodzowna jest

współpraca specjalistów wielu dziedzin wiedzy. Dlatego ważną rzeczą jest również promowanie prowadzenia multidyscyplinarnych badań naukowych, zarówno w zakresie nauk podstawowych, jak i stosowanych, a rozwijanie szerokiej współpracy naukowców z przemysłem powinno się odbywać głównie poprzez:

- tworzenie warunków dla częstych kontaktów świata nauki i świata biznesu w celu rozpoznawania potrzeb nowoczesnych przedsiębiorstw, poszukujących nowych produktów i konkurencyjnych rozwiązań technologicznych;
 - ⇒ tworzenie wspólnych programów badawczo-rozwojowych z firmami przemysłowymi, krajowymi i zagranicznymi;
 - ⇒ szybkie opanowanie metod komercjalizacji wyników badań naukowych.

Obecnie coraz częściej słyszymy o nowej polityce przemysłowej, traktowanej jako przyjazna rynkowym mechanizmom. Oznacza to przede wszystkim tworzenie klimatu współpracy i dialogu między rządem i sektorem prywatnym – wspólne fora wymiany informacji i ocen, konsultacje w sprawie zasad polityki przemysłowej, tworzenie warunków dla sukcesu działalności innowacyjnej, usuwanie w porozumieniu z biznesem barier, wypracowanie właściwych zasad ochrony własności intelektualnej i komercjalizacji wyników badań.

Wspominane udane negocjacje biznesowe, oprócz oczywistych korzyści związanych z osiągnięciem porozumienia czy ustalenia dobrych warunków współpracy, są źródłem zadowolenia i satysfakcji dla obu stron, niezmiernie wzmacniają również wspólne relacje partnerskie. Budują profesjonalny wizerunek naukowca i biznesu.

Znalezienie odpowiedzi na pytanie *Jak efektywnie sprzedać wyniki badań naukowych?* staje się obecnie nową formą działalności naukowej, gdzie główną rolę w sztuce pt. *Komercjalizacja wiedzy* zagra z pewnością najlepszy aktor – naukowiec/przedsiębiorca i dobrze byłoby, aby jak najwięcej ich było z przymiotnikiem młody.

Na ostatnie pytanie, czy warto nauce iść w parze z biznesem po ścieżce innowacji, musicie Państwo odpowiedzieć sobie sami, pamiętając, że mechanizmy rynkowe, stale wymuszają konkurencyjność i pozwalają na czerpanie korzyści z efektów badań naukowych. Mamy skromną nadzieję, że niniejsze opracowanie choć trochę ułatwi podjęcie decyzji.

Bibliografia

1. *Komercjalizacja badań naukowych w Polsce. Bariery i możliwości ich przełamania*, Witold M. Orłowski Główny Doradca Ekonomiczny PwC Polska (Warszawa, 2013)

Polecana literatura

1. *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej*, J. Cieślik, K. B. Matusiak, J. Guliński, A. Skala-Poźniak, Poznań – Warszawa, 2011 r.
2. *Komercjalizacja badań naukowych w Polsce. Bariery i możliwości ich przełamania*, W. M. Orłowski, Główny Doradca Ekonomiczny PwC Polska, Warszawa, 2013 r.
3. *Komisja europejska, przedsiębiorczość w szkolnictwie wyższym, szczególnie na studiach nieekonomicznych*, Bruksela, 2008 r. Wyciąg ze sprawozdania końcowego grupy ekspertów.
4. Komunikat Komisji Europejskiej w sprawie polityki innowacyjnej, Bruksela, 11 marca 2003 r.
5. *Kształtowanie zachowań innowacyjnych, przedsiębiorczych i twórczych w edukacji inżyniera*; praca zbiorowa pod red. J. Skoniecznego, Wrocław, 2011 r.
6. *Natchnienie i fart, czyli innowacja i przedsiębiorczość*, P. F. Drucker, Warszawa 2004 r.
7. *Struktura rewolucji naukowych*; T. S. Kuhn, Warszawa, Fundacja Aletheia, 2001 r.
8. *Transfer wiedzy*, P. Grzybowski, *Biuletyn Akademii Morskiej w Gdyni*, Gdynia 2011 r.
9. Ustawa z dnia 18 marca 2011 r. o zmianie ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym, ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki oraz o zmianie niektórych innych ustaw, Dz.U. z 2011 r. Nr 84, poz. 455, <http://isap.sejm.gov.pl> [11.06.2013].
10. *Wspieranie postaw proinnowacyjnych przez wzmacnianie kreatywności jednostki*, praca pod red. M. Wojtaszewskiej, Warszawa 2010 r.